

*Mammee Bakery*  
**Perencanaan Pengembangan Usaha Waralaba**  
*Mammee Bakery*

**BUSINESS PLAN**



**Disusun Oleh :**

**Anastasya Suniata**

**1519200061**

**STIE MULTI DATA PALEMBANG  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PALEMBANG  
2019**

*Mammee Bakery*  
**Perencanaan Pengembangan Usaha Waralaba**  
*Mammee Bakery*

**BUSINESS PLAN**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk gelar kesarjanaan pada  
Program Studi Manajemen  
Jenjang Pendidikan Strata 1**

**Disusun Oleh :**

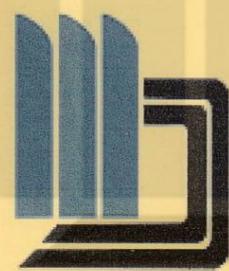
**Anastasya Suniata**

**1519200061**



**STIE MULTI DATA PALEMBANG  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PALEMBANG  
2019**

**STIE**

 **MDP**

## **BAB I**

### **RINGKASAN EKSEKUTIF**

*Mammee Bakery* merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner yang menjual berbagai macam menu roti dan kue. *Mammee Bakery* berdiri karena berawal dari kegemaran dan kecintaan seorang ibu dalam membuat roti dan kue sehingga pada tahun 1980 sang ibu merintis usaha roti dan kue kecil-kecilan dirumah. Untuk melestarikan dan juga mengembangkan resep-resep tradisional yang lezat dan tanpa bahan pengawet, juga untuk mengapresiasi kerja keras sang ibu maka pada tahun 2004, sang anak bersepakat untuk membuat bakery dengan brand *Mammee Bakery*.

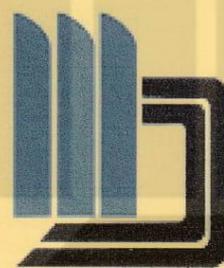
Saat ini *Mammee Bakery* sudah tersebar luar di kota Palembang dan telah memiliki 10 cabang. *Mammee Bakery* menyajikan 50 macam rasa roti isi yang terdiri dari rasa keju, coklat, pandan, abon, daging, sosis, srikaya, kelapa, pisang, kacang dan nanas. Terdapat juga roti tawar, roti kasur dan roti sisir serta kue *blackforest*. . Masing-masing roti dibuat dengan bentuk yang semenarik mungkin dan dikemas dengan plastik bening yang memiliki logo *Mammee Bakery*. Untuk varian roti isi dibandrol dengan harga mulai dari Rp. 6.000,- sampai dengan Rp. 12.000,-. Roti tawar, roti kasur dan roti sisir berkisar dari Rp. 13.500,- sampai dengan Rp. 22.000,- serta *blackforest* berkisar Rp. 60.000,- sampai dengan Rp. 160.000,-

Melihat kecintaan masyarakat terhadap produk *Mammee Bakery*, maka *Mammee Bakery* akan memperluas usahanya dengan menyajikan paket waralaba dengan konsep *booth* yang menyajikan 2 paket waralaba yaitu paket *booth premium* seharga Rp. 217.996.525,- dan *booth reguler* seharga Rp. 165.561.250,-.

Pemasaran waralaba *Mammee Bakery* akan dilakukan dengan dengan pembagian brosur, kartu nama dan juga melalui sosial media seperti instagram. Untuk calon *franchisee*, kami menargetkan calon wirausaha yang berusia produktif yaitu 25-55 tahun yang dimana usia tersebut merupakan usia yang produktif dalam menghasilkan pendapatan.

Modal awal yang dibutuhkan untuk mengoperasikan bisnis waralaba *Mammee Bakery* ini adalah sebesar Rp. 1.062.071.000,-. Hasil kelayakan usaha yang telah diperhitungkan didapat Payback Period atau jangka waktu pengembalian investasi waralaba *Mammee Bakery* adalah 2 tahun 3 bulan 26 hari, Net Present Value positif dengan nilai Rp. 409.363.541,- yang artinya usaha pendirian waralaba *Mammee Bakery* layak atau diterima, *Profitabilities Index* sebesar 1,3854 diatas ketentuan angka 1 yang dimana investasi dinyatakan layak atau diterima, *Internal Rate of Return* sebesar 21,60% lebih besar dari suku bunga yang berlaku yaitu 6% dan *Average Rate of Return* atau perhitungan rata-rata pengembalian bunga pendirian usaha waralaba *Mammee Bakery* adalah sebesar 106,61% atau lebih besar dari penetapan kelayakan suatu usaha dengan standar 100%, maka dapat disimpulkan bahwa waralaba *Mammee Bakery* layak untuk dijalankan.

