

BAB I

MASALAH, SOLUSI, PRODUK

1.1 Latar Belakang

Saat ini perekonomian Indonesia perlu dikembangkan karena untuk menjadi negara yang maju setiap aspek perekonomian harus mampu berjalan dengan baik, salah satu yang perlu dipertimbangkan dengan baik perkembangannya adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian suatu negara, tidak terkecuali Indonesia.

Berkembangnya UMKM berbasis franchise di Yogyakarta, membuat persaingan dalam usaha ini semakin meningkat. Para pelaku UMKM di usaha Franchise harus melakukan langkah – langkah strategis dan mengembangkan bisnisnya. Analisis dan pilihan strategi berfokus pada usaha menciptakan dan mengevaluasi strategi – strategi alternative, selain memilih strategi yang hendak dijalankan. Analisis dan pilihan strategi berusaha menentukan tindakan alternative yang paling baik dalam membantu perusahaan mencapai misi dan tujuannya. Strategi, tujuan dan misi perusahaan, ditambah dengan informasi, memberikan landasan untuk menciptakan serta mengevaluasi strategi alternative yang masuk akal.

Waralaba (Franchise) pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Dalam hal ini franchisor memberikan lisensi kepada franchisee untuk melakukan kegiatan pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas franchisor dalam wilayah tertentu, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan franchisor dan franchisor memberikan bantuan (assistance) terhadap franchisee. Sebagai imbalannya franchisee membayar sejumlah uang berupa initial fee dan royalti. (Suharnoko, 2004)

Waralaba (franchise) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.

Menurut Rifda (2022), Banyak jenis bisnis yang bisa mengantarkan Anda kepada kesuksesan, tetapi *franchise* dianggap sebagai “kendaraan” tercepat. Hanya dengan membeli *franchise*, seseorang bisa memiliki penghasilan besar dan dikenal masyarakat. Bisnis *franchise* juga menjanjikan kemudahan dalam memulai usaha, mengelola, serta mendapatkan konsumen.

Beberapa konsumen yang ingin investasi usaha namun masih mempunyai pekerjaan sehingga tidak terkendali untuk memikirkan buka bisnis, atau bahkan remajayang ingin memiliki usaha terkendala pada modal yang minim, permasalahan tersebut dapat diatasi dengan bekerjasama gabung kemitraan di Chicken Talk.

Nilai lebih yang ditawarkan yaitu pelayanan membantu calon pengusaha dalam pelatihan berwirausaha, serta membantu dalam menyediakan manajemen yang dibutuhkan seperti periklanan dan strategi bisnis lainnya untuk mewujudkan visi misi bisnis Chicken Talk. Karena itulah, trend bisnis *franchise* cenderung positif selama dua tahun terakhir. Bahkan, di tahun 2023, usaha waralaba ini dianggap mampu berkembang lebih pesat di Indonesia.

1.2 Masalah

Beberapa konsumen yang ingin investasi usaha namun masih mempunyai pekerjaan sehingga tidak terkendali untuk memikirkan buka bisnis, atau bahkan remaja yang ingin memiliki usaha terkendala pada modal yang minim, permasalahan tersebut dapat diatasi dengan bekerjasama gabung kemitraan di Chicken Talk.

Masalah pada produk yang dihadapi konsumen :

1. Harga produk pesaing relative lebih mahal, konsumen menginginkan harga yang terjangkau.
2. Konsumen menginginkan produk cemilan Ayam khas Taiwan yang memiliki banyak varian rasa.
3. Konsumen membutuhkan cemilan yang sehat.

Masalah pada kemitraan yang dihadapi konsumen :

1. Banyaknya masyarakat yang belum memiliki pengetahuan mengenai bisnis.
2. Banyaknya masyarakat yang ingin membuka usaha namun terkendala dengan modal yang sedikit.
3. Banyaknya produk yang bertahan hanya karena trend sementara.

1.3 Solusi

Nilai lebih yang ditawarkan yaitu pelayanan membantu calon pengusaha dalam pelatihan berwirausaha, serta membantu dalam menyediakan manajemen yang dibutuhkan seperti periklanan dan strategi bisnis lainnya untuk mewujudkan visi misi.

Solusi yang diberikan oleh Chicken Talk terhadap masalah produk :

1. Memberi harga produk yang terjangkau sesuai dengan kantong para pelajar – mahasiswa, karyawan dan wisatawan local.
2. Memberikan inovasi lebih banyak rasa yang unik dan lezat.
3. Memberikan produk yang tinggi protein dari daging ayam.

