

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Waralaba Mr. Cuki

1. Sejarah Waralaba Mr. Cuki

Waralaba Mr. Cuki ini adalah sebuah waralaba yang memproduksi makanan ringan (cemilan) dengan bahan dasar Cumi. Waralaba ini berlokasi di perumahan Permata Hijau, Tembalang, Semarang. Waralaba ini berdiri sejak tahun 2017 yang didirikan oleh Ulfa Nurjanah. Awal mula Waralaba ini didirikan adalah melihat banyaknya orang berfikir *seafood* itu mahal, setelah itu Ulfa Nurjanah selaku *owner* berfikir dan menciptakan Cumi krispi namun harganya yang terjangkau dari pada umumnya kemudian pada akhirnya Cumi Krispi ini banyak diminati konsumen karena rasa yang gurih, renyah dan harganya terjangkau.

2. Visi dan Misi Waralaba Mr. Cuki

a. Visi

Menjadi raksasa kuliner di Indonesia dan manca negara.

b. Misi

- 1) Menambah *outlet* setiap bulan.
- 2) Inovasi dan penambahan produk baru.
- 3) Pelayanan yang cepat dan ramah kepada pelanggan.

3. Perkembangan Mr. Cuki

Perkembangan waralaba Mr. Cuki dari awal berdiri hingga sampai saat sekarang ini mengalami perkembangan yang pesat dan banyak dinantikan di setiap kota. Pada awal berdirinya tahun 2017 Mr. Cuki hanya memiliki 2 *outlet* di Semarang lalu menambah 2 *outlet* lagi, ditambah saat *owner* Mr. Cuki diundang ke salah satu acara stasiun televisi yang menginspirasi dan menjadi salah satu acara favorit. Sejak itulah Mr. Cuki dikenal di kalangan masyarakat sehingga *franchisee* berlomba ingin membeli *franchise* dari waralaba Mr. Cuki. hingga saat ini sudah berkembang menjadi 28 *outlet* di 15 kota dengan pendapatan 90 juta lebih perbulan.

Waralaba Mr. Cuki walaupun sudah mendapatkan omset yang cukup besar namun hingga saat ini tidak melupakan sedekah dan berbagi dengan sesama dengan cara setiap hari jumat khusus *outlet* cabang Semarang memberikan diskon khusus kepada konsumennya yaitu membayar seikhlasnya atas produk cumi krispi maksimal pembelian satu orang 2 porsi dengan tujuan agar semua konsumen kebagian. Semua hasil penjualan di hari jumat akan didonasikan kepada yang membutuhkan.

4. Manajemen Operasi

a. Bahan Baku

Bahan baku dari Mr. Cuki ini adalah menggunakan Cumi pilihan segar, berkualitas dan dengan berbagai bumbu racikan

khusus waralaba Mr. Cuki sehingga hasilnya gurih saat digoreng nanti. Cumi didapat dari pengepul cumi yang berada di daerah Pati.

b. Proses produksi

Setelah cumi sampai di tangan *franchisor* selanjutnya cumi akan dibersihkan dan di potong-potong sesuai standar mutu waralaba Mr. Cuki, kemudian cumi akan dimasukkan ke dalam *freezer* agar tetap terjaga kesegarannya dan tahan lama menunggu sampai *franchisee* memesan. Selain cumi *franchisor* juga meracik bumbu dan tepung khusus yang hanya bisa dibuat oleh waralaba Mr. Cuki. *Packaging* pun diproduksi langsung oleh *franchisor* sehingga saat dikirim ke *franchisee* semua bahan yang diterima bisa langsung diolah, bahan baku yang dikirim ke *franchisee* menjadi satu paket yang berisikan cumi yang sudah bersih, tepung yang sudah diberi bumbu dan *packaging*.

Satu paket bahan baku yang diterima *franchisee* kemudian akan dipisahkan dari cumi, tepung dan *packaging*, untuk cumi akan langsung dimasukkan ke *freezer* yang sebelumnya sudah difasilitasi oleh *franchisor* Mr. Cuki di masing-masing *outlet* untuk dapat selalu menjaga kesegaran dan kualitas cumi.

Selanjutnya jika ada konsumen yang memesan karyawan memulai proses pencampuran bahan-bahan dengan cara mencampur cumi dengan tepung yang sudah diberi bumbu dan kemudian digoreng hingga membutuhkan waktu kurang lebih

selama 8-10 menit, seterusnya jika sudah matang cumi krispi ditiriskan dan siap untuk diberi bumbu-bumbu perasa sesuai selera konsumen.

c. *Output/Produk*

Produk Mr. Cuki saat ini baru memiliki satu jenis produk yaitu cumi krispi goreng yang kedepannya akan dikembangkan dan diinovasikan lebih banyak lagi. Untuk varian rasa dan harga cumi krispi banyak pilihanya diantaranya bisa dilihat di tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Daftar Harga Menu Waralaba Mr. Cuki

No	Varian Rasa	Harga
1	Original	Rp 6000,-
2	Sapi Panggang	Rp 6.500,-
3	<i>Barbeqiu</i>	Rp 6.500,-
4	Balado	Rp 6.500,-
5	Pedas Level 1	Rp 6.500,-
6	Pedas Level 2-3	Rp 7000,-
7	Pedas Level 4-5	Rp 7000,-

Sumber : Data primer diolah 2018, lampiran 3

Pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa banyak pilihan varian rasa dan harga jual yang ditetapkan waralaba Mr. Cuki. *Franchisor* memberikan jargon pada waralaba Mr. Cuki yaitu “Rasa nikmat Harga hemat”. Pada umumnya harga *seafood* mahal,

khususnya cumi sehingga waralaba Mr. Cuki membuat dan menyajikan cumi krispi dengan harga yang terjangkau. Tidak jarang pula masing-masing *franchisee* melakukan promosi penjualan dengan memberikan diskon pada cumi krispi dengan harapan mengenalkan dan menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

B. Status Responden

Status responden ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti. Status responden sebagai informan pada penelitian evaluasi rantai pasokan Mr. Cuki dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4. 2 Status Responden

No	Status	Jumlah Responden
1	Nelayan	2
2	Pengepul	1
3	<i>Franchisor</i>	1
4	<i>Franchisee</i>	4
5	Konsumen	4
Jumlah		12

Sumber : Data primer diolah 2018

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini responden yang digunakan berjumlah 12 responden. Responden terbanyak adalah *franchisee* dan konsumen yang berjumlah masing-masing 4 responden paling sedikit adalah pengepul dan *franchisor* karena berjumlah masing-masing 1 responden. Penjelasan lebih lanjut dari responden-responden tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nelayan

Nelayan dalam penelitian ini berjumlah 2 orang nelayan. Dari 2 orang nelayan tersebut rata-rata semua sudah berpengalaman karena sudah lebih dari 5 tahun menjadi nelayan cumi.