**STIE**

 **MDP**

## **BAB II**

### **PENDAHULUAN**

#### **2.1 Latar Belakang Berdirinya Usaha**

Waralaba dikenal di Indonesia sekitar tahun 1970-an dengan masuknya waralaba luar negeri seperti *Kentucky Fried Chicken*, *Swensen Shakey Pisa* dan kemudian diikuti pula oleh *Burger King* dan *Seven Eleven* (Mayla, 2017).

Pengertian waralaba berasal dari Bahasa Perancis *affanchir* yang berarti *to free* yang artinya membebaskan. Dengan istilah *franchise* di dalam yang terkandung makna bahwa seseorang memberikan kebebasan dari ikatan yang menghalangi kepada orang untuk menggunakan atau membuat atau menjual sesuatu. Bisnis waralaba berarti kebebasan yang diperoleh seorang wirausaha untuk menjalankan suatu usaha tertentu di wilayah tertentu (Simatupang, 2013, h.56).

Waralaba ini merupakan suatu metode untuk melakukan bisnis, yaitu suatu metode untuk memasarkan produk atau jasa ke masyarakat. Selanjutnya disebutkan pula bahwa *franchise* dapat didefinisikan sebagai suatu sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, di mana sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain yang berskala kecil dan menengah (*franchisee*),. Hak- hak istimewa untuk melaksanakan

suatu sistem usaha tertentu dengan cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu, di suatu tempat tertentu.

Waralaba dipahami sebagai suatu bentuk kegiatan pemasaran dan distribusi. Perusahaan besar memberikan hak untuk menjalankan bisnis secara tertentu dalam waktu dan tempat tertentu kepada individu atau perusahaan yang relatif lebih kecil. *Franchise* merupakan salah satu bentuk metode produksi dan distribusi barang atau jasa kepada konsumen dengan suatu standar dan sistem eksploitasi tertentu. Pengertian standar dan eksploitasi tersebut meliputi kesamaan dan penggunaan nama perusahaan, merek, serta sistem produksi, tata cara pengemasan, penyajian dan pengedarannya.

Menurut *International Franchise Association Fee* untuk memulai sebuah bisnis waralaba bisa serendah \$ 8000 atau bahkan setinggi \$5 juta. Sedangkan *franchise fee* waralaba lokal berkisar antara 10-400 juta rupiah. Biaya ini biasanya mencakup *initial fee*, renovasi, *supply*, dan *inventory*, deposit, biaya sebelu memulai bisnis, biaya pelatihan dan modal kerja. Biaya lain yang akan muncul adalah *royalty fee* yang besarnya antara 2-15% dari penjualan (Utami,2010).

Waralaba tidak perlu memiliki keahlian khusus untuk menekuni bisnis yang spesifik sekalipun. Sebab *Franchise* hanya mengkopi nama atau merk, produk, sistem operasional dan manajemen perusahaan. Hal ini yang menjadikan banyak Warga Kota Yogyakarta ikut terjun dalam usaha *fastfood*

seperti khususnya bisnis tahu bulat atau makanan cepat saji yang lainnya yang ada di Yogyakarta (Setiawan, 2011).

Pada tanggal 18 Juni 1997, berdasarkan pada Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. PP No. 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan PP no 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum yang mengatur mengenai sistem waralaba adalah:

- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
- Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba
- Undang-undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.
- Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- Undang-undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Rumah makan Joglo Kampoeng Doeloe, Semarang mulai memasuki bursa *franchise* pada bulan Februari tahun 2010. Dalam kurun waktu beberapa tahun hingga tahun 2013 Rumah Makan Joglo Kampoeng Doeloe Semarang memiliki franchise saat ini ada satu yaitu bertempat di Jl. Setia Budi no 256 Semarang (Nurkhotima, 2014).

Warung Spesial Lalapan “PANGESTU” mulai berdiri awal tahun 2001. Nama PANGESTU diambil dari nama Sugeng Pangestu Pemilik dari warung makan PANGESTU, yang artinya adalah Do’a Restu atau Do’a Keselamatan

(Bahasa Jawa). Pada awalnya PANGESTU adalah warung kaki lima yang berada di Jl. Letjend panjaitan Depan Gedung Kejaksaan Lama (Sebelah barat RRI Jember ). Saat ini warung PANGESTU telah memiliki 11 cabang yang ada di wilayah Jember (Andini, 2013).

