

USULAN RANCANGAN SISTEM USAHA WARALABA PADA RUMAH MAKAN SAWAYAKA SUSHI

Tamrin Tajuddin¹, Aprisa Rian Histiari², Asih Ahistasari³, Muhammad Rizky Hamunta⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Sorong

Jl. Pendidikan, No 17, Remu Utara, Malaikedi, Sorong Utara, Kota Sorong, Papua 98416

E-mail: tamrin.tajuddin@yahoo.com, aprisa@um-sorong.ac.id, mrizkyhamunta@gmail.com

Abstrak

Waralaba atau franchise adalah suatu kegiatan usaha dengan metode pemberian lisensi, merek, hak cipta, atau paten dari pemberi waralaba kepada pihak penerima waralaba. Sawayaka Sushi merupakan usaha waralaba yang menawarkan produk makanan Jepang. Sawayaka Sushi saat ini belum lengkap dan belum mencakup semua kegiatan pada Sawayaka Sushi. Pemilik restoran mempunyai rencana untuk melakukan pengembangan usaha dengan menerapkan sistem usaha waralaba yang telah diperbaiki ke rumah makan Sawayaka Sushi yang baru. Sistem yang akan digunakan adalah sistem waralaba yang cocok dengan rumah makan Sawayaka Sushi. Oleh karena itu, pada sistem usaha Sawayaka Sushi yang lama akan dievaluasi dan dengan evaluasi tersebut akan dibuat sistem yang baru dan dapat diusulkan menjadi sistem usaha waralaba pada rumah makan Sawayaka Sushi. Untuk mengetahui usaha Sawayaka Sushi layak dijadikan waralaba atau tidak digunakan kajian franchisability yaitu dari sisi kualitatif dan sisi kuantitatif. Pada strategi pemasaran digunakan analisis SWOT. Hasil yang didapatkan berdasarkan aspek kelayakan usaha menunjukkan bahwa usaha Sawayaka Sushi dapat dikatakan layak. Payback Period waralaba Sawayaka Sushi adalah 2 tahun 7 bulan, NPV menghasilkan nilai positif sebesar Rp 57,639,635. Internal Rate of Return (IRR) sebesar 28,316% dinyatakan dapat diterima.

Kata Kunci : Waralaba, Standard Operating Procedure, Business Concept, Analisis SWOT

ABSTRACT

Franchise is a business activity using the method of granting licenses, trademarks, copyrights, or patents from the franchisor to the franchisee. Sawayaka Sushi is a franchise business that offers Japanese food products. Sawayaka Sushi is currently incomplete and does not cover all activities at Sawayaka Sushi. The restaurant owner has plans to expand his business by applying the improved franchise system to the new Sawayaka Sushi restaurant. The system that will be used is a franchise system that matches the Sawayaka Sushi restaurant. Therefore, the old Sawayaka Sushi business system will be evaluated and with this evaluation a new system will be created and can be proposed as a franchise business system at the Sawayaka Sushi restaurant. To find out whether Sawayaka Sushi's business is eligible to become a franchise or not, a franchisability study is used, namely from a qualitative and quantitative perspective. In the marketing strategy used SWOT analysis. The results obtained based on the business feasibility aspect show that the Sawayaka Sushi business can be said to be feasible. The payback period of the Sawayaka Sushi franchise is 2 years 7 months, the NPV generates a positive value of IDR 57,639,635. Internal Rate of Return (IRR) of 28.316% is declared acceptable.

Keywords: Franchise, Standard Operating Procedure, Business Concept, SWOT Analysis

1. Pendahuluan

Waralaba atau *franchise* berasal dari Bahasa Perancis yang bermakna “*free from servitude*” dikutip dari (IFBM, 2007). Dahulu pada kerajaan Perancis, terdapat individual atau kelompok yang ditunjuk oleh raja-raja Perancis sehingga mempunyai hak-hak dan keistimewaan di dalam melakukan dan mengadakan acara publik. Waralaba (*franchise*) adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan menggunakan hak atas kekayaan intelektual. Konsep bisnis waralaba bisa dikatakan lebih memberikan keuntungan karena usaha yang akan dibuka sudah dikenal masyarakat sehingga sudah memiliki pangsa pasarnya (Mathar, 2013). Waralaba makanan dan minuman nyaris tak ada matinya. Wajar, karena setiap orang butuh makan dan minum tiap hari. Itulah sebabnya bisnis ini diperkirakan cepat mendatangkan laba.