2. Pengepul

Pengepul dalam penelitian ini berjumlah 1 orang pengepul dan pengepul ini sudah berpengalaman karena lebih dari 6 tahun menjadi pengepul cumi. Pengepul ini mendapatkan cumi langsung dari nelayan yang diantar langsung ke pengepul oleh nelayan.

3. Perusahaan waralaba (*franchisor*)

Perusahaan waralaba yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden pemilik waralaba Mr. Cuki. Berdiri kurang lebih 1,5 tahun. perusahaan waralaba ini sekaligus sebagai distributor bahan baku waralaba Mr. Cuki ke *outlet-outlet* yang tersebar di beberapa kota.

4. Pewaralaba (*franchisee*)

Pewaralaba yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden pembeli hak katas kekayaan intelektual atau penemuan dari *franchisor* sekaligus memproduksi cumi krispi dan yang bersentuhan langsung dengan konsumen

5. Konsumen

Konsumen dalam penelitian ini berjumlah 4 orang konsumen. Konsumen yang dijadikan responden adalah konsumen yang sudah *loyal* membeli produk waralaba Mr. Cuki. Konsumen ini diambil dari

kalangan yang berbeda-beda yaitu pelajar, mahasiswa, karyawan dan ibu rumah tangga yang berdomisili di Yogyakarta.

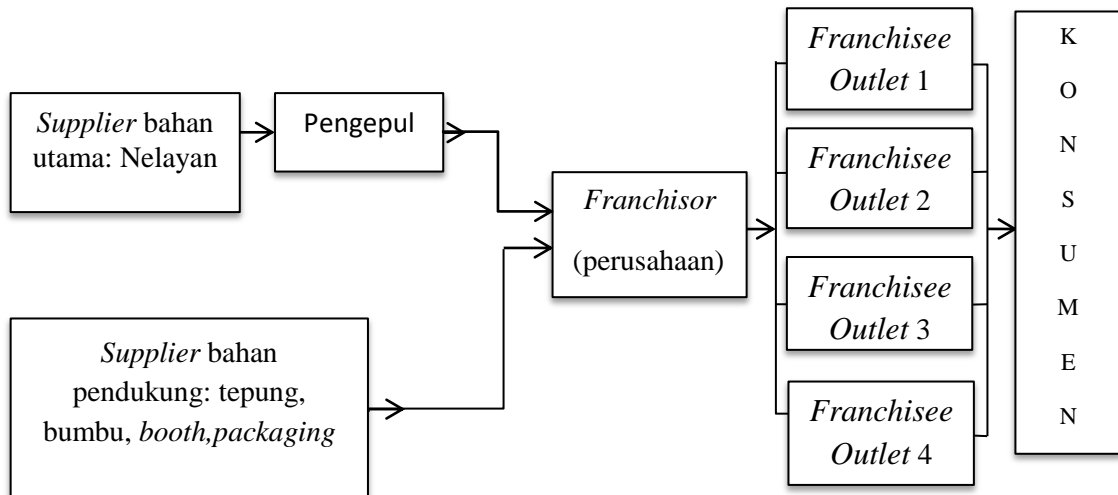
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Cumi merupakan hasil laut yang tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia. Cumi biasanya terkenal di kalangan masyarakat sebagai olahan *seafood* yang lumayan mahal, namun dengan rasanya yang gurih nikmat diolah menjadi berbagai olahan kuliner hampir semua orang menyukai makanan dengan bahan dasar cumi.

Penelitian ini dilakukan pada waralaba Mr. Cuki di Perumahan Permata Hijau, Tembalang, Semarang. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai Evaluasi Rantai Pasokan waralaba Mr. Cuki. Hasil penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses rantai pasokan Mr. Cuki. Narasumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 12 narasumber yang terdiri dari 2 orang nelayan, 1 orang pengepul, 1 orang pemilik waralaba, 4 orang *franchisee* dan 4 orang konsumen. Berikut ini adalah hasil dari evaluasi rantai pasokan Mr. Cuki

1. Hasil Model Skema Rantai pasokan Waralaba Mr. Cuki

Di bawah ini adalah model skema rantai pasokan Mr. Cuki yang didapatkan berdasarkan wawancara kepada *owner* Mr. Cuki yang dilakukan oleh peneliti.



Gambar 4. 1 Model Skema Rantai Pasokan Waralaba Mr. Cuki

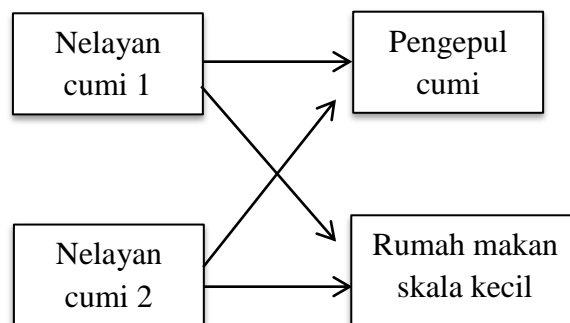
Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa pada aliran rantai pasokan Mr.Cuki dimulai dari nelayan kemudian nelayan menjual cumi yang kualitasnya memenuhi standar kepada pengepul sedangkan cumi yang kualitasnya tidak memenuhi standar menjual kerumah makan skala kecil. Pengepul menjual lagi kepada waralaba Mr.Cuki dan rumah makan skala besar. Setelah sampai perusahaan waralaba, memotong dan membersihkan cumi yang kemudian dimasukan *freezer* untuk tetap menjaga kesegaran cumi dan Mr.Cuki juga mendapatkan *supplier* bahan pendukung seperti tepung, bumbu, *packaging* dan *booth* dari *supplier* pendukung. kemudian Mr.Cuki siap mengirimkan pesanan bahan baku dan bahan pendukung yang dikemas satu paket yaitu cumi, tepung yang sudah dicampur dengan bumbu dan *packaging* ke masing-masing *outlet* sesuai pesanan. Setelah bahan baku cumi dan bahan baku pendukung sampai ke

outlet-outlet cumi akan langsung dimasukkan *freezer* supaya tetap menjaga kesegaran cumi dan barulah *franchisee* mengolah cumi krispi dengan mencampur tepung yang sudah di bumbu seterusnya digoreng dengan waktu kurang lebih 8-10 menit lalu ditiriskan setelah itu diberi bumbu-bumbu perasa sesuai selera konsumen.