PT. Baba Rafi Indonesia saat ini telah memiliki banyak *outlet* yang tersebar di beberapa lokasi strategis di kota Surabaya dan melalui sistem waralaba. *Franchisee* diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki *Franchisor* dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh *Franchisor* melalui sejumlah kewajiban dalam menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan dari *Franchisor* kepada *Franchisee* (Fatra, dkk,2013)

Dewasa ini, makanan merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manusia setiap harinya, tidak hanya makanan berat saja yang diminati tetapi sekarang banyak masyarakat yang mempunyai kegemaran dalam mengonsumsi makanan ringan bahkan tidak dipungkiri jika masyarakat lebih suka cemilan untuk mengisi waktu. Namun masyarakat tentunya juga memperhatikan kualitas, rasa dan harga dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi.

Salah satu makanan ringan yang banyak digemari adalah roti. Kebanyakan orang mengonsumsi roti sebagai makanan ringan untuk sarapan. Roti merupakan makanan sehat yang mengandung zat bermanfaat,

seperti Vitamin B1, Vitamin B2, dan Niasin serta sejumlah mineral berupa zat besi, yodium, kalsium, dan kandungan mineral lainnya. Tingginya kandungan serat dalam roti gandum juga sangat baik untuk sistem pencernaan. Selain itu, roti gandum juga mengandung antioksidan dan *fitoestrogen* yang baik untuk mencegah penyakit jantung dan kanker (Igor, 2013).

Selain kaya akan manfaat, roti juga aman dikonsumsi oleh semua usia. Roti sudah dapat dikonsumsi pada usia 9 bulan. Dikarenakan pada usia tersebut, bayi butuh makanan yang lebih bertekstur. Roti bisa diberikan sebagai pendamping sayur, buah-buahan, dan protein yang diberikan sebagai sumber energi. (Novitasari, 2018)

Belakangan ini usaha yang sedang marak bermunculan di Palembang adalah usaha toko *bakery*. Menurut *Operation Direction* PT. Nippon Indosari, pertumbuhan bisnis *bakery* antara meningkat sekitar 7-10% setiap tahunnya. Serta, dengan hasil penelitian kuesioner yang telah dilakukan di Kota Palembang, peneliti mendapatkan bahwa dari 41 responden terdapat 35 atau sebesar 85.4% yang memilih roti sebagai makanan ringan untuk dikonsumsi.

Banyak pengusaha baru yang mengambil lisensi untuk membuka bisnis di bidang toko *bakery*. Hal tersebut dikarenakan roti merupakan makanan yang bergizi, lezat dan ekonomis sehingga digemari hampir setiap orang. Hal tersebut tentunya membuat bisnis toko *bakery* sangat menjanjikan untuk jangka panjang. Dapat kita lihat juga beberapa toko *bakery* yang di waralaba

dari luar kota banyak bermunculan di Kota Palembang, beberapa contohnya yaitu *BreadTalk*, *BreadLife*, *J.co* dan *Roti Boy*.

Melihat peluang tersebut, maka dari itu disini peneliti akan mengembangkan usaha *bakery* yang bernama *Mammee Bakery* untuk dijadikan bisnis waralaba. *Mammee Bakery* sudah memiliki 10 cabang di kota Palembang, sehingga bisa dikatakan bahwa produk *Mammee Bakery* sangat diminati oleh masyarakat di kota Palembang. *Mammee bakery* sudah merintis pembuatan roti rumahan sejak tahun 1980 dan membuka cabang pertamanya pada tahun 2004. *Mammee bakery* dipercaya selalu menyajikan roti yang *fresh* setiap harinya dan juga *Mammee bakery* tidak menggunakan bahan pengawet pada produksi rotinya sehingga rotinya aman untuk dikonsumsi.

**Tabel 2.1 Permintaan *Mammee Bakery* di 10 Cabang tahun 2016-2018.**

<b>Tahun Berdiri</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Penjualan Tahun 2016 (Unit)</b>	<b>Penjualan Tahun 2017 (Unit)</b>	<b>Penjualan Tahun 2018 (Unit)</b>	<b>Rata-rata Permintaan Per Hari (Unit)</b>
2004	Jl. Mayor Salim Batubara No.7 Palembang	100.800	109.800	107.280	290
2005	PTC Mall Palembang	106.200	123.480	127.800	326
2006	Jl. Brigjen Hasan Kasim No.8 Palembang	103.320	108.000	113.400	296
2012	Graha Bukit Raflesia no. 2 Kenten Sukamaju Palembang	113.880	120.085	124.100	327
2014	Komp. Ruko Taman Harapan Indah	148.320	154.800	153.000	416
2015	Jl. Lingkaran 1 no. 1 Palembang	133.920	136.440	138.600	373

2015	Jl. Jaksa Agung R. Soeprapto Palembang	126.000	133.920	136.800	362
2018	Jl. Jenderal Sudirman No. 26 Palembang	0	0	138.600	380
2018	Jl. R. E. Martadinata No.18A Palembang	0	0	45.150	124
2018	JL. Veteran Palembang	0	0	25.650	70
<b>Total Permintaan</b>		<b>832.440</b>	<b>886.525</b>	<b>1.110.380</b>	<b>2.964</b>

