

**TRANSFORMASI POLA PIKIR DARI MITRA BISNIS
WARALABA KE PEMILIK MEREK SENDIRI: KAJIAN
KEWIRAUSAHAAN BERBASIS PENGEMBANGAN MEREK**

TUGAS AKHIR



MUHAMMAD SYAIFUL

1141923016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2016**

**TRANSFORMASI POLA PIKIR DARI MITRA BISNIS
WARALABA KE PEMILIK MEREK SENDIRI: KAJIAN
KEWIRAUSAHAAN BERBASIS PENGEMBANGAN MEREK**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarja ilmu
komunikasi**



MUHAMMAD SYAIFUL

1141923016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA


2016

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama: Muhammad Syaiful

NIM: 1141923016

Tanda Tangan: 

Tanggal: 18 Agustus 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Syaiful
NIM : 1141923016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Tranformasi Pola Pikir Dari Mitra Bisnis Waralaba
Ke Pemilik Merek Sendiri: Kajian Kewirausahaan
Berbasis Pengembangan Merek

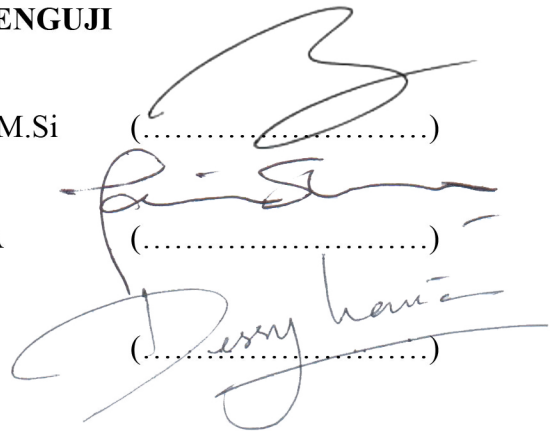
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bambang Sukma Wijaya M.Si (.....)

Penguji 1 : Pandit Sumawinata, MBA (.....)

Penguji 2 : Dessy Kania, M.A (.....)



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2016

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bambang Sukma Wijaya, M.Si. selaku pembimbing yang telah membimbing saya selama ini dan dosen favorit saya selama di kelas.
2. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material.
3. Muhammad Syafril, selaku subjek penelitian.
4. Para Dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diberikan.
5. Seluruh staf dan karyawan Universitas Bakrie, yang telah memberikan kemudahan akses selama masa perkuliahan.
6. Teman-teman Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi tahun ajaran 2015/2016.
7. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, Agustus 2016

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Syaiful
NIM : 1141923016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Transformasi Pola Pikir Dari Mitra Bisnis Waralaba Ke Pemilik Merek Sendiri:
Kajian Kewirausahaan Berbasis Pengembangan Merek

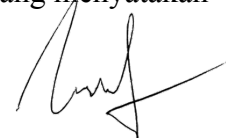
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Agustus 2016

Yang menyatakan



(Muhammad Syaiful)

**TRANSFORMASI POLA PIKIR DARI MITRA BISNIS WARALABA KE
PEMILIK MEREK SENDIRI: KAJIAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS
PENGEMBANGAN MEREK**

MUHAMMAD SYAIFUL

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dari fenomena transformasi pola pikir dari mitra bisnis waralaba menjadi pemilik bisnis dengan merek sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengapa dan bagaimana transformasi pola pikir yang dilakukan oleh Syafril, dari yang sebelumnya merupakan mitra bisnis waralaba menjadi pemilik merek sendiri dengan kajian kewirausahaan berbasis pengembangan merek. Menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus serta teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan penelusuran objek, peneliti menemukan bahwa transformasi pola pikir yang dilakukan subjek penelitian yaitu Syafril terjadi karena adanya motivasi untuk melakukan perubahan. Semangat kewirausahaan yang ditunjukkan oleh Syafril dan pola pikir branding yang sederhana inilah yang membuatnya memiliki jiwa entrepreneur sekaligus branding atau bisa disebut sebagai branderpreneurship.

Kata kunci: transformasi, pola pikir merek, semangat kewirausahaan, bisnis, waralaba, motivasi, kewirausahaan berbasis pengembangan merek

ABSTRACT

The research was motivated from the phenomena of transformation from the mindset of a franchise business partners become business owners with its own brand . This study aims to investigate why and how the transformation mindset conducted by Syafril, from being a business partner became the owner of his own brand with the study of entrepreneurship based on brand development . Using qualitative methods and case study approach and data collection through in-depth interviews and object searches, investigators found that the transformation of thinking that made the subject of research that Syafril occur because of the motivation to make a change. Entrepreneurial spirit shown by Syafril and simple branding mindset is what led him to have the entrepreneurial spirit at once branding or can be called as branderpreneurship .

Keywords: transformation, branding mindset, entrepreneurial spirit, business, franchise, motivation, branderpreneurship

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
2. KERANGKA PEMIKIRAN	7
2.1 Penelitian Sebelumnya	7
2.2 Tinjauan Teoretis	10
2.3 Kerangka Pemikiran	16
3. METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1. Pendekatan Metodologis	17
3.2. Pengumpulan Data	18
3.3. Unit Analisis	19
3.4. Validitas Data	21
3.5. Analisis Data	22
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1. Gambaran Subjek Penelitian	24
4.2. Hasil Penelitian	28
4.3. Pembahasan	48
5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	60

5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Keterbatasan Penelitian	60
5.3. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Sebelumnya.....	8
Tabel 3.1. Tabel Operasionalisasi Konsep.....	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Transformasi PT. Pos Indonesia ke sistem network	2
Gambar 1.2. Angkasa Pura mendapatkan penghargaan <i>IBCT</i> 2014	3
Gambar 2.1. <i>Force-field Theory</i>	11
Gambar 2.2. <i>AKIELS Model of Hierarchy of Branding</i>	13
Gambar 2.3. <i>Opportunities of branding in the entrepreneurship sphere</i>	15
Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran	16
Gambar 3.1. Metode Analisis Data Kualitatif	22
Gambar 4.1. Subjek Utama Muhammad Syafril	24
Gambar 4.2. Naomi, Istri Muhammad Syafril	26
Gambar 4.3. Tatang, Karyawan Muhammad Syafril	27
Gambar 4.4. Logo Star Net	29
Gambar 4.5. Logo Total Bangun Persada	30
Gambar 4.6. Logo Corner Kebab	31
Gambar 4.7. Syafril dan Gerobak Corner Kebab	33
Gambar 4.8. Logo Kebab Papito	36
Gambar 4.9. Menu Kebab Papito	38
Gambar 4.10. Website Kebab Papito	41
Gambar 4.11. Kebab Papito dalam Majalah Waralaba	41
Gambar 4.12. Logo Cucu Mamio	43
Gambar 4.13. Syafril dan Gerobak Cucu Mamio	43
Gambar 4.14. Menu Gabungan Cucu Mamio dan Kebab Papito	45
Gambar 4.15. Menu Baru Cucu Mamio	47
Gambar 4.16. Ilustrasi Transformasi Syafril	58
Gambar 4.17. <i>Branderpreneurship as attitude model</i> dari kasus Syafril	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	66
Lampiran 2. Catatan Observasi.....	81