

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1. Bidang Kerja

Mahasiswa mendapatkan kesempatan menjalankan kerja profesi pada PT INDOMAKMUR Kantor Cabang Bogor 2 salah satu perusahaan ritel terkemuka di Indonesia yang memiliki jaringan minimarket luas di berbagai daerah. Praktik ditempatkan pada bagian administrasi serta oprasional. Pada divisi ini praktikan melakukan pembelajaran setiap kegiatan-kegiatan pekerjaan untuk melakukan operasional kantor yang memiliki tugas dan kewajiban mengampu tugas supervisor administrasi dan mengkoordinasikan pada unit-unit layanan terkait lainnya, serta oprasional yang secara khusus menangani program pengembangan toko eksisting. Fokus utama dari bidang kerja ini adalah membantu pelaksanaan strategi perusahaan dalam menarik lebih banyak konsumen melalui pembaharuan konsep toko dan penambahan jenis produk yang lebih variatif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini agar menjadi lebih menarik dan modern serta memperkenalkan produk-produk siap santap yang menjadi inovasi dari Indomakmur. Adapun tugas yang dilakukan selama kerja profesi diantaranya yaitu sebagai berikut:

- a. Mencari titik lokasi toko baru
- b. Perencanaan Pembukaan toko baru
- c. Perencanaan untuk pengembangan toko
- d. Membuat perencanaan prospectus
- e. Melakukan presentasi waralaba
- f. Melakukan peresmian pembukaan toko
- g. Melakukan meeting bersama franchisee

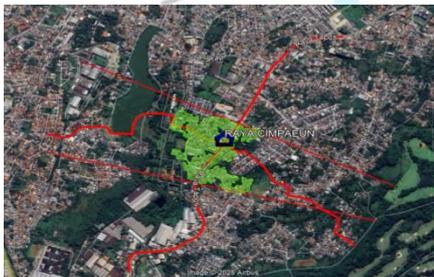
3.2. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan kerja profesi selama \pm 146 jam kerja selama satu bulan terhitung pekan pertama Mei sampai dengan pekan

kedua Juni 2025. Pelaksanaan kerja profesi ini sesuai dengan ketentuan jam hari kerja yang berlaku pada perusahaan yakni hari Senin sampai dengan Jumat pada pukul 08.00 hingga 17.00 wib. Pada hari pertama, diberikan arahan dan bimbingan terlebih dahulu oleh pembimbing kerja profesi praktikan selama kurang lebih 1 bulan. Praktikan diberikan arahan terkait kegiatan-kegiatan yang ada didalam dibisnis ini. Praktikan selanjutnya diperkenalkan kepada karyawan yang ada pada divisi tersebut yang kemudian praktikan diberikan kesempatan untuk mempelajari dan memahami deskripsi pekerjaan dalam divisi administrasi PT Indomakmur Kantor Cabang di Bogor 2.

Praktikan diberikan beberapa deskripsi tugas pekerjaan yang ada pada divisi administrasi dan oprasional meliputi mencari titik lokasi toko baru, perencanaan pembukaan toko baru, perencanaan untuk pengembangan toko, membuat perencanaan prospectus, melakukan presentasi waralaba, melakukan peresmian pembukaan toko baru dan meeting bersama franchisee. Adapun beberapa bentuk dokumentasi yang praktikan kerjakan selama berlangsung program kegiatan kerja profesi untuk melengkapi kebutuhan tugas ini, sebagai berikut :

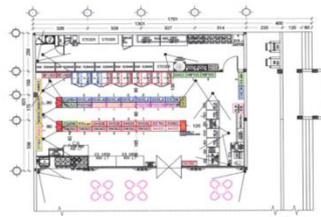
1. Mencari titik lokasi toko baru



Praktik mencari lokasi toko baru ini dilakukan untuk melakukan pemetaan lokasi yang memiliki prospek bisnis untuk dapat di jadikan toko baru agar bisa dapat di lanjutkan untuk proses buka, selanjutnya bila pemetaan lokasi ini sesuai dengan perhitungan dan potensi yang terbentuk maka akan ditindak lanjuti oleh Manager Marketing Franchise untuk di tawarkan atau di presentasikan ke calon investor atau Franchisee atas ke unggulan serta kekuatan lokasi seperti kepadatan penduduknya, keramaian traffiknya, pendukung fasilitas umum serta sosisa class, poin

inilah harus dipenuhi bila lokasi tersebut di jadikan gerai toko indomakmur, dan harus dapat memperhitungkan seperti nilai investasi yang harus di keluarkan oleh investor, nilai pencapaian haria tokonya, biaya oprasionalnya selama satu bulan serta profit toko yang dapat diterima setiap bulannya oleh calon franchisee nantinya. Disini lah titik penting yang harus di sampaikan ke pada investor.

