

## **BAB III**

### **PERMASALAHAN PERUSAHAAN**

#### **3.1 Analisis Permasalahan Perusahaan**

##### **3.1.1 Temuan Masalah**

Dalam bisnis *Franchise* Es Teh Nusantara, beberapa temuan masalah yang sering muncul meliputi:

1. Kualitas dan Konsistensi Produk
  - a. Rasa es teh yang berbeda antar *outlet* karena bahan baku atau cara penyajian yang kurang standar.
  - b. Penggunaan bahan yang tidak sesuai standar *franchise*, seperti teh, gula, atau es batu yang berbeda kualitasnya.
2. Manajemen Operasional
  - a. Kesulitan dalam manajemen stok bahan baku, terutama jika *supply chain* tidak lancar.
  - b. Kurangnya pelatihan karyawan yang menyebabkan layanan yang tidak konsisten.
  - c. Antrean panjang atau pelayanan lambat di jam sibuk.
3. Pemasaran dan *Branding*
  - a. Persaingan ketat dengan merek es teh lain yang menawarkan harga atau inovasi lebih menarik.
  - b. Promosi yang kurang efektif, sehingga pelanggan kurang mengenal produk.
  - c. Lokasi *outlet* yang kurang strategis, menyebabkan penjualan rendah.
4. Keuangan dan Investasi
  - a. Biaya *Franchise* dan modal awal yang cukup tinggi dibandingkan keuntungan yang didapat.
  - b. Balik modal yang lebih lama dari yang diharapkan oleh mitra *franchise*.
  - c. Transparansi dalam bagi hasil atau pembayaran royalti kepada pemilik *franchise*.

### **3.1.2 Rumusan Masalah**

Berikut adalah rumusan masalah yang dapat digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam *Franchise* Es Teh Nusantara:

1. Bagaimana cara menjaga kualitas dan konsistensi produk di setiap outlet *Franchise* Es Teh Nusantara?
2. Apa saja kendala dalam manajemen operasional yang dihadapi oleh mitra *Franchise* dan bagaimana solusinya?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing Es Teh Nusantara?
4. Apa saja faktor yang mempengaruhi profitabilitas dan keberlanjutan bisnis bagi mitra *franchise*?
5. Bagaimana dampak regulasi dan perizinan terhadap operasional *Franchise* Es Teh Nusantara?

### **3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah**

Kerangka Pemecahan Masalah *Franchise* Es Teh Nusantara:

1. Identifikasi Masalah → Mengumpulkan data dari mitra *franchise*, pelanggan, dan evaluasi operasional.
2. Analisis Penyebab → Menggunakan SWOT dan *Fishbone* Diagram untuk menemukan akar masalah (produk, operasional, pemasaran, keuangan, regulasi).
3. Alternatif Solusi → Standarisasi produk, pelatihan karyawan, strategi pemasaran digital, efisiensi rantai pasok, dan pendampingan regulasi.
4. Implementasi → Menerapkan SOP ketat, audit rutin, program loyalitas, dan peningkatan komunikasi dengan mitra.
5. Evaluasi & *Monitoring* → Mengukur efektivitas solusi dengan KPI, *feedback* pelanggan, dan perbaikan berkelanjutan.

## 3.2 Landasan Teori

### 3.2.1 Teori

Agar pembuatan *website* berjalan sesuai dengan kebutuhan bisnis, beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Teori Pemasaran Digital (Kotler, 2020) : *Website* merupakan sarana pemasaran digital yang membantu meningkatkan *brand awareness* dan *customer engagement*. Dengan strategi SEO dan konten yang relevan, bisnis dapat menjangkau lebih banyak pelanggan.
2. Teori Pengembangan *Website* (Pressman, 2019) : Pengembangan *website* harus memenuhi aspek *user-friendly*, responsif, dan mudah diakses di berbagai perangkat. *Wix* sebagai platform *no-code* memungkinkan pengembangan *website* lebih cepat tanpa perlu *coding* kompleks.
3. Teori UX/UI Design (Nielsen, 2021) : Pengguna cenderung lebih nyaman dengan navigasi yang sederhana, visual menarik, dan proses pemesanan yang mudah. Desain *website* harus fokus pada kecepatan akses, kemudahan interaksi, dan kejelasan informasi.
4. Teori *E-Commerce & Customer Journey* (Chaffey, 2020) : *Website* bisnis harus menyediakan fitur seperti katalog produk, metode pemesanan yang jelas, dan kontak yang mudah diakses.

Proses pembelian harus dibuat sesederhana mungkin agar tidak membuat pelanggan kesulitan.

### 3.3 Metode Yang Digunakan

Dalam proyek pembuatan *website* pemasaran untuk *Franchise Es Teh Nusantara*, beberapa metode yang digunakan meliputi:

1. Analisis Kebutuhan : Mengidentifikasi kebutuhan bisnis *Franchise* dalam pemasaran digital. Menentukan fitur yang harus ada di *website* (misalnya, katalog produk, pemesanan *online*, kontak, dan informasi *franchise*).