Sedangkan yang dimuat dalam (Sugiyanto, 2020), waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal dan sistem manajemen, keuangan dan pemasaran yang telah mantap, disebut pewaralaba, dengan perusahaan atau individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik pewaralaba, disebut terwaralaba.

Pemasaran adalah kegiatan yang mengatur relasi menguntungkan dengan konsumen. Tujuannya untuk menciptakan nilai untuk konsumen dan menangkap nilai dari konsumen atau mendapatkan timbal balik dari konsumen. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan menemukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Sehingga pada dasarnya pemasaran bukan hanya sekedar fungsi bisnis namun menyangkut hal mengenai menghadapi pelanggan, memahami dan menciptakan komunikasi serta memberikan nilai serta kepuasan kepada pelanggan (Astuti dan Ratnawati, 2020).

Pemilik Sawayaka Sushi menginginkan untuk mengembangkan usaha restorannya dan juga menginginkan agar usahanya dapat bersaing dengan menerapkan sistem waralaba yang tepat karena sistem waralaba yang ada sekarang belum lengkap dan juga efisien. Sawayaka Sushi merupakan bagian waralaba dan merek dagangan dari Oishi Go. Di Indonesia sendiri keberadaan waralaba Oishi Go sudah tersebar diberbagai wilayah, khususnya di wilayah Papua Barat tepatnya di kota Sorong, dapat dilihat usaha Sawayaka Sushi ini berkembang dengan baik karena belum ada pesaing dan memiliki segmentasi pasar yang menjanjikan.

Sawayaka Sushi merupakan usaha kuliner yang menawarkan produk makanan sushi, ramen, bento dan lain sebagainya yang merupakan masakan dari Jepang dan telah berdiri sejak tahun 2019 di Jalan Basuki Rahmat Km. 9, Kota Sorong, Papua Barat. Sawayaka Sushi dapat menghasilkan angka penjualan yang cukup baik. Sistem usaha waralaba yang ada pada Sawayaka Sushi saat ini belum lengkap dan belum mencakup semua kegiatan pada Sawayaka Sushi. Pemilik restoran mempunyai rencana untuk melakukan pengembangan usaha dengan menerapkan sistem usaha waralaba yang telah diperbaiki ke rumah makan Sawayaka Sushi yang baru. Sistem yang akan digunakan adalah sistem waralaba yang cocok dengan rumah makan Sawayaka Sushi. Oleh karena itu, pada sistem usaha Sawayaka Sushi yang lama akan dievaluasi dan dengan evaluasi tersebut akan dibuat sistem yang baru dan dapat diusulkan menjadi sistem usaha waralaba pada rumah makan Sawayaka Sushi.

Pendapat dalam buku pengolahan sistem informasi dikutip (Mediawati, 2011), mendefinisikan sebuah sistem adalah suatu keseluruhan atau totalitas yang terdiri dari bagian-bagian atau sub-sub sistem atau komponen yang saling berinteraksi satu sama lain dan dengan keseluruhan itu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Setiap usaha waralaba yang dibentuk pastinya bertujuan untuk menghasilkan suatu keuntungan berdasarkan modal yang telah diinvestasikan. Oleh karena itu, di dalam membuat sebuah usaha menjadi usaha

waralaba diperlukan perhitungan yang matang tentang apakah usaha tersebut layak dijadikan waralaba atau tidak berdasarkan beberapa metode yang tersedia. Metode-metode tersebut antara lain adalah *Cash Flow*, *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PBP). Berikut adalah penjelasan dari metode yang akan digunakan di dalam melakukan analisis kelayakan investasi (Febriyanto & Elizabeth, 2018).

Cash flow atau aliran kas adalah suatu bentuk laporan keuangan yang dimiliki oleh suatu perusahaan pada suatu periode tertentu. Dari laporan tersebut, terdapat data saldo yang masuk, saldo yang keluar, saldo yang dimiliki oleh perusahaan pada periode tertentu sehingga dari data-data tersebut bisa diambil suatu kesimpulan apakah suatu perusahaan berada dalam kondisi yang baik atau kurang baik (Redaksi Majalah Info Franchise, 2009).