2. Perencanaan pembukaan toko baru



Pada tugas ini untuk memastikan persiapan bangunan lokasi yang nantinya akan di gunakan untuk toko agar sesuai dengan layout yang sudah tentukan sehingga tata letak penataan pintu kaca, pemasangan unit AC, pemasangan lampu untuk pencahayaan ruangan dan penataan rak dan meja kasir untuk mendisplay barang dagangan dan sarana meja kasir sesuai dengan layout dan bisa memberikan kenyamanan untuk konsumen dalam berbelanja dan dengan kenyamanan tersebut dapat memberikan daya tarik dan kenyamanan yang baik untuk konsumen berbelanja. Dengan penataan yang sesuai dengan layout ini dapagt memberikan daya tarik tersensiri kepada kondumen untuk datang dan menikmati berbelanja di toko karena nyaman berada di dalam toko.

3. Perencanaan untuk pengembangan toko



Pada tugas ini praktikan melakukan pengembangan atas toko yang sudah berjalan oprasionalnya dengan mempertimbangkan market yang berada di sekitar lokasi, dengan dilakukannya pengembangan ini

bertujuan untuk meningkatkan daya beli konsumen agar pencapaian sales toko dapat tumbuh produktif dan bisa memberikan peningkatan surplus toko sehingga franchisee bahagia mendapat keuntungan yang sangat baik serta dengan pengembangan ini bisa terus bersaing dengan para competitor lainnya dan dapat memenangkan persaingan bisnis dalam industry retail ini. Produk yang menjadi perhatian utama dalam pengembangan adalah:

- a. Point Coffee, yaitu layanan minuman kopi modern dalam kemasan yang dapat langsung disajikan di dalam toko dengan penambahan produk ini Indomakmur terus berinovasi dan melihat peluang potensi yang terjadi dan terbentuk di kalangan konsumen penikmat coffee, sehingga dengan tersajinya produk ini di dalam toko akan memiliki konsumen baru yang datang ke toko Indomakmur yang awalnya hanya datang untuk membeli coffee namun bisa tertarik untuk berbelanja produk lainnya karena konsumen tersebut pasti membutuhkan pelengkap teman untuk menyantap coffeenya.



- b. Produk makanan siap saji seperti sosis panggang, ayam goreng kemasan, dan roti bakar dan dimsum, yang menjadi bagian dari strategi “grab-and-go” yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi instan pelanggan. Penambahan produk ini Indomakmur terus berinovasi dan melihat peluang potensi yang terjadi dan terbentuk di kalangan konsumen penikmat makanan siap saji, sehingga dengan tersajinya produk ini di dalam toko akan memiliki konsumen baru yang datang ke toko Indomakmur yang awalnya hanya datang untuk membeli sosis panggang, ayam goreng kemasan, dan roti bakar dan dimsum namun bisa tertarik

untuk berbelanja produk lainnya karena konsumen tersebut pasti membutuhkan pelengkap teman untuk menyantap produk tersebut serta dengan melihat tampilan toko yang menarik dan tekstur produk tersebut bisa memberikan daya tarik tersendiri kepada konsumen untuk menciptakan rasa ingin tahu konsumen untuk mencoba produk tersebut.



c. Pemantauan dan pelaporan produk khusus, praktikan secara aktif memonitor respons konsumen terhadap produk inovatif seperti point coffee, sosis panggang, ayam goreng kemasan, roti bakar dan dimsum. Pemantauan dilakukan dengan mencatat jumlah transaksi harian, mengamati interaksi konsumen saat memilih produk, serta mewawancarai pelanggan secara informal untuk mengetahui saran dan masukan konsumen atas produk tersebut. Laporan harian disusun untuk membantu evaluasi performa produk khusus tersebut apakah produk ini sangat membantu meningkatkan daya beli konsumen, apakah produk ini butuh pengembangan agar sajiannya lebih baik, sehingga evaluasi yang dilakukan ini dapat memberikan inputan dalam meningkatkan inovasi di toko