Di bawah ini adalah aliran hubungan rantai pasokan berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti:

a. Aliran rantai pasokan nelayan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada 2 nelayan dapat dilihat proses aliran rantai pasokan Mr.Cuki. proses aliran rantai pasokannya dapat dilihat pada Gambar 4.2

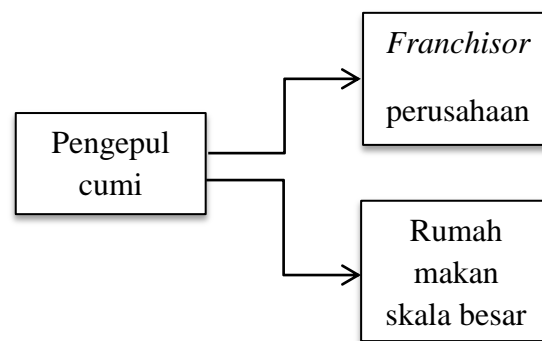


Gambar 4. 2 Aliran Rantai Pasokan Nelayan

Berdasarkan gambar aliran rantai pasokan nelayan di atas dapat dijelaskan bahwa kedua nelayan ini semua menjual cumi kepada pengepul dan rumah makan skala kecil. Nelayan menjual cumi ke pengepul dengan kriteria tertentu yaitu ukuran 12 up (12cm) sebaliknya nelayan menjual ke rumah makan kecil dapat semua ukuran namun pasokan tidak pasti.

b. Aliran rantai pasokan pengepul

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 1 pengepul cumi dapat dilihat proses aliran rantai pasokan Mr. Cuki. Proses aliran rantai pasokannya dapat dilihat pada Gambar 4.3

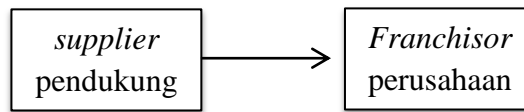


Gambar 4. 3 Aliran Rantai Pasokan Pengepul

Berdasarkan gambar aliran rantai pasokan pengepul dapat dijelaskan bahwa dari satu responden pengepul mereka semuanya menjual cumi kepada Mr. Cuki dan rumah makan besar tetapi kebanyakan mereka menjualnya kepada Mr. Cuki

c. Aliran rantai pasokan *supplier* pendukung

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada beberapa *supplier* pendukung seperti tepung, bumbu *packaging*, dan *booth* dapat dilihat proses aliran rantai pasokan Mr. Cuki. Proses aliran rantai pasokannya dapat dilihat pada gambar 4.4

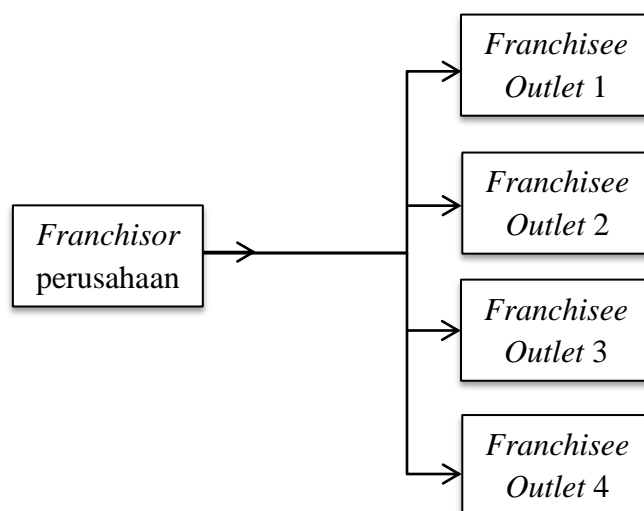


**Gambar 4. 4 Aliran Rantai
Pasokan *Supplier* Pendukung**

Berdasarkan gambar 4.4 aliran rantai pasokan *supplier* pendukung dapat dijelaskan dari penjelasan *franchisor* mendapatkan bahan baku tepung, *packaging*, *booth* dari *supplier* pendukung sesuai setandar mutu Mr. Cuki.

d. Aliran rantai pasokan perusahaan (*franchisor*)

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada *franchisor* dapat dilihat proses aliran rantai pasokan Mr. Cuki. Proses aliran rantai pasokannya dapat dilihat pada gambar 4.5

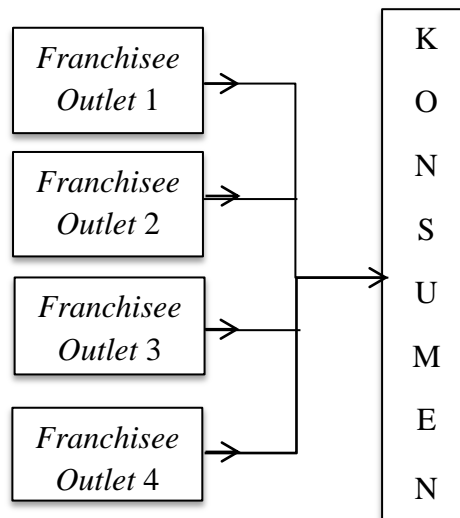


**Gambar 4. 5 Aliran Rantai
Pasokan *Franchisor***

Berdasarkan gambar 4.5 aliran rantai pasokan *franchisor* dapat dijelaskan dari responden *franchisor* menjual bahan baku ke *franchisee* Karena bahan baku hanya *franchisor* yang dapat membuat sesuai standar mutu Mr. Cuki.

e. Aliran rantai pasokan *franchisee*

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 4 *franchisee* dapat dilihat proses aliran rantai pasokan Mr. Cuki. Proses aliran rantai pasokan dapat dilihat pada gambar 4.6



Gambar 4. 6 Aliran Rantai Pasokan *Franchisee*

Dari keempat responden *franchisee* dapat dijelaskan bahwa semua *franchisee* ini menjual produk Mr. Cuki kepada konsumen langsung melalui *outlet-outlet*.

Dari semua penjelasan model skema rantai pasokan waralaba Mr. Cuki di atas dapat dijelaskan bahwa aliran rantai pasokan dimulai dari nelayan kemudian nelayan menjual cumi kepada pengepul dan rumah makan kecil, dari satu pengepul ini mereka menjualnya lagi kepada *franchisor* dan rumah makan, kemudian *franchisor*, *franchisor* mendapatkan bahan baku tidak hanya cumi namun ada bahan baku yang didapat dari *supplier* pendukung seperti tepung, bumbu, *packaging* dan mendistribusikan langsung ke *outlet-outlet* sesuai permintaan *franchisee*. Dari *franchisee* mereka semua mencampurkan bahan-bahan dengan cara mencampur cumi dengan tepung yang sudah diberi bumbu dan kemudian digoreng hingga membutuhkan waktu kurang lebih selama 8-10 menit, seterusnya jika sudah matang cumi krispi ditiriskan dan siap untuk diberi bumbu-bumbu perasa sesuai selera konsumen waralaba Mr. Cuki.