Net Present Value (NPV) adalah perbedaan nilai antara arus kas yang masuk dan arus kas yang keluar pada periode tertentu yang diproyeksikan menjadi periodesekarang dengan memperhitungkan suku bunga. Metode ini digunakan untuk menganalisis keuntungan yang bisa didapatkan atas suatu proyek. Apabila suatu nilai NPV bernilai positif maka usaha tersebut dapat dikatakan menguntungkan dan apabila nilainya negatif maka usaha tersebut bisa dikatakan tidak menguntungkan untuk dijalankan. (Suniata, 2019)

2. Metode penelitian

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh seluruh data yang diperlukan dalam penelitian dan dapat diimplementasikan untuk memecahkan masalah yang ada. Data-data yang dibutuhkan pada penelitian ini antara lain adalah data umum restoran, data struktur organisasi restoran, proses bisnis restoran, data laporan keuangan restoran, data *layout* restoran, data produk yang tersedia dan dijual pada restoran, *job description* pekerja pada restoran tersebut, permasalahan yang terjadi, dan teknik pemasaran yang telah dilakukan (Andala, 2013). Data yang telah dikumpulkan pada tahap ini akan diolah dan akan digunakan untuk analisis dan identifikasi perbaikan yang diperlukan untuk kondisi eksisting, dan perancangan sistem waralaba. Data yang telah dikumpulkan diolah dan dirapikan terlebih

dahulu agar dapat dengan mudah digunakan pada tahap selanjutnya. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif maupun kualitatif dan pada strategi pemasaran digunakan analisis SWOT.

Untuk menghadapi persaingan pasar, terutama dalam menghadapi pasar global, suatu perusahaan harus bisa menetapkan metode SWOT sebagai landasan dasar perumusan strategi pemasaran. Untuk meningkatkan nilai daya saing bagi produknya, strategi ini perlu dilibatkan dengan menggunakan metode SWOT sebagai metode utama guna meningkatkan penjualan, faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah awal untuk melakukan strategi-strategi guna mengoptimalkan usaha untuk meraih kesuksesan. Dalam analisis faktor-faktor internal dan eksternal dan memperhitungkan seluruh aspek - aspek yang ada di dalam istilah S.W.O.T yaitu (*Strength*) kekuatan, (*Weakness*) kelemahan, (*Opportunities*) kesempatan atau peluang, (*Threats*) ancaman (Elyarni dan Hermanto, 2016).

Analisis kuantitatif merupakan metode untuk mencari dan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan persentase atau angka. Biasanya data akan diproses lebih lanjut menggunakan teori, model, dan rumus matematika. Dan dari data tersebut nantinya akan diambil sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan alat analisis yang terdiri dari analisis finansial dengan alat yaitu: *Net Present Value* (NPV) dan *Pay Back Period* (PP) (Darmawan & Widagdo, 2021).

Analisis kualitatif ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan teoritis dengan menganalisis dari segi aspek-aspek studi kelayakan bisnis. Penelitian kualitatif merupakan metode untuk mencari data kemudian mengumpulkannya yang bersifat pemahaman dan tidak dapat diukur dengan angka (Donny & Megawati, 2021).

3. Hasil dan pembahasan

Dalam memulai usaha waralaba diperlukan sistem usaha waralaba yang menjelaskan langkah-langkah bagaimana menjalankan usaha waralaba. Pada Sawayaka Sushi yang menggabungkan nama merek dagang dengan Oishi Go ini akan keluar atau berpisah dari nama merek dagang Oishi Go bila membuat waralaba baru dan rancangan sistem sendiri. Berikut tahap awal dimana penerima waralaba Sawayaka Sushi tertarik untuk bergabung dalam waralaba Sawayaka Sushi ataupun mewaralabakan usahanya. Adapun penjelasan sebagai berikut.

A. Membuat surat pendaftaran waralaba Sawayaka Sushi

Salah satu dasar hukum waralaba adalah membuat surat pendaftaran waralaba untuk penerima dan pemberi waralaba Sawayaka Sushi, hal ini merupakan kewajiban bagi penerima dan pemberi waralaba Sawayaka Sushi. Bisa dikatakan bahwa surat pendaftaran ini juga berfungsi sebagai akta pendirian waralaba. Surat pendaftaran akan disesuaikan dengan kebutuhan pemberi waralaba dan penerima waralaba Sawayaka Sushi dengan bantuan hukum.

B. Memenuhi syarat menjadi penerima waralaba Sawayaka Sushi

Untuk menjadi penerima waralaba Sawayaka Sushi harus sudah disetujui dan diterima oleh pemberi waralaba Sawayaka Sushi, dengan syarat diberikan oleh pemberi waralaba diantaranya adalah mendirikan satu waralaba hanya pada satu lokasi dengan jarak tertentu dengan waralaba Sawayaka Sushi yang lain, membayar biaya awal yang ditetapkan oleh penerima waralaba.