Indomakmur. Dengan bertujuan untuk menyempurnakan inovasi dan pengembangan bisnis toko Indomakmur.

d. Membuat kegiatan promosi dan komunikasi atas Produk coffee, ini bertujuan untuk memberikan informasi secara langsung kepada konsumen-konsumen yang belum mengetahui keberadaan coffee di toko Indomakmur, dengan ini bisa dapat menambah jumlah konsumen datang ke toko serta dapat menikmati coffee, praktikan terlibat dalam berbagai kegiatan promosi langsung, termasuk :

- Membagikan brosur promosi dan leaflet point coffee kepada konsumen yang berada di luar toko.



- Menawarkan tester produk khusus seperti roti bakar, sosis panggang, dimsum dan ayam goreng kemasan. Dengan melakukan penawaran ini bisa memberikan rasa ingin tahu kepada konsumen setelah menyicipi produk tersebut, sehingga terbentuklah konsumen yang awalnya tidak tahu atau tidak tertarik dengan produk tersebut bisa membelinya dan bisa menjadi konsumen setia bila citra rasa produk tersebut sesuai dengan keinginannya.



- Memberikan penjelasan secara langsung kepada konsumen mengenai ke unggulan produk khusus seperti roti bakar, sosis panggang, dimsum dan ayam goreng kemasan.



- Membantu pelaksanaan promosi toko seperti “Beli 2 lebih hemat” atau harga khusus di jam tertentu.



- Briefing bersama team untuk evaluasi harian untuk mencakup strategi promosi



Dengan demikian, toko Indomakmur sebagai ritel modern tidak hanya menjual produk sembako saja, dengan konsep penambahan produk khusus seperti ini untuk meningkatkan daya beli konsumen serta bertujuan membentuk pertumbuhan omset toko agar dapat memenangkan persaingan bisnis dengan competitor. Hal ini membuat Indomakmur menjadi pilihan yang nyaman bagi konsumen, karena mereka tidak perlu pergi ke tempat lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Sehingga strategi yang digunakan ini dalam unit bisnis yang cerdas dan inovatif, Indomakmur berhasil menduduki posisi teratas dalam industri ritel di Indonesia. Mereka terus beradaptasi dengan perubahan dan berinovasi, menjadikan Indomakmur sebagai pilihan utama pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keberhasilan ini merupakan bukti bahwa strategi unit bisnis dapat menjadi kunci sukses bagi perusahaan di

era digital saat ini dan dapat meningkatkan keuntungan untuk franchisee dan franchisor.

4. Membuat perencanaan prospectus waralaba

BGR2
MODIS : 60 + 10 RAK MATRIX

< v.20230205 >

I. PERKIRAAN INVESTASI	INVESTASI	
	DPP	PPn
1. Franchise Fee	36,000,000	3,960,000
2. Biaya Promosi Pembukaan Toko	9,500,000	1,045,000
3. Biaya Recruitment Karyawan	4,600,000	506,000
4. Biaya Renovasi Fisik	93,745,690	10,312,026
5. Biaya Pasarana Bangunan	-	-
6. Peralatan Toko	287,074,448	31,578,189
7. Sarana Khusus & Lain-lain	2,995,000	329,450
8. Renovasi Produk Khusus	-	-
9. Sewa Lokasi (DPP + PPh)	-	-
Total	433,915,138	47,730,665
Total Investasi (Sebelum PPh)	433,915,138	
Total Investasi (Sesudah PPh)		481,645,803

II. PERKIRAAN PENDAPATAN PER BULAN		
1. Penjualan per Bulan		262,379,220
2. Laba Kotor : 17.71%		46,460,114
3. Diskon Pembelian Barang Dagangan		3,500,000
4. Pendapatan Lain-lain		4,550,000
Total Perkiraan Pendapatan / bulan		54,510,114