2. Peran pihak-pihak yang menjadi *stakeholders* pada rantai pasokan waralaba Mr. Cuki

Di bawah ini adalah tabel status dari *stakeholders* dalam rantai pasokan waralaba Mr. Cuki

Tabel 4. 3 Status Stakeholders

No	Responden	Keterangan	Lama Kerja
1	Nelayan 1	Pencari cumi dan pemilik kapal	5 tahun
2	Nelayan 2	Pencari cumi dan karyawan kapal	7 tahun
3	Pengepul	Pembeli cumi dari nelayan dan menjual ke Mr. Cuki dan rumah makan skala besar	7 tahun
4	<i>Franchisor</i>	Pemilik Mr. Cuki	1,5 tahun
5	<i>Franchisee Outlet 1</i>	Kadipaten Kidul	11 bulan
6	<i>Franchisee Outlet 2</i>	Lempong Sari	10 bulan
7	<i>Franchisee Outlet 3</i>	Godean	9 bulan
8	<i>Franchisee Outlet 4</i>	Turi	10 bulan
9	Konsumen 1	Konsumen Mr. Cuki <i>Outlet 1</i>	-
10	Konsumen 2	Konsumen Mr. Cuki <i>Outlet 2</i>	-
11	Konsumen 3	Konsumen Mr. Cuki <i>Outlet 3</i>	-
12	Konsumen 4	Konsumen Mr. Cuki <i>Outlet 4</i>	-

Sumber: Data primer diolah 2018

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa peran dari masing-masing pihak yang terlibat dalam proses rantai pasokan adalah sebagai berikut :

a. Nelayan

Dalam proses rantai pasokan Mr. Cuki peran nelayan adalah:

- 1) Pemasok cumi untuk pengepul.
- 2) Pemasok cumi untuk rumah makan skala kecil.
- 3) Menyediakan cumi yang berkualitas untuk *Franchisor* yang dijual lewat perantara pengepul.

- 4) Nelayan menangkap cumi di laut lepas, memisahkan antara ikan dan cumi hingga cumi sampai dengan dijual ke pengepul.
- 5) Menyediakan cumi yang sesuai dengan permintaan standar kualitas pengepul.
- 6) Menjaga kesegaran kualitas cumi dengan metode yang tepat.

b. Pengepul

Dalam proses rantai pasokan Mr. Cuki peran pengepul adalah:

- 1) Perantara nelayan menyalurkan cumi ke Mr. Cuki untuk bahan baku. utama Mr Cuki dan rumah makan skala besar.
- 2) Membeli cumi dari nelayan dengan harga tinggi.
- 3) Pemasok cumi untuk Mr. Cuki dan rumah makan skala besar. Dari Mr. Cuki dan rumah makan memiliki kriteria cumi 12up (12cm) dan kondisi masih segar.
- 4) Memberikan pinjaman modal untuk nelayan.
- 5) Menyediakan cumi sesuai kebutuhan standar kualitas Mr. Cuki.
- 6) Menjaga kesegaran kualitas cumi dengan metode yang tepat.

c. *Supplier* pendukung

Dalam proses rantai pasokan Mr. Cuki peran *supplier* pendukung adalah:

- 1) Menyediakan bahan pendukung tepung, bumbu, *packaging* dan *booth* sesuai dengan kualitas yang diminta Mr. Cuki.
- 2) Memenuhi kebutuhan waralaba Mr. Cuki terkait dengan *packaging*, *booth*, tepung dan bumbu.

d. *Franchisor* waralaba Mr. Cuki

Dalam proses rantai pasokan waralaba Mr. Cuki peran *franchisor* adalah:

- 1) Mempersiapkan bahan baku sesuai standar mutu waralaba Mr. Cuki.
- 2) Membuat resep sesuai standar mutu waralaba Mr. Cuki.
- 3) Pemasok bahan baku waralaba Mr. Cuki kepada *franchisee*.
- 4) Penyedia lapangan pekerjaan untuk ibu rumah tangga lingkungan sekitar *franchisor*.
- 5) Pembeli tepung, *packaging*, *booth* dari *supplier* pendukung.
- 6) Pembeli cumi dari pengepul yang digunakan sebagai bahan baku utama.
- 7) Mengirimkan bahan baku kepada *franchisee*.
- 8) Membuat perjanjian dan SOP yang diterapkan kepada *franchisee*.

e. *Franchisee* waralaba Mr. Cuki

Dalam proses rantai pasokan waralaba Mr. Cuki peran konsumen adalah:

- 1) Membeli brand waralaba Mr. cuki.
- 2) Memproduksi cumi krispi dengan cara digoreng.
- 3) Menjual produk waralaba Mr. Cuki (cumi krispi) kepada konsumen.
- 4) Promosi produk waralaba Mr. Cuki (cumi krispi) kepada konsumen.

f. Konsumen

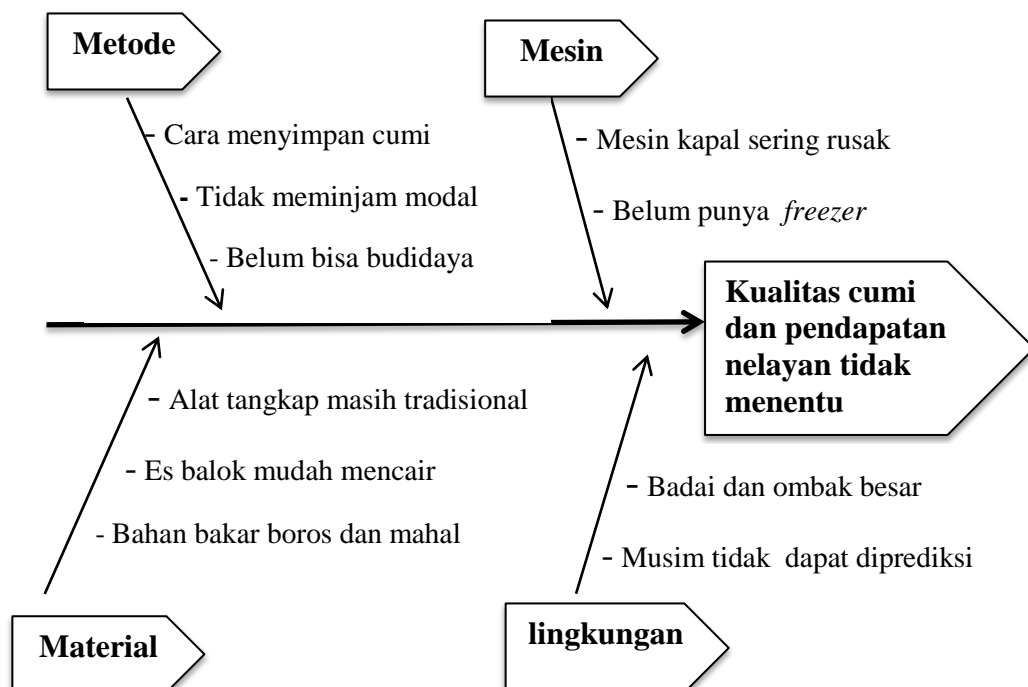
Dalam proses rantai pasokan waralaba Mr. Cuki peran konsumen adalah:

- 1) Membeli produk waralaba Mr. Cuki
- 2) Mengonsumsi produk waralaba Mr. Cuki

3. Masalah-masalah yang dihadapi oleh setiap *stakeholder* pada rantai pasokan waralaba Mr. Cuki

a. Permasalahan yang dihadapi nelayan dengan analisis *fishbone*.

