

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model kemitraan pada bisnis Donat Madu Cihanjuang dengan pola kemitraan waralaba. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan kepada mitra usaha Donat Madu Cihanjuang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada sistem waralaba yang diterapkan oleh Donat Madu Cihanjuang pembelian lisensi merek diberlakukan selama 5 tahun. Bagi hasil yang diterapkan melalui pembelian bahan baku produksi kepada pemilik waralaba (*franchisor*) sedangkan keuntungan masing-masing *outlet* mitra usaha menjadi hak milik penerima waralaba (*franchisee*). Dari hasil penelitian lapangan diketahui bahwa rata-rata mitra usaha merasa pola waralaba yang diterapkan oleh Donat Madu Cihanjuang sudah tepat guna dengan capaian skor kriteria tinggi. Artinya sebagian besar mitra usaha merasa alur kerja yang sudah terjalin memberikan dampak yang baik kepada aktifitas bisnisnya.
2. Kualitas hubungan antara *franchisor* dan *franchisee* Donat Madu Cihanjuang berada pada capaian skor kriteria sangat tinggi. Artinya kualitas hubungan yang terjalin sudah sangat baik diantara kedua pihak,. Hal ini juga sejalan dengan prinsip kemitraan dimana hubungan diantara kedua pihak saling menguntungkan, saling mempercayai dan memberikan dampak yang positif. Kualitas hubungan ini akan terlihat pada komitmen baik dari pihak *franchisor* seperti penyediaan bahan baku yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing mitra usaha maupun dari pihak *franchisee* yang harus menjaga nama baik dari Donat Madu Cihanjuang serta taat dalam menjalankan perjanjian yang sudah disepakati bersama.
3. Efektifitas pemasaran Donat Madu Cihanjuang melalui kemitraan pola waralaba ini berada pada capaian skor kriteria tinggi. Sebagian besar mitra usaha Donat Madu Cihanjuang merasa diuntungkan dengan adanya sistem pemasaran melalui waralaba, karena untuk pebisnis pemula khususnya sistem

pemasaran melalui waralaba ini sangat memudahkan karena berada pada perusahaan induk yang sudah cukup kuat dan memiliki citra perusahaan yang sudah dikenal oleh masyarakat, sehingga para mitra usaha tinggal meneruskan bisnis yang dirasa sudah cukup berhasil dari induknya. Meskipun banyak kemudahan dan keuntungan yang didapat dari sistem pemasaran waralaba ini, beberapa mitra usaha merasa kurang tergali kreativitasnya dan kurang gencarnya promosi karena berada dibawah tanggung jawab perusahaan pusat. Maka dalam mengatasi masalah tersebut komunikasi antara *franchisor* dan *franchisee* perlu dibangun lebih baik seperti untuk menampung saran dan masukan-masukan yang berfungsi untuk mengembangkan bisnis yang ada.

4. Tingkat keberhasilan masing-masing *outlet* mitra usaha Donat Madu Cihanjuang cukup berbeda-beda yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk capaian skor berada pada kriteria tinggi yang artinya sebagian besar pelaku bisnis ini merasa sudah tercukupi kebutuhan sehari-harinya dan adanya peningkatan pendapatan. Perbedaan tingkat keberhasilan dipengaruhi pula oleh sistem pemasaran yang dibangun masing-masing mitra usaha seperti lokasi usaha yang sangat mempengaruhi penjualan. Selain itu juga kemampuan manajerial masih tetap dibutuhkan dalam memprediksi penjualan seperti efektifitas dan efisiensi produksi.

5.2 Saran

1. Bagi Subjek Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai:

- Alur kerja kemitraan hingga sistem pemasaran yang efektif tentunya dapat memberikan dampak yang baik kepada perusahaan, sehingga dapat pula meningkatkan hasil produksi dengan optimal. Oleh karena itu, hendaknya seluruh pihak yang terlibat dalam model kemitraan ini menjaga sistem serta mekanisme dari alur kerja kemitraan ini, serta

menjaga juga mekanisme dari sistem pemasaran, sehingga akan memberikan hasil yang semakin baik bagi seluruh pihak yang terlibat.

- Kualitas hubungan yang masih berada pada kriteria cukup hendaknya ditingkatkan agar bisnis Donat Madu Cihanjuang ini semakin baik baik dari pihak *franchisor* maupun *franchisee*, karena inti dari kemitraan terutama pola waralaba ini harus saling menguntungkan sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Indikator paling mempengaruhi dalam kualitas hubungan adalah terjalinnya komunikasi yang baik diantara kedua pihak baik dari segi terbukanya informasi, saling menjaganya komitmen bisnis dan saling mempercayai satu sama lain.
- Agar penjualan Donat Madu Cihanjuang semakin baik perlu ditingkatkan kembali kreatifitas dan inovasi produk serta perlu adanya promosi yang lebih baik lagi.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah indikator lain dalam peneliatian model kemitraan ini seperti kemampuan manajerial serta bisa mencari pola kemitraan lainnya selain pola waralaba sehingga akan lebih menambah wawasan bagaimana kemitraan yang lebih tepat untuk diterapkan pada suatu bisnis
- Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memaksimalkan pengambilan data melalui wawancara sehingga dapat menggali informasi yang lebih baik lagi dari responden maupun pemilik perusahaan.