III. PERKIRAAN PENGELUARAN PER BULAN		
1. Tenaga Kerja : 5 Orang		32,871,270
2. Listrik & Energi		7,050,000
3. Telepon		25,000
4. Perlengkapan, Pemeliharaan & Perbaikan, Promosi, Iuran		1,900,000
5. Sewa Peralatan Toko/Kantor & Lahan		-
6. Barang Rusak & Barang Hilang		1,083,388
7. Asuransi, Parkir & Tol, Seragam, & Pajak		200,000
8. Royalti (0-175jt = 0%, 175-200jt= 2%, 200-225jt= 3%, > 225jt= 4%)		2,745,169
9. Lain-lain (selain Royalti, Konsesi, Kontribusi, dan Sewa Peralatan)		1,120,000
10. Penyusutan, Amortisasi & Alokasi		7,231,919
Total Perkiraan Pengeluaran / bulan		54,226,745

IV. PERKIRAAN RATA-RATA LABA (RUGI) PER BULAN SELAMA 5 TAHUN	
1. Laba (Rugi) Bersih	283,368
2. E B I T D A	7,515,287
3. Payback Period (bulan)	58

Pada tugas ini di perlukan untuk memperhitungkan prospectus waralaba atas lokasi yang akan di jadikan toko, sehingga semua atas nilai-nilai investasi tertuang, dari total investasi yang di keluarkan, omset atau laba kotor toko yang akan terbentuk setiap harinya, biaya oprasional toko serta profit toko setiap bulannya yang akan di terima franchisee atas bisnis waralaba di lokasi tersebut. Sehingga prospectus ini lah sebagai gambaran atau kerangka bisnis waralaba secara menyeluruh tentang usaha yang di tawarkan, sehingga investor mengetahui potensi dan resiko sebelum memutuskan untuk bergabung menjadi mitra bisnis waralaba.

5. Melakukan presentasi waralaba



Pada tugas ini sangat di perlukan untuk melakukan pelatihan dan penyampaian atas skema bisnis waralaba ke para calon franchisee dari sisi oprasional toko, sumber daya manusia, laporan keuangan dan pengembangan toko di dalam bisnis PT Indomakmur, sehingga dengan diberikannya pemaparan yang jelas atas sistem bisnis waralaba harapannya calon franchisee dapat lebih matang untuk melakukan finalisasi pengambilan bisnis waralaba di PT Indomakmur.

6. Melakukan peresmiaan pembukaan toko baru



Pada tugas ini sangat di perlukan untuk memeriahkan pembukaan toko serta memberikan apresiasi kepada franchisee atas pencapaiannya dalam merealisasikan bisnis yang di miliknya, sehingga franchisee merasa di suport dan di perhatikan mitra bisnisnya. Dengan melakukan pendekatan ini bisa tebentuk rasa kedekatan yang alami dengan investor serta dapat menjali mitra bisnis yang kuat karena dengan investor bahagia maka yang di terima adalah penambahan jumlah toko berikutnya.

7. Melakukan meeting bersama franchisee



Pada tugas ini sangat di perlukan untuk memberikan informasi dan tukar pikiran kepada franchisee atas performance toko yang sudah berjalan, tujuan meeting ini untuk memperkuat operasional toko dalam melakukan persaingan bisnis dengan competitor serta langkah-langkah yang akan di lakukan untuk dapat menjangkau konsumen datang berbelanja serta menjadi pelanggan setia di toko dan pastinya melakukan strategi dalam penekanan biaya toko. Langkah ini sangat efektif karena investor merasa sangat di bantu dan di perhatikan oleh mitra bisnisnya agar toko yang di milikinya ini terus berkembang untuk meningkatkan profit toko.

3.3. Kendala yang Dihadapi

Selama pelaksanaan kerja profesi di PT. Indomakmur, praktikan menghadapi berbagai tantangan yang muncul baik dari segi teknis maupun non-teknis. Kendala-kendala ini memberikan pengalaman yang nyata terhadap dinamika dunia kerja ritel yang kompleks dan menuntut respons yang cepat dan adaptif. Beberapa kendala yang ditemui di lapangan antara lain:

1. Untuk mendapatkan lokasi toko yang prospek kendalanya marketing harus bisa memperhitungkan jarak radius dengan toko yang di kelola oleh PT Indomakmur dengan ketentuan maksimum 500 meter, hal ini bertujuan agar pencapaian yang terbentuk dari toko eksisting tidak berkurang karena beririsan dengan lokasi toko baru. Serta harus melakukan pendekatan social kepada lingkungan dan masyarakat sekitar agar dapat di berikan persetujuan izin usaha, caranyanya pun sangat dinamis dari materil dan non materil.