C. Memiliki standar operasional prosedur yang jelas

Memiliki SOP yang jelas sebagai acuan dalam menjalankan usaha waralaba Sawayaka Sushi. SOP ini akan menjadi panduan bagi setiap karyawan, agar setiap karyawan dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan prosedur.

D. Memiliki hak kekayaan intelektual terdaftar

Hak kekayaan intelektual harus didaftarkan pada instansi berwenang. Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya kecurangan yang dilakukan oleh pihak lain, sehingga jika suatu waktu terjadi kecurangan, seperti penipuan atau peniruan produk maka nantinya bisa menggunakan bantuan hukum.

E. Adanya dukungan yang berkesinambungan

Pemberi waralaba Sawayaka Sushi biasanya akan memberikan pelatihan kepada penerima waralaba Sawayaka Sushi yang telah bergabung dengan waralaba yang dimilikinya. Selain mendapatkan pelatihan, penerima waralaba Sawayaka Sushi yang bergabung dengan bisnis waralaba Sawayaka Sushi akan mendapatkan segala sesuatu yang berkaitan dengan bisnis waralaba Sawayaka Sushi yang akan diikutinya seperti bahan produksi, peralatan dapur, outlet untuk jualan, seragam karyawan, dan sebagainya.

Untuk mendirikan waralaba Sawayaka Sushi atau bergabung dengan bisnis waralaba Sawayaka Sushi diperlukan biaya. Berikut Jenis biaya yang terdapat pada waralaba

A. Biaya Awal

Salah satu syarat adalah mempersiapkan biaya awal, dimana biaya ini akan dikeluarkan ketika pembisnis membuat tempat usaha, kendaraan, stok awal, peralatan dan perlengkapan usaha, serta ongkos penggunaan HKI yang total biaya awal ditentukan oleh pemberi waralaba.

F. Biaya Royalti

Biaya ini pada umumnya harus disiapkan oleh penerima waralaba Sawayaka Sushi sebagai biaya kepada pemberi waralaba Sawayaka Sushi setiap bulannya dari keuntungan atau laba usaha waralaba Sawayaka Sushi, besaran yang harus dibayarkan sesuai dengan perjanjian antar kedua pihak.

Untuk tahap awal bagi pembisnis yang tertarik untuk menjadi bagian waralaba Sawayaka Sushi maka dapat diikuti sistem panduan operasi manual waralaba Sawayaka Sushi untuk memulai usaha waralaba, sebagai

berikut. Setelah penerima waralaba telah mendirikan waralaba dan resmi menjadi penerima waralaba selanjutnya usaha waralaba berjalan dengan proses bisnis yang diusulkan dan akan digunakan untuk menjalankan usaha waralaba Sawayaka Sushi bagi penerima dan pemberi waralaba. Analisis SWOT adalah alat

yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengidentifikasi atau mengevaluasi faktor-faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan terdiri atas kekuatan dan kelemahan. Sementara itu faktor eksternal perusahaan terdiri atas peluang dan ancaman.

Tabel 1. Sistem Operasi Manual Waralaba Sawayaka Sushi

Bagian	Aspek
1. Pendahuluan	Pengantar Sejarah Perwaralaba Organisasi pewaralaba
2. Tahapan operasional	Hak dan kewajiban pewaralaba Hak dan kewajiban terwaralaba Tahapan operasional dari bisnis yang harus diikuti terwaralaba
3. Panduan & pra pembukaan	Desain interior outlet Bentuk bangunan Izin Usaha Asuransi Legalitas Order barang Tim manajemen Aplikasi untuk lisensi, izin, pemeliharaan
4. Kebijakan	Evaluasi Negosiasi Tema, image, dekorasi Standar kualitas pelayanan Kebijakan harga Gaji karyawan Pelayanan customer
5. Operasional dan pemeliharaan	Penanganan berbagai komplain Penampilan dan seragam karyawan Jam operasi