Nelayan sebagai *supplier* utama cumi untuk waralaba Mr. Cuki yang sebelumnya disetor melalui perantara yaitu pengepul. Nelayan berusaha memenuhi kebutuhan bahan baku waralaba Mr. Cuki yang sesuai standar dan kualitas yang telah ditetapkan sebelumnya, namun dalam hal ini nelayan memiliki masalah atau kendala membuat kualitas bahan baku yang dihasilkan menjadi tidak maksimal. Berikut adalah masalah atau kendala yang dihadapi nelayan:



Gambar 4. 7 Diagram *Fishbone*

Berdasarkan gambar Diagram *Fishbone* di atas dapat dijelaskan berbagai penyebab masalah yang menjadi kendala bagi nelayan cumi, sehingga mempengaruhi kualitas dan pendapatan nelayan.

1) Faktor mesin

Pada mesin ini berkaitan dengan alat pendukung operasional nelayan untuk dapat memaksimalkan prolehan cumi di laut. Namun pada mesin ini mengalami kendala sehingga menimbulkan *problem*. Berikut di bawah ini sebab-sebabnya:

a) Mesin kapal sering rusak

Mesin kapal sering rusak membuat nelayan terkendala saat ingin berangkat berlayar ke tengah laut untuk menangkap cumi. Salah satu penyebab yang membuat mesin kapal sering rusak karena mesin sudah tua atau sudah habis masa ekonomis pemakaiannya.

b) Belum punya *freezer*

Nelayan yang belum mempunyai *freezer* atau alat untuk menjaga kesegaran cumi mengalami masalah pada kualitas cumi yang ditangkap sehingga dapat menurunkan kualitas cumi dan secara tidak langsung mempengaruhi harga jual ke pengepul.

2) Faktor Metode

Pada metode ini berkaitan dengan tata cara yang dijalankan oleh nelayan. Namun pada metode ini ada beberapa sebab kendala

sehingga menimbulkan *problem*. Berikut di bawah ini sebab-sebabnya:

a) Cara menyimpan cumi

Dalam penyimpanan hasil tangkapan cumi yang tidak tepat dapat menurunkan kualitas cumi sehingga harga cumi pun juga akan ikut turun.

b) Tidak meminjam modal

Nelayan tidak meminjam modal karena belum siap dengan hutang yang akan menjadi beban tanggungan sehingga belum dapat memaksimalkan kinerja operasional dalam menangkap cumi.

c) Belum bisa budidaya

Nelayan belum tahu cara budidaya cumi jadi untuk sekarang nelayan hanya bergantung dengan laut. Sehingga pada saat cuaca buruk nelayan tidak dapat melaut.

3) Faktor lingkungan

Pada faktor lingkungan ini tidak dapat selalu diprediksi oleh nelayan, sehingga membuat nelayan sangat bergantung pada lingkungan selama proses berlayar di laut. Berikut adalah sebabnya:

a) Musim tidak dapat diprediksi

Musim tidak dapat diprediksi membuat nelayan sangat bergantung pada cuaca karena dapat memperlancar perjalanan yang aman ke tengah laut dan proses kemudahan penangkapan cumi.

b) Badai dan ombak besar

Badai dan ombak besar merupakan salah satu sebab yang membuat nelayan takut untuk melaut dikarenakan dapat mengancam keselamatan nelayan itu sendiri.

4) Faktor Material

Pada sistem material ini berkaitan dengan bahan atau alat pendukung dalam operasional nelayan. Namun pada sistem material ini ada beberapa sebab sehingga menimbulkan *problem*. Berikut di bawah ini sebab-sebabnya:

a) Alat tangkap masih tradisional

Alat tangkap yang masih tradisional membuat nelayan tidak bisa maksimal dalam menangkap cumi di laut lepas, tak jarang banyak cumi yang lepas ke laut kembali.

b) Es balok mudah mencair

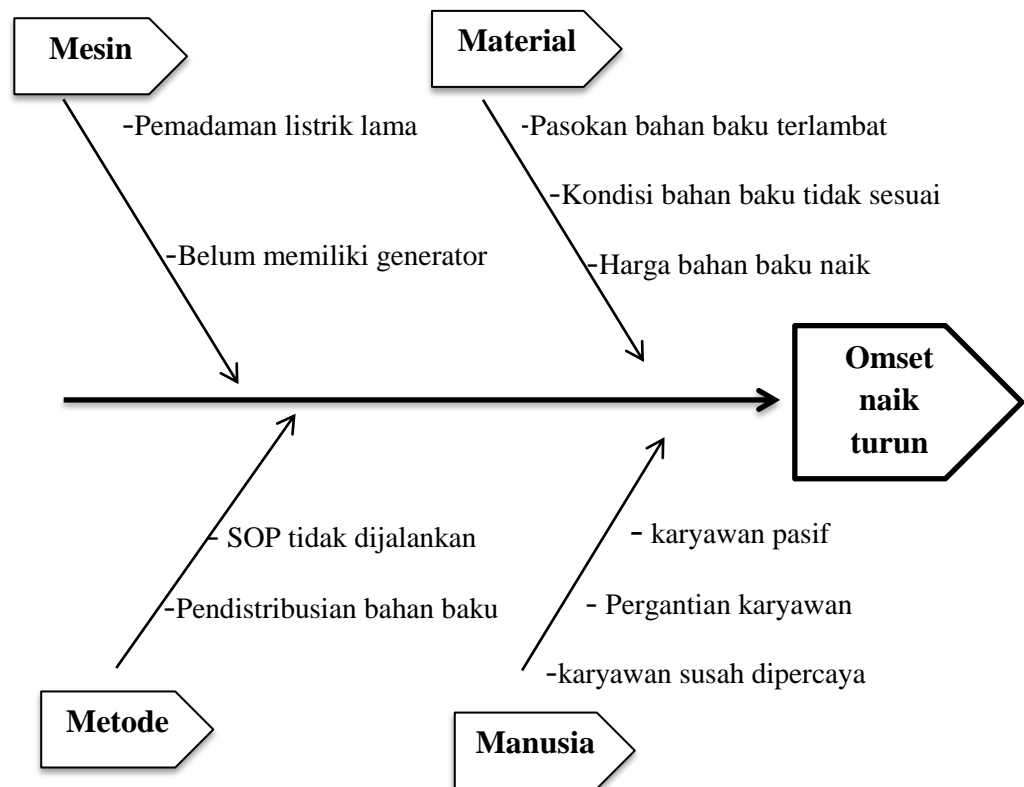
Nelayan yang masih menggunakan box untuk menyimpan hasil tangkapan terkadang mengalami kendala saat es balok yang nantinya digunakan untuk menjaga kesegaran cumi di box mencair sebelum nelayan sampai ke daratan.

c) Bahan bakar boros dan mahal

Bahan bakar yang digunakan untuk mesin kapal dan menghidupkan diesel boros dan belum lagi setiap waktu bahan bakar mengalami kenaikan yang semakin mahal.

b. Permasalahan yang dihadapi *franchisor* dengan analisis *fishbone*.

