

ABSTRAK

“Model Kemitraan Bisnis Donat Madu Cihanjuang (Studi Deskriptif pada Mitra Usaha Donat Madu Cihanjuang Se-Bandung Raya)”

Latar belakang penelitian ini adalah untuk mengetahui model pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Donat Madu Cihanjuang melalui model kemitraan. Dalam penelitian ini difokuskan pada model kemitraan pola waralaba sesuai yang diterapkan bisnis tersebut dengan subyek penelitian mitra usaha Donat Madu Cihanjuang yang berada di kawasan Bandung Raya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Gambaran umum mengenai alur kerja kemitraan Donat Madu Cihanjuang se-Bandung Raya (2) Kualitas hubungan kemitraan (3) Efektifitas pemasaran masing-masing mitra usaha (4) Tingkat keberhasilan usaha masing-masing mitra usaha. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui studi kepustakaan, observasi dan instrument angket. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis melalui tahap display data, verifikasi data dan penegasan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Ketepatan alur kemitraan pola waralaba berada pada kriteria tinggi (2) Kualitas hubungan kemitraan berada pada kriteria sangat tinggi (3) efektifitas pemasaran berada pada kriteria tinggi (4) Tingkat keberhasilan usaha berada pada kriteria tinggi.

Kata Kunci: *model kemitraan, bisnis, waralaba.*

ABSTRACT

“Partnership Model Business Donat Madu Cihanjuang (Descriptive Study Donat Madu Cihanjuang’s partner in Bandung Metropolitan Area)”

The background in this research is to find out about business model developing of Donat Madu Cihanjuang by means of partnership model. This research focusing to partnership model system franchise that appropriate and applying from this business. Subject in this research is Donat Madu Cihanjuang partners in Bandung Metropolitan area. This research aims to know about (1) activity groove partnership of Donat Madu Cihanjuang in Bandung Metropolitan area (2) Quality of partner relationship (3) Marketing product efectivity each labor partnership (4) Level of business success each labor partnership. This research using quantitative and qualitative descriptive method. The techniques of collection data by study literature, observation and questionnaire. The collected data were analyzed through the stage of data display, data verification, and finally through the assertion conclusion. This result show that are (1) activity groove partnership is in high criteria (2) Quality of partner relationship is in very high criteria (3) Marketing product efectivity is in high criteria (4) Level of business success is in high criteria.

Key words: *Partnership model, business, franchising*