	<ul style="list-style-type: none"> Pemeliharaan umum Jodesc karyawan Keseharian Laporan periodic
6. Peralatan, sistem komputer, suplai	<ul style="list-style-type: none"> Inspeksi Standar keselamatan dan kesehatan Ruang istirahat Kunci, alarm dan pengaman Prosedur darurat
7. Administrasi	<ul style="list-style-type: none"> Peralatan, inventarisasi kebutuhan kantor Spesifikasi, vendor, perawatan dan perbaikan peralatan Operasional dan manajemen dari database franchisor
8. Promosi penjualan	<ul style="list-style-type: none"> Personel Menyimpan laporan dan akuntansi Supplier Rekrutmen dan training Quality control Kebijakan asuransi
9. Proteksi merk dagang dan rahasia dagang	<ul style="list-style-type: none"> Perencanaan pembukaan Promosi umum (ongoing) Promosi spesial Kehumasan Menggunakan public figure Diskon dan promosi
10. Laporan kepada pewaralaba	<ul style="list-style-type: none"> Memelihara visi yang tinggi dalam komunitas Menganalisa tren dan statistik demografi Penggunaan dan pemakaian merk dagang Contoh penyalahgunaan merk dagang Pemeliharaan dan proteksi rahasia dagang Memelihara dan menggunakan manual operasi

Proteksi dari software komputer dan manual operasi

Perjanjian menjaga rahasia untuk karyawan

Petunjuk dan syarat-syaratnya

Sumber : Pengolahan Data

Pada tahap analisis kuantitatif ini, akan dilakukan perhitungan terhadap kelayakan usaha rumah makan Sawayaka Sushi, apakah usaha rumah makan Sawayaka Sushi layak menjadi usaha waralaba atau belum berdasarkan data laba rugi yang telah ada. Berikut adalah perhitungan *Net present value* yang

mengukur perbedaan antara nilai sekarang dari arus kas masuk dan nilai sekarang dari arus kas keluar pada sebuah waktu atau periode dan *Payback Period* mempunyai definisi sebagai jangka waktu yang diperlukan oleh suatu usaha untuk mengembalikan modal yang ditanamkan pada usaha tersebut.

Tabel 2. Perhitungan *Payback Period*

Periode	<i>Cummulative Cashflow</i>
0	-Rp. 200,000,0000
1(6 Bulan)	-Rp. 116,090,182
2	Rp. 57,639,635
PBP	2,668 tahun

Sumber : Pengolahan Data

Tabel 3. Perhitungan *Net Present Value*

Periode	<i>Cashflow</i>
0	-Rp. 200,000,0000
1(6 Bulan)	Rp. 83,909,818
2	Rp. 173,729,817
PBP	Rp. 57,639,635

Sumber : Pengolahan Data

Nilai NPV didapatkan positif setelah dilakukan perhitungan yang artinya nilai arus kas masuk pada periode sekarang lebih besar dibandingkan nilai arus kas keluar yang berarti Sawayaka Sushi layak untuk menjadikan usahanya sebagai usaha waralaba. Dari hasil

perhitungan *Payback Period* (PP) didapatkan bahwa *Payback Period* pada rumah makan Sawayaka Sushi yaitu selama 2 tahun 7 bulan.

Di dalam pembuatan suatu usaha waralaba, diperlukan konsep bisnis yang baik dan matang sehingga kemungkinan usaha

waralaba tersebut sukses akan semakin meningkat. Di dalam konsep bisnis, terdapat beberapa aspek yang harus diperhatikan dan dirancang agar konsep bisnis tersebut menjadi baik. Berikut adalah aspek sarana dan prasarana, yang dimana lokasi tempat usaha

dari Sawayaka Sushi adalah tempat usaha seperti ruko atau lahan lainnya yang dikhususkan untuk usaha dan berikut adalah rancangan desain cabang rumah makan Sawayaka Sushi :



Gambar 1 Desain Usulan Rumah Makan Sawayaka Sushi

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian, bisnis Sawayaka Sushi yang sudah berdiri sejak pertengahan tahun 2019 telah berjalan dengan baik, berdasarkan aspek kelayakan usaha pada tingkat pengembalian (*Payback Period*) waralaba Sawayaka Sushi adalah 2 tahun 7 bulan mampu mengembalikan jumlah investasi yang dikeluarkan, dengan nilai *Net Present Value* (NPV) menghasilkan nilai positif sebesar Rp 57,639,635 maka investasi waralaba Sawayaka Sushi dapat diterima.