2. Untuk mendapatkan perencanaan pembukaan toko dapat sesuai dengan layout kendalanya seperti, kepala tukang yang di miliki calon franchisee tidak memahami dalam pembacaan layout toko dan spesifikasi sehingga sering kali pekerjaan yang di realisasikan tidak sesuai dengan apa yang sudah tertuang di dalam perencanaan serta menimbulkan pengeluaran biaya yang lebih.

3. Untuk melakukan perencanaan pengembangan toko kendalanya seperti, pada tahap awal peluncuran produk-produk baru seperti sosis bakar, ayam goreng, Point Coffee, minat konsumen cenderung rendah. Hal ini dipengaruhi oleh kurangnya informasi yang diterima oleh konsumen, serta belum adanya strategi komunikasi yang kuat untuk menonjolkan nilai tambah dan keunggulan produk.

4. Untuk pembuatan prospectus waralaba kendala yang di hadapi seperti, perhitungan payback maksimal 43 bulan namun kurangnya pendukung dari nilai potensi yang tidak maksimal serta nilai anggaran investasi yang cukup besar bisa membuat perhitungan payback melebihi batas maksimum dan bisa membuat kurang di minati oleh investor.

5. Untuk melakukan presentasi waralaba kepada calon franchisee kendala yang di hadapi seperti, kurangnya persiapan dan ketidak jelasan visual serta kurangnya penyampaian materi dari presentasi bisnis yang di tawarkan kepada calon investor, sehingga hal ini bisa menimbulkan ketidak ketertarikan calon investor untuk dapat bergabung menjadi mitra bisnis waralaba.

6. Untuk menghadiri peresmian pembukaan toko kendala yang di hadapi, jarak yang di lalui membutuhkan waktu tempuh kelokasi kurang lebih 5 jam dan harus mempersiapkan ceremony peresmian pembukaan toko yang di lakukan bersama dengan franchisee, sehingga ini harus di persiapan dengan matang.

7. Untuk meeting bersama franchisee kendala yang di hadapi seperti, menerima complain yang di berikan oleh franchisee atas bisnis waralaba yang telah di jalankan di toko, dari pendapatan profitnya yang tidak sesuai, tidak adanya pertumbuhan atas sales toko, biaya oprasional yang tidak terkendali serta pelayanan dari team toko yang tidak membuat nyaman konsumen berbelanja. Meeting ini bertujuan untuk dapat

dilakukan perubahan dalam skema bisnis waralaba agar pertumbuhan surplus toko sesuai dan meningkat.

3.4. Cara Mengatasi Kendala

Adapun beberapa cara dalam mengatasi kendala pekerjaan yang di hadapi dan ditemui dilapangan yakni sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan lokasi toko yang prospek marketing harus melakukan survey potensi lokasi yang akan di jadikan toko agar perhitungan sesuai, seperti kepadatan jumlah penduduknya, kepadatan jumlah traffic yang di lalui pengendara mobil, motor serta sepeda dan tidak lupa melihat fasilitas pendukung lainnya yang mengundang keramaian calon konusmen datang atau berkumpul seperti, melakukan perhitungan jumlah kartu keluarga dari rata-rata domain usia, perhitungan jumlah traffic mobil, motor, sepeda serta pejalan kaki. Seringkali kendala datang yang menyebabkan terhenti perhitungannya karena tidak diberikan izin oleh lingkungan, kendala ini agar tidak terjadi dilakukan konfirmasi lebih jelas ke lingkungan tugas yang akan di lakukan beberapa hari kedepan di sekitar lokasi tersebut.