Sumber: Peneliti, 2019

## 2.2 Visi, Misi dan Tujuan

### 2.2.1 Visi

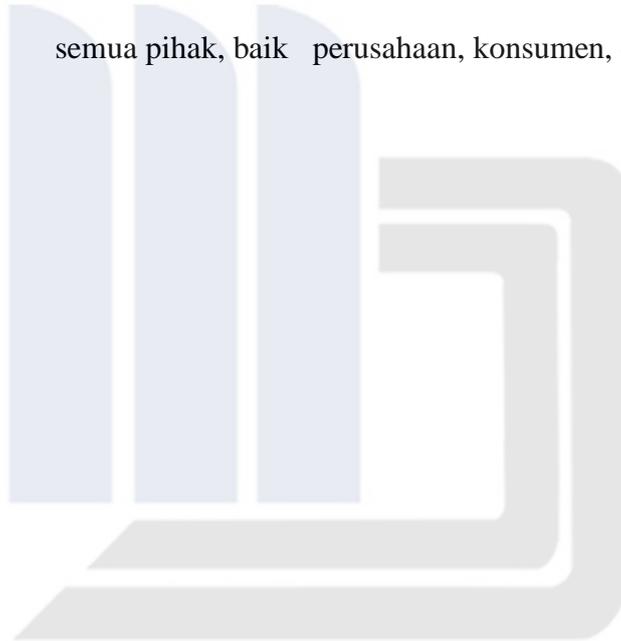
Menjadikan Brand *Mammee Bakery* sebagai perusahaan bakery ternama dan berkembang yang menjadi pilihan utama masyarakat karena memberikan nilai kepuasan terbesar baik dalam produk dan pelayanan kepada para konsumen dan mitra usahanya.

### 2.2.2 Misi

1. *Mammee Bakery* berkomitmen untuk selalu menjaga kualitas produk waralaba mulai dari bahan baku hingga proses pembuatannya.
2. *Mammee Bakery* ingin menjadi toko roti waralaba yang dikenal dengan harga terjangkau.
3. *Mammee Bakery* ingin menjadi bakery yang dekat dengan pelanggannya.

### 2.2.3 Tujuan

1. Mengembangkan waralaba *Mamsee Bakery* agar dapat lebih dekat dengan pelanggan.
2. Memberikan paket waralaba agar *Mamsee Bakery* dapat cepat berkembang.
3. Memenuhi kebutuhan konsumen yang ada di kota Palembang.
4. Membangun usaha yang dapat memberikan keuntungan bagi semua pihak, baik perusahaan, konsumen, dan mitra bisnis



**STIE**

 **MIDP**

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, 2013, *Studi Kelayakan Usaha Waralaba Warung “Pangestu”*, Politeknik Negeri Jember, Kabupaten Jember.
- Fatra, Widiyanti dan Sari, 2013, *Kesetaraan Kedudukan Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise)*, Universitas Jember, Jember.
- Ginting, 2015, *Manajemen Pemasaran*, Yrama Widya, Bandung.
- Igor, 2013, *Nikmat dan Bergizi: Manfaat Roti untuk Kesehatan*, Diakses pada 2013, dari [www.igors-pastry.com](http://www.igors-pastry.com)
- Kasmir dan Jakfar, 2012, *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*, Kencana, Jakarta.
- Khusaini, M 2013, *Ekonomi Mikro : Dasar-dasar Teori*, UB Press, Malang
- Kurniawan, 2018, *Pengunjung Palembang Icon Meningkatkan 50% Karena Ada acara Menarik*, Diakses pada 22 Oktober 2018, dari [www.palembang.tribunnews.com](http://www.palembang.tribunnews.com)
- Manap, A 2016, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Mayla, 2017, *Franchising (Waralaba)*, Diakses pada 2 April 2017, dari [www.maylaputri.blogspot.com](http://www.maylaputri.blogspot.com)
- Novitasari, 2018, *Kapan Bayi Boleh Makan Roti*, Diakses pada 6 November 2018, dari [www.msn.com](http://www.msn.com)
- Nurkhotimah, 2014, *Analisis Studi Kelayakan Investasi Waralaba (Franchise)*, Semarang.
- Purwana E.S., Dedi dan Nurdin H 2016, *Studi Kelayakan Bisnis*, PT Raja Grafindo Persana Jakarta.
- Setiawan, 2011, *Menjamurnya Usaha Franchise di Yogyakarta*, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta.
- Simatupang, 2013, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Sukirno, S 2015, *Pengantar Bisnis Edisi I*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.