Solusi yang diberikan oleh Chicken Talk terhadap masalah kemitraan :

1. Memberi pelatihan serta bimbingan usaha, sehingga dapat membuka usaha dengan mudah dan sudah termanajemen.
2. Menciptakan usaha franchise / waralaba dengan menyediakan harga paket yang beragam, sehingga memudahkan para calon pengusaha membuka usaha sesuai budget yang disanggupi.
3. Menciptakan produk yang digemari dan dibutuhkan oleh banyak kalangan. Yaitu produk berbahan dasar daging ayam yang banyak disukai orang, juga memenuhi kebutuhan protein yang tinggi. Sehingga usaha Chicken Talk dapat bertahan lama dan tidak hanya mengikuti trend sementara.

1.4 Produk

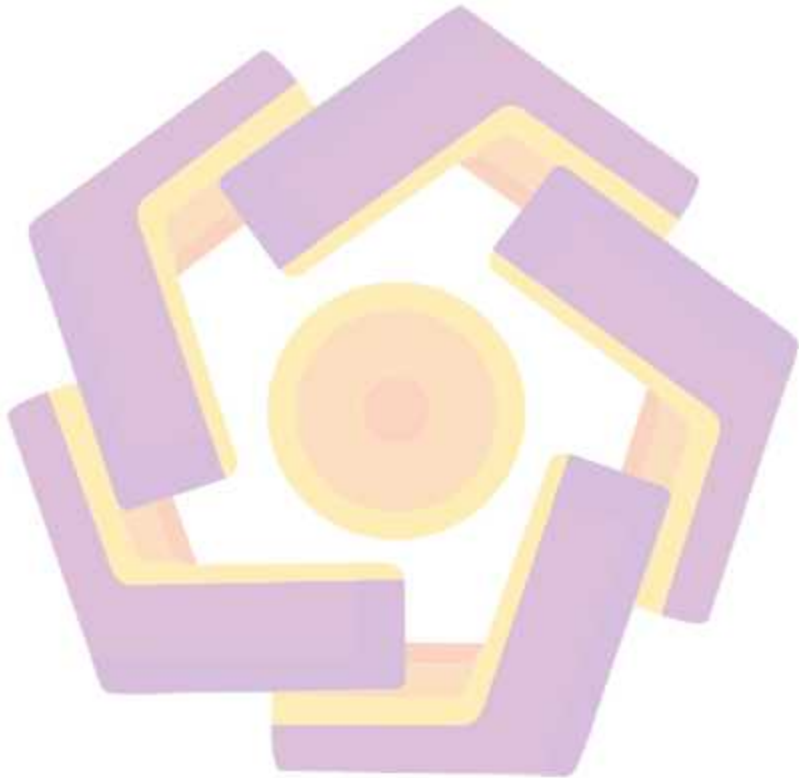
Chicken Talk adalah usaha dalam bidang kuliner dengan berbahan dasar daging ayam dibuat ala khas Taiwan yaitu chicken crispy yang digunting lalu diberikan aneka varian rasa yang gurih.

Konsep usahanya ini yaitu menjual produk secara langsung menggunakan outlet container, namun dengan seiring berjalannya waktu kami juga mengevaluasi terkait perkembangan usaha, sehingga memutuskan untuk berinovasi dan merebranding Chicken Talk menjadi usaha waralaba atau franchise. Karena dilihat notabennya market di area kami atau di Yogyakarta memang didominasi oleh masyarakat yang mencari peluang usaha, baik itu yang sudah berkeluarga maupun remaja.

Dan keunggulan yang Chicken Talk miliki adalah memperhatikan kualitas produk, memberi harga produk dan harga paket kemitraan yang sangat ramah dikantong,

sehingga membantu customer lebih hemat dalam memilih jajanan yang sehat. Juga membantu pelaku calon pengusaha agar dapat berwirausaha dengan mudah.

Sedangkan produk kompetitor harga produk dan paket kemitraannya jauh lebih mahal dari Chicken Talk





Gambar 1. 1 Spanduk Chicken Talk



Gambar 1. 2 Logo Chicken Talk



Gambar 1. 3 Tampilan Outlet



Gambar 1. 4 Design Kemasan Paper Bag Chicken Talk



Gambar 1. 5 Produk Chicken Talk



Gambar 1. 6 French Fries



Gambar 1. 7 Daftar Menu Chicken Talk



Gambar 1. 8 Poater Chicken Talk

Tabel 1. 1 Keunggulan Produk dan Keunggulan Kemitraan

| No | Keunggulan Produk |
|----|---|
| 1 | Harga produk dan harga kemitraan terjangkau |
| 2 | Memiliki banyak inovasi rasa yang unik |
| 3 | Memiliki khasiat protein kadar tinggi dari daging ayamnya |
| 4 | Manajemen sudah terkonsep |
| 5 | Memberi pelatihan dan bimbingan usaha kepada calon mitra |
| 6 | Menyediakan harga paket yang beragam |