2. Untuk memastikan perencanaan pembukaan toko dapat sesuai dengan layout, maka sebelum melakukan pekerjaan pembangunan harus dilakukan pembahasan secara detail agar kepala tukang yang mengerjakan dapat memahami spesifikasi yang di gunakan, serta pekerjaan dapat selalu di berikan supervisi yang jelas. Sehingga dengan cara ini kendala yang bias menyebabkan ketidak sesuaian dapat dikendalikan.

3. Untuk Perencanaan pengembangan toko ini agar tepat sasaran serta bisa berhasil, sebelumnya harus melakukan sceerining agar dapat mengetahui seberasa besarnya minat konsumen dengan adanya penambahan produk-produk terbaru yang akan di sediakan di toko seperti point coffee, ayam goreng, sosis bakar. Langkah ini sangat berhasil dalam

melakukan pengembangan di toko karena sudah mengetahui harapan dan keinginan konsumen dalam menyajikan kebutuhan sehari-harinya.

4. Perencanaan prospectus waralaba ini sangatlah penting dalam memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan, karena dapat mempengaruhi perhitungan payback yang mana ini sebagai titik ukur nilai investasi yang di keluarkan investor bisa kembali maksimal 43 bulan dengan masa waralaba 60 bulan , agar tidak terjadi kekeliruan yang harus di lakukan adalah, melakukan perhitungan dengan detail atas kebutuhan biaya-biaya yang akan timbul serta pendapatan yang di terimanya tanpa di buat-buat.

5. Dalam melakukan presentasi waralaba kepada calon franchisee harus jelas dengan visual dan menguasai atas materi presentasi bisnis yang di tawarkan, sehingga hal ini bisa memberikan pemahaman dan keyakinan lebih matang kepada calon franchisee untuk dapat bergabung menjadi mitra bisnis waralaba, jangan sampai dengan penyampaian yang terbatah-batah atau tidak jelas bisa menimbulkan rasa ketidak ketertarikannya calon investor karena dianggap tidak menguasai dan kurang menarik atas pemaparan bisnis waralabanya.

6. Dengan menghadiri peresmian pembukaan toko, dengan ikut serta hadir memeriahkan pembukaan toko bisa memberikan dampak positif karena franchisee merasa di support dan di perhatikan mitra bisnisnya. Hal ini membentuk hubungan baik antara franchisee dan franchisor dalam menjalankan mitra bisnisnya dan bisa menambah jumlah toko barunya kembali.

7. Kegiatan meeting bersama franchisee untuk mendengarkan masukan atas kendala yang di terima oleh franchisee atas bisnis waralaba yang di milikinya, hal ini dapat memberikan informasi dan penjelasan serta masukan kepada franchisee atas kendala bisnis waralabanya yang telah

berjalan, seperti membuat kegiatan promosi untuk menambah konsumen datang berbelanja, menambah alat pendukung seperti ATM, mencatat poin biaya yang bisa di tekan untuk dapat di realisasikan dan memberikan langkah-langka untuk memperkuat oprasional toko dalam memenangkan persaingan bisnis dengan competitor, hal ini sangat positif untuk menjaring konsumen untuk datang berbelanja serta menjadikan konsumen setia di toko sehingga menjadikan pertumbuhan sales toko dan berdampak bertumbuhnya surplus dan franchisee merasa senang dengan bisnis waralabanya.

3.5. Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Setelah praktikan melakukan kerja profesi selama satu bulan pada PT INDOMAKMUR Kantor Cabang Bogor 2, ada beberapa pembelajaran berharga yang praktikan peroleh selama menjalankan program kerja profesi di tempat kerja untuk bekal dalam dunia pekerjaannya nanti, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Strategi mendapatkan lokasi baru yang prospek

Melakukan riset pasar untuk memahami target pasar yang akan di jaring, termasuk social class, perilaku konsumen, dan persaingan bisnis yang ada di lokasi tersebut. Untuk bisa mendapatkan lokasi yang strategis dan prospek untuk di jadikan toko Indomakmur, seperti : Lokasi berada di kepadatan penduduk, traffic yang ramai serta fasilitas umum yang ada, serta lokasi yang dapat di lalui oleh transportasi umum, dengan jumlah kepadatan penduduk yang tinggi, dekat dengan kompetitor atau komplementer. Pemastian pertama yang harus dilakukan adalah lokasi toko memiliki visibilitas yang baik dan mudah dijangkau oleh pelanggan yang tidak di miliki juga oleh competitor dan mengetahui untuk di lakukan pertimbangan biaya sewa atau membeli lokasi, dengan ketersediaan ruang yang sesuai dengan kebutuhan, lalu pemastian lokasi toko berada di lingkungan yang aman dan nyaman untuk pelanggan. Melakukan analisis pesaing di sekitar lokasi dan pastikan bahwa toko dapat bersaing dan lokasi yang memiliki potensi pertumbuhan yang baik, seperti area