Franchisor badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain yaitu *franchisee*. Jadi disini tugas *franchisor* waralaba Mr. Cuki sangat penting baik dalam pendistribusian bahan baku dan bahan pendukung untuk *franchisee*, pembuat kebijakan/ SOP serta memberikan *skill* keahlian yang sesuai standar waralaba. Namun *franchisor* masih memiliki masalah atau kendala dalam omset penjualan yang diperoleh. Berikut adalah masalah atau kendala yang dihadapi oleh *franchisor*.



Gambar 4. 8 Diagram *Fishbone*

Berdasarkan gambar Diagram *Fishbone* di atas dapat dijelaskan berbagai penyebab masalah yang menjadi kendala bagi *franchisor*, sehingga omset yang diperoleh naik turun.

1) Faktor Material

Pada sistem material ini berkaitan dengan bahan baku yang akan diolah dalam waralaba Mr. Cuki baik bahan baku utama maupun bahan baku pendukung. Namun pada sistem material ini ada beberapa sebab sehingga menimbulkan *problem*. Berikut di bawah ini sebab-sebabnya:

a) Pasokan bahan baku terlambat

Pasokan bahan baku terlambat dari nelayan ke pengepul sehingga terkadang pengepul tidak memiliki stok yang cukup sesuai yang diinginkan *franchisor*. Salah satu sebab yang membuat *franchisor* terlambat juga dalam mendistribusikan bahan baku ke *outlet-outlet* waralaba Mr. Cuki.

b) Kondisi bahan baku tidak sesuai

Kondisi bahan baku terkadang tidak sesuai standar yang diinginkan *franchisor*, dalam segi kesegaran cumi itu sendiri.

c) Harga bahan baku naik

Harga bahan baku naik baik bahan baku utama maupun pendukung yang membuat *franchisor* kesulitan mengaturnya.

2) Faktor mesin

Pada sistem mesin ini berkaitan dengan alat operasional yang

mendukung produksi dalam waralaba Mr. Cuki. Namun pada sistem mesin ini ada beberapa sebab sehingga menimbulkan *problem*.

Berikut di bawah ini sebab-sebabnya:

a) Pemadaman listrik lama

Pada saat pemadaman listrik lama alat untuk membekukan cumi agar tetap segar tidak dapat beroperasi yang menyebabkan cumi tidak segar lagi bahkan sampai busuk.

b) Belum memiliki generator

Mesin pendukung yang belum dapat *franchisor* penuhi untuk menghidupkan *freezer* saat listrik padam dengan menggunakan alat bantu generator.

3) Faktor Metode

Pada sistem metode ini berkaitan dengan tata cara yang dijalankan dalam waralaba Mr. Cuki. Namun pada sistem metode ini ada beberapa sebab sehingga menimbulkan *problem*. Berikut di bawah ini sebab-sebabnya:

a) SOP tidak dijalankan

Aturan yang harusnya dilakukan oleh *franchisee* namun tidak dilakukan dengan baik, sehingga ada prosedur yang tidak dapat berjalan seperti *marketing* secara berkala.

b) Pendistribusian bahan baku

Pendistribusian bahan baku dari *franchisor* ke *franchisee* terkadang mengalami kendala, jika satu kota atau wilayah hanya

ada satu *franchisee* saja yang memesan bahan baku, *franchisor* tidak dapat mengantarkan menggunakan mobil box, namun menggunakan jasa titip melalui bus.

4) Pada faktor SDM

Berkaitan dengan orang yang akan menjalankan dan melaksanakan proses dari *input*, proses produksi hingga *output* dalam waralaba Mr. Cuki. Namun pada sistem SDM ini ada beberapa sebab sehingga menimbulkan *problem*. Berikut ini sebab-sebabnya:

a) Karyawan pasif

Pada saat *training* karyawan terkesan pasif atau diam kurang bersemangat dalam mengikutinya sehingga terbawa saat di outlet tidak melakukan penawaran dengan baik dan kurang ramah kepada konsumen.

b) Pergantian karyawan

Pergantian karyawan membuat *franchisor* harus memberikan pelatihan ulang kepada calon karyawan, jika karyawan lama sudah lama dan mengetahui secara detail proses pengoperasiannya mereka dapat memberikan pembelajaran kepada karyawan baru, namun pada kenyataannya karyawan yang memilih keluar belum terlalu mengerti tentang pengoperasiannya.

c) Karyawan susah dipercaya

Susahnya mencari karyawan yang dapat dipercaya menjadi masalah karna pernah ada kejadian karyawan membawa uang

hasil jualan tanpa sepengetahuan *franchisee*.

c. Permasalahan yang dihadapi pengepul

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti masalah-masalah yang sering dialami oleh pengepul adalah sebagai berikut:

1) Cuaca

Masalah cuaca yang sering dihadapi nelayan sehingga tidak dapat melaut menjadi salah satu yang berimbas ke pengepul karena pasokan cumi yang masuk ke pengepul sangat kurang bahkan tidak ada, sedangkan permintaan cumi tinggi.

2) Kualitas

Masalah kualitas pengepul terkadang menerima cumi dengan kualitas tidak baik dari nelayan. Disebabkan pengiriman cumi ke pengepul yang lambat, penanganan cumi saat kapal perjalanan ke darat salah, sehingga banyak pelanggan yang komplain ke pengepul.

3) Jumlah permintaan

Masalah jumlah permintaan pasokan yang semakin banyak dan tidak dapat diprediksi namun tidak seimbang dengan jumlah pasokan cumi ke gudang. Terkadang banyak pelanggan yang kecewa karena tidak bisa mendapatkan cumi sesuai harapan.

d. Permasalahan yang dihadapi *franchisee*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti masalah-masalah yang sering dialami oleh *franchisee* adalah sebagai berikut:

1) Pasokan bahan baku

Masalah pasokan bahan baku yang dialami *franchisee* yang terkadang mengalami keterlambatan dalam pengirimannya dari *franchisor* membuat proses produksi sedikit terhambat.

2) Konsumen

Masalah terkait konsumen yang dialami *franchisee* di saat proses produksi sedikit memakan waktu, konsumen yang tidak sabar menunggu memilih membatalkan pemesanan secara tiba-tiba dan konsumen sudah mulai bosan dengan produk yang sama.