Sawayaka Sushi layak menjadi bisnis waralaba tetapi didalam sistemnya masih terdapat kekurangan. Dengan rumusan masalah yang ada maka kesimpulan yang didapatkan adalah:

1. Untuk saat ini, terdapat beberapa hal yang belum dipenuhi oleh rumah makan Sawayaka Sushi apabila ingin membuka cabang waralaba baru dan dalam menjalankan waralaba usahanya, yaitu:
 - A. Belum terdapat dokumen panduan untuk pemberi waralaba serta penerima waralaba. Kegunaan dari dokumen ini adalah untuk membantu pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam menjalankan kegiatan usaha waralaba usahanya serta juga untuk membantu proses transfer ilmu dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba.
 - B. Belum adanya dukungan secara terus menerus yang bertujuan untuk

memberikan bantuan pihak penerima waralaba dalam menjalankan kegiatan usaha waralabanya. Dukungan secara terus menerus bertujuan untuk memandu penerima waralaba saat menjalankan usahanya.

- C. HAKI yang belum didaftarkan.
HAKI dari rumah makan Sawayaka Sushi harus didaftarkan agar tidak ada orang lain yang mengambil logo atau merek dagang secara bebas.
2. Perbaikan-perbaikan yang dapat dilakukan dalam rangka menjalankan usaha waralaba rumah makan Sawayaka Sushi adalah:
 - a. Memperbaiki proses bisnis dengan menerapkan proses bisnis usulan yang telah dirancang
 - b. Menambahkan divisi yang diperlukan seperti pengelolaan waralaba agar dapat menunjang kegiatan waralaba
 - c. Memperbaiki sistem manajemen restoran agar menjadi terbiasa
 - d. Lebih melakukan promosi terhadap rumah makan Sawayaka Sushi seperti memberikan diskon, memberikan paket dengan harga terjangkau
3. Rancangan sistem waralaba usulan dibuat dengan mengikuti model perancangan yang telah dibuat, yaitu terdapat HKI yang telah didaftarkan, ciri khas usaha, bantuan terus-menerus, mempunyai standar, lokasi yang strategis, serta perjanjian waralaba. Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti mencoba memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi teoritis dan praktisi.
4. Bagi Teoritis, semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan bahan pertimbangan sebagai acuan dalam penelitian yang akan datang selain dari jurnal buku dan referensi-referensi lain yang sudah ada.
5. Bagi Praktisi, adanya penelitian ini diharapkan Sawayaka Sushi lebih dapat mengembangkan lagi bisnisnya agar dapat memperluas lagi pemasaran produknya dan meningkatkan dan mengembangkan SOP produksi produk sehingga dapat

bersaing dengan pesaing sejenis dan dapat memenuhi harapan konsumen.

Referensi

- Andala Rama, P. B. *Analisis Studi Kelayakan Pada Waralaba Excelso di Bandar Lampung*. Jurnal Manajemen: Universitas Bandar Lampung. 2013: 4(1), 53.
- Astuti, A. M. I., dan Ratnawati, S. *Analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di kantor pos kota magelang 56100)*; 2020. Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 17, No. 2, 58-70.
- Darmawan, D. & Widagdo, H. *MangoTen (Perencanaan Pengembangan Usaha Waralaba)*. Jurnal Manajemen: STIE Multi Data. 2021: 16(2), 10.
- Donny & Megawati. *Rumah Makan Waroeng 11 (Perencanaan Pengembangan Usaha waralaba)*. Jurnal Manajemen: STIE Multi Data. 2021: 16(1), 12.
- Elyarni, R., dan Hermandto. *Analisis swot terhadap stratehi pemasaran layanan sap express pada pt. sap*; 2016. Jurnal Metris. ISSN: 1411-3287, 81-87.
- Febriyanto, A., & Elizabeth, S. M. *Perencanaan Pengembangan Usaha Waralaba Arimaya Steak dan Pasta. Palembang*. Jurnal Manajemen: STIE Multi Data. 2018: 12(1), 10.
- IFBM. *Franchise Manual – Panduan Franchise Terlengkap & Pertama di Indonesia*. Jakarta: IFBM, 2007: 64.
- Mathar, M. *Aspek Hukum Usaha Waralaba Di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah: IAIN. 2006: 4(1), 2.
- Mediawati, E. *Pembelajaran Sistem*. Bandung: Dosen FPEB. Universitas Pendidikan Indonesia. 2018: 27.
- Redaksi Majalah Info Franchise. *Majalah Info Franchise Edisi Khusus Juni-Juli 2009*. Jakarta: PT Neo Mediatama, 2009: 87

Sugiyanto. *Studi Kelayakan Bisnis*. Banten: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju, 2020: 32

Suniata, A. *Perencanaan Pengembangan Usaha Waralaba Mammee Bakery Palembang*. Jurnal Manajemen: STIE Multi Data. 2019: 14(1), 13.