2. Pengembangan *Website* dengan *Wix* : Menggunakan *Wix* sebagai platform pembuatan *website*. Mendesain tampilan *website* agar menarik dan mudah digunakan.
3. Strategi Pemasaran Digital : SEO (*Search Engine Optimization*) untuk meningkatkan visibilitas *website* di Google. Integrasi dengan media sosial (Instagram, Facebook, dan TikTok) untuk promosi. Pembuatan konten yang menarik untuk meningkatkan keterlibatan pengguna.
4. Evaluasi dan Pengujian : Menguji fungsionalitas *website* untuk memastikan semua fitur berjalan dengan baik. Mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran digital berdasarkan *traffic* dan konversi pengunjung.

### 3.4 Rancangan Program Yang Akan Dibuat

*Website* yang akan dibuat di *Wix.com* memiliki beberapa fitur utama:

1. *Homepage* (Beranda) : Tampilan utama yang menarik dan menggambarkan *brand* Es Teh Nusantara. Informasi singkat tentang *Franchise* dan produk yang ditawarkan.



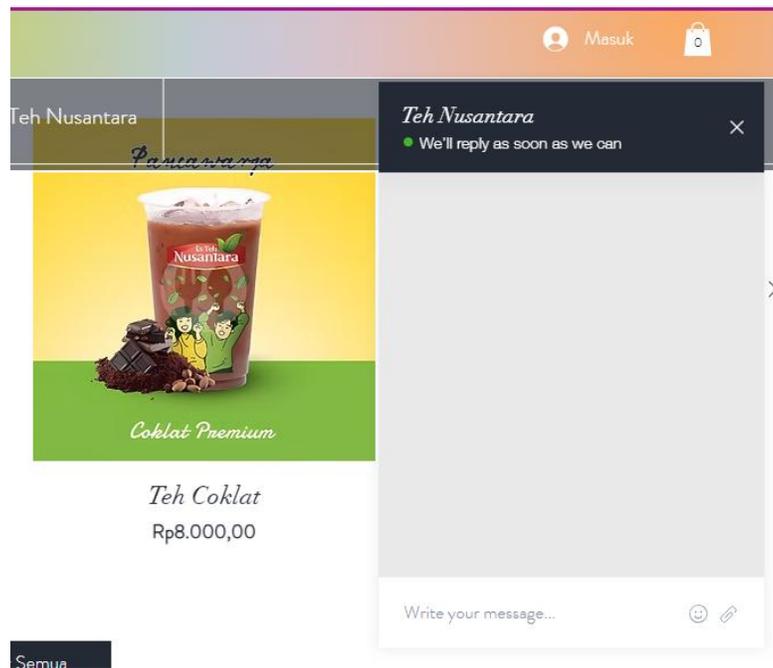
**Gambar 3.1** *Homepage* (Beranda)

2. Menu Produk : Daftar minuman Es Teh Nusantara dengan deskripsi dan harga Foto berkualitas tinggi untuk menarik pelanggan.



**Gambar 3.2** Menu Produk

3. Fitur Pemesanan Online : Opsi untuk pelanggan memesan secara langsung dari website (jika memungkinkan di Wix). Alternatif: Tombol menuju WhatsApp untuk pemesanan manual.



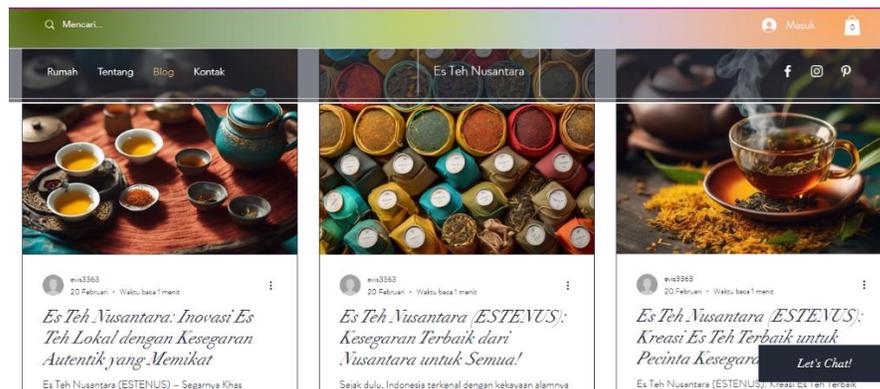
**Gambar 3.3** Fitur Pemesanan Online

4. Halaman Tentang Kami : Informasi tentang sejarah dan visi-misi *Franchise* Es The Nusantara.



**Gambar 3.4** Halaman tentang kami

5. Blog atau Artikel : Berisi konten edukatif seputar teh, manfaat minuman, dan tren bisnis minuman. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan SEO *website*.



**Gambar 3.5** Blog atau Artikel