3) *Marketing*

Masalah *marketing/* pemasaran yang dilakukan *franchisee* masih kurang dalam memasarkan produk waralaba Mr. Cuki kepada konsumen di tambah bisnis kuliner semakin banyak pesaing.

4) Pesaing

Masalah selanjutnya yang dialami *franchisee* yaitu pesaing dimana saat ini bermacam bisnis kuliner tumbuh dengan produk yang inovatif.

e. Permasalahan yang dihadapi *supplier* pendukung

Dalam *supplier* pendukung tidak memiliki masalah yang berarti, karena *franchisor* melakukan pembelian secara *flexible* maka dari itu peneliti tidak menganalisis secara khusus. Masih teratasi dengan baik oleh pihak *franchisor*.

f. Permasalahan yang dihadapi konsumen

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti masalah-masalah yang sering dialami oleh konsumen adalah sebagai berikut:

1) Pelayanan

Masalah pelayanan penjualnya kurang ramah dalam melayani konsumen, sehingga konsumen terkadang enggan untuk mengajak berbincang.

2) *Outlet* tutup

Masalah yang dihadapi konsumen yaitu *outlet* tutup tidak bisa diprediksi sehingga konsumen yang terkadang ingin membeli kecewa.

3) Lokasi

Masalah selanjutnya lokasi *outlet* yang tidak terlihat dari jalan dan tempatnya susah buat akses parkir khususnya untuk ibu-ibu.

4. Solusi untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh setiap *stakeholders* pada rantai pasokan Mr. Cuki.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di bawah ini adalah solusi untuk mengatasi masalah-masalah yang sering dialami oleh setiap *stakeholders* pada rantai pasokan Mr. Cuki.

a. Solusi dari permasalahan yang dihadapi nelayan dalam analisis *fishbone*.

1) faktor mesin

- a) Masalah terkait mesin kapal yang sering rusak, peneliti menyarankan nelayan mulai mengalokasikan dana khusus untuk perawatan mesin secara berkala (*service*) untuk menjaga kinerja mesin agar tetap baik.
 - b) Masalah terkait belum punya *freezer*, peneliti menyarankan kepada nelayan beberapa solusi yaitu mulai menyetor pendapatannya untuk membeli *freezer* baru atau dapat memberanikan diri meminjam modal kepada pengepul, KUR, BMT dan bisa juga membentuk koperasi nelayan. Karena *freezer* sangat penting dalam menjaga kualitas hasil tangkapan.
- 2) Pada faktor metode
- a) Masalah terkait cara menyimpan cumi, peneliti menyarankan nelayan harus benar-benar memperhatikan cara menyimpan cumi setelah ditangkap pada saat perjalanan menuju ke daratan, yang salah satu solusinya dengan membeli *freezer*, karena dengan *freezer* cumi akan tetap segar dan terjaga kualitasnya.
 - b) Masalah nelayan tidak siap meminjam modal untuk operasional, peneliti menyarankan para nelayan perlu membentuk kelompok usaha nelayan atau koperasi simpan pinjam yang nantinya kedepan bisa bekerja sama dengan lembaga-lembaga seperti BMT (Baitul Mal Wat Tamwil). Lembaga seperti ini dapat menjadi salah satu alternatif solusi bagi nelayan dalam masalah permodalan. Dari pemerintah juga perlu adanya bantuan dengan menyediakan bantuan modal dengan program KUR (Kredit Usaha Rakyat) salah satunya,

sehingga tidak bergantung kepada pemodal yang malah dapat merugikan nelayan.

- c) Masalah nelayan belum bisa budidaya, peneliti menyarankan perlu adanya bantuan kerjasama dari pemerintah untuk membuat program yang dapat membantu nelayan dalam mengatasi masalah tidak bisa melaut saat cuaca buruk, misalnya program padat karya yang dapat memberikan nelayan keterampilan khususnya tentang pelatihan budidaya cumi dan belajar cara menangkarkannya, jadi ketika cuaca buruk nelayan memiliki pekerjaan atau tetap dapat mendapatkan cumi tanpa harus pergi melaut.

3) Pada faktor lingkungan

Masalah cuaca yang tidak dapat diprediksi dan ombak besar, peneliti menyarankan nelayan harus memiliki keterampilan lain yang dapat tetap menghasilkan cumi, dengan cara membudidayakan cumi sehingga pada saat cuaca buruk atau ombak besar nelayan tetap dapat menjual cumi. Perlu adanya kerjasama dengan pemerintah untuk dapat membantu memfasilitasi nelayan dalam pelatihan budidaya cumi.

4) Pada faktor material

- a) Masalah alat tangkap cumi yang masih tradisional, peneliti menyarankan agar nelayan dapat mulai menganggarkan biaya untuk membeli alat tangkap yang lebih moderen yang kedepannya dapat mendorong keberhasilan dalam menangkap cumi khususnya.

- b) Masalah es balok mudah mencair sebelum waktunya untuk menjaga kesegaran cumi mencair, peneliti menyarankan agar nelayan dapat mengestimasi waktu, jumlah es balok serta cara penyimpanan yang tepat, sehingga saat es balok dibawa dari mulai nelayan berangkat ke laut, menangkap cumi di tengah laut dan sampai kembali lagi ke darat es balok mencair pada saat yang tepat. Namun peneliti lebih menyarankan nelayan agar tetap mengganti box es dengan *freezer* yang lebih simpel dan dapat menjaga kesegaran cumi lebih lama.
- c) Masalah bahan bakar boros dan mahal, peneliti menyarankan terkait borosnya bahan bakar mesin kapal dan disel dengan melakukan perawatan secara rutin supaya mesin tidak mengalami masalah yang menyebabkan mesin menjadi boros, serta mencari alternatif bahan
- d) bakar lainnya. Seterusnya terkait bahan bakar (BBM) yang mahal perlu adanya kebijakan dari pemerintah langsung terkait mahalnya BBM yang mahal, salah satunya memberikan subsidi BBM kepada nelayan.

b. Solusi dari permasalahan yang dihadapi *franchisor* dalam analisis *fishbone*.

- 1) Pada faktor material
 - a) Masalah bahan baku terlambat, peneliti menyarankan *franchisor* selalu melakukan koordinasi kepada pengepul, menambah *supplier* cumi sehingga tidak bergantung pada satu *supplier* saja dan melakukan stok bahan baku yang lebih, jika saat bahan baku

terlambat *franchisor* masih memiliki stok bahan baku yang dapat tetap dikirim kepada *franchisee*.