yang sedang berkembang atau memiliki rencana pembangunan. Konsultasikan dengan ahli properti atau konsultan bisnis untuk mendapatkan saran dan rekomendasi lokasi yang tepat.

2. Strategi dalam memberikan presentasi waralaba

Pahami siapa audiens yang akan di hadapi dan apa yang mereka cari dalam sebuah waralaba. Sajikan Informasi yang Jelas : Berikan informasi yang jelas dan akurat tentang waralaba, termasuk konsep bisnis, biaya, dan potensi keuntungan. Soroti kelebihan waralaba dibandingkan dengan yang lain, seperti dukungan pemasaran, pelatihan, dan operasional. Gunakan visual seperti slide, video, atau gambar untuk membuat presentasi lebih menarik dan mudah dipahami. Berikan contoh sukses dari waralaba Anda yang sudah ada untuk membuktikan potensi keuntungan. Siapkan diri untuk menjawab pertanyaan yang mungkin diajukan oleh audiens, seperti tentang biaya, dukungan, dan potensi keuntungan. Tunjukkan semangat dan antusiasme tentang waralaba untuk memotivasi audiens dan pastinya siapkan materi presentasi yang lengkap dan profesional, termasuk brosur, proposal, dan dokumen lainnya. Simpulkan presentasi yang telah di sampaikan untuk mengajak audiens untuk bergabung dengan bisnis waralaba.

3. Strategi meeting dengan franchisee

Dalam strategi untuk melakukan meeting dengan franchisee yang efektif, seperti : Buat agenda meeting yang jelas dan pastikan semua topik yang penting dibahas. Pastikan komunikasi yang jelas dan terbuka antara franchisee dan franchisor. Dengarkan dengan baik apa yang franchisee katakan dan pastikan dapat memahami kebutuhan dan kekhawatiran mereka. Sediakan informasi yang lengkap dan akurat tentang waralaba, termasuk update tentang pemasaran, operasional, dan keuangan. Diskusikan masalah yang dihadapi oleh franchisee dan cari solusi bersama. Tetapkan tujuan dan target yang jelas untuk franchisee dan pastikan mereka memahami apa yang diharapkan. Berikan dukungan dan

bantuan yang diperlukan oleh franchisee untuk meningkatkan kinerja mereka. Evaluasi hasil meeting dan pastikan tindak lanjut yang diperlukan dilakukan. Beberapa topik yang dapat dibahas dalam meeting dengan franchisee antara lain:

- **Laporan Keuangan:** Diskusikan laporan keuangan franchisee dan pastikan mereka memahami kinerja keuangan dan mengetahui pendapatan keuntungan toko yang di milikinya.
- **Operasional:** Diskusikan operasional franchisee dan pastikan mereka memahami prosedur dan kebijakan yang berlaku di PT Indomakmur, agar oprasional berjalan dengan ketentuan yang berlaku
- **Pemasaran:** Diskusikan strategi pemasaran dan pastikan franchisee memahami bagaimana mempromosikan bisnis mereka yang di lakukan oleh PT Indomakmur untuk melakukan pengembangan bisnis tokonya.
- **Masalah dan Solusi:** Diskusikan masalah yang dihadapi oleh franchisee dan cari solusi bersama. Sehingga dengan solusi yang di capai ini dapat memberikan perubahan dalam pencapaian perfoamnce bisnis tokonya.
- **Pengembangan:** Diskusikan rencana pengembangan franchisee dan pastikan mereka memahami bagaimana meningkatkan bisnis mereka yang di kelola oleh PT Indomakmur, pengembangan ini untuk mengimbangi daya saing dengan competitor, sehingga dengan melakukan pengembangan dapat meningkatkan daya beli konsumen.