- b) Masalah kondisi bahan baku tidak sesuai, peneliti menyarankan *franchisor* selalu melakukan *cross check* kualitas cumi yang akan dibeli dan menambah *supplier* cumi sehingga pada saat satu *supplier* kualitasnya cumi tidak sesuai, *franchisor* bisa membeli ke *supplier* lainnya sehingga tidak bergantung pada satu *supplier* saja.
 - c) Masalah harga bahan baku utama maupun pendukung naik, peneliti menyarankan *franchisor* dapat melakukan efisiensi usaha dengan cara membuat biaya usaha, baik yang terkait dengan proses produksi, distribusi, biaya pemasaran, dan lain sebagainya menjadi lebih efisien atau hemat dan mencari bahan baku substitusi dengan cara mencari sumber-sumber bahan baku pengganti. namun bahan baku pengganti tersebut tidak digunakan 100%, tetapi hanya sebagai bahan pelengkap agar tidak terlalu mengurangi kualitas produk yang dihasilkan.
- 2) Pada faktor mesin
- a) Masalah listrik padam lama, peneliti menyarankan *franchisor* tidak boleh bergantung sepenuhnya pada PLN yang nantinya malah dapat menghambat kinerja dan kualitas waralaba Mr. Cuki. *Franchisor* agar segera memiliki pembangkit listrik sendiri baik generator maupun diesel yang pada saat listrik pada *franchisor* tetap bisa menggunakan pembangkit listrik sendiri.

- b) Masalah belum ada genset, peneliti menyarankan agar franchisor segera mengalokasikan dana untuk membeli mesin pembangkit listrik.
- 3) Pada faktor metode
- a) Masalah SOP tidak dijalankan, peneliti menyarankan agar *franchisor* harus tegas kepada karyawan atau *franchisee* jika tidak menjalankan SOP, dengan cara menegakkan aturan sanksi tegas dan pemecatan bagi karyawan serta pemutusan mitra bagi *franchisee*.
 - b) Masalah pendistribusian bahan baku, peneliti menyarankan *franchisor* agar melakukan pendataan kepada *franchisee* terkait kira-kira kapan bahan baku habis dan melakukan kerja sama kepada jasa antar disaat bahan baku yang dikirim tidak dengan kapasitas besar.
- 4) Pada faktor manusia
- a) Masalah karyawan pasif, peneliti menyarankan kepada *franchisor* agar rutin melakukan pelatihan untuk karyawan. Sehingga karyawan akan mendapatkan *skill* yang seharusnya dilakukan untuk memaksimalkan produksi maupun pelayanan kepada konsumen di lapangan nanti.
 - b) Masalah pergantian karyawan, peneliti menyarankan kepada *franchisor* agar membuat kontrak kerja untuk karyawan agar

karyawan tidak keluar semauanya. Dengan kontrak kerja ini bisa mengikat karyawan yang berkomitmen kepada waralaba Mr. Cuki.

- c) Masalah karyawan susah dipercaya, peneliti menyarankan kepada *franchisor* agar melakukan uji kerja (magang) untuk karyawan yang gunanya dapat melihat kinerjanya, jika sesuai harapan barulah karyawan lulus yang seterusnya menandatangani kontrak kerja.

c. Solusi dari permasalahan yang dihadapi pengepul

Solusi untuk mengatasi masalah yang dialami oleh pengepul adalah sebagai berikut:

- 1) Solusi untuk mengatasi cuaca yang nantinya dapat berimbas ke hasil tangkapan yang disetorkan kepada pengepul, peneliti menyarankan agar pengepul dapat melakukan stok atas persediaan bahan baku dalam gudang yang disimpan dalam *freezer*.
- 2) Solusi untuk mengatasi kualitas, peneliti menyarankan kepada pengepul hendaknya memberikan penjelasan sebelumnya kepada nelayan terkait kriteria yang diinginkan pengepul.
- 3) Solusi untuk mengatasi jumlah permintaan, peneliti menyarankan agar pengepul dapat menambah pasokan cumi lebih banyak lagi dengan cara menambah *supplier* nelayan lagi, jadi tidak bergantung hanya ke beberapa nelayan saja.

d. Solusi dari permasalahan yang dihadapi *franchisee*

Solusi untuk mengatasi masalah yang dialami oleh *franchisee* adalah sebagai berikut:

- 1) Solusi terkait masalah keterlambatan bahan baku dari *franchisor*, peneliti menyarankan agar *franchisee* dapat membaca kapan stok bahan baku habis, jadi sebelum habis *franchisee* sudah memesan bahan baku sebelumnya ke *franchisor* waralaba Mr. Cuki.
- 2) Solusi terkait masalah konsumen yang tidak sabar menunggu, peneliti menyarankan agar *franchisee* tetap melayani konsumen dengan baik dan sopan serta memberikan pengertian serta penjelasan sebelumnya kepada konsumen berapa waktu operasional yang dibutuhkan agar konsumen dapat mengerti.
- 3) Solusi untuk masalah *marketing*, peneliti menyarankan agar *franchisee* selalu melakukan pemasaran secara berkala di media sosial, poster bahkan jasa ojek *online* sekalipun dan membuat promo iklan yang menarik sehingga konsumen tertarik untuk datang dan membeli.
- 4) Solusi untuk masalah pesaing, peneliti menyarankan agar *franchisee* dapat memberikan masukan dan saran kepada *franchisor* untuk dapat memperbaharui produk dengan inovasi baru dan selalu melakukan promosi secara berkala untuk tetap bersaing dengan pelaku bisnis lainnya.

e. Solusi dari permasalahan yang dihadapi Konsumen

Solusi untuk mengatasi masalah yang dialami oleh konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Solusi untuk konsumen terkait pelayanan, *outlet* tutup tidak pasti dan lokasi yang kurang strategis, peneliti menyarankan agar konsumen dapat menyampaikan secara langsung ke *franchisee* tentang masalah yang ada agar *franchisee* dapat mengevaluasi dan memperbaiki kinerjanya.
- 2) Solusi *franchisor* untuk *franchisee* terkait masalah yang dialami konsumen, *outlet* tutup tidak pasti dan pelayanan karyawan yang kurang baik *franchisee* harus tegas menjalankan dan menaati SOP yang telah dibuat dan disepakati. Terkait tempat kurang strategis *franchisor* menyarankan promosinya lebih digencarkan lagi karena dimanapun tempatnya dengan promosi yang tepat dan baik melalui media sosial maupun secara langsung, konsumen akan tahu apalagi dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih.
- 3) Solusi untuk *franchisee* terkait masalah yang dialami konsumen, *franchisee* harus menaati dan melaksanakan SOP yang telah dibuat oleh *franchisor*, sehingga semua proses dapat berjalan dengan maksimal. Terkait buka tutup *outlet* yang tidak pasti, *franchisee* harus mengatur jadwal kepastian buka dan tutupnya *outlet*, sehingga pelanggan tidak kecewa. Salah satu fungsi media sosial selain untuk promosi juga dapat berhubungan langsung dengan konsumen sehingga dapat menjadi jembatan komunikasi antara *franchisee* dengan konsumen, jika *franchisee* ingin tutup atau libur, bisa langsung memberitahukan kepada konsumennya melalui media sosial.

