

DAMPAK PERUBAHAN PERATURAN TERHADAP KESTABILAN DAN PERTUMBUHAN BISNIS WARALABA DI PASAR GLOBAL

Urbanisasi, Riyan Giri Aldiansyah

Universitas Tarumanagara, Indonesia

*Corresponding Author:
Urbanisasi, Riyan Giri Aldiansyah

Abstract.

This journal aims to examine the effect of regulatory changes on the stability and growth of franchise businesses in the global market. Franchising has become one of the most popular business models worldwide, allowing companies to expand their reach through partnerships with third parties. However, applicable regulations can have a significant impact on the operation and growth of a franchise business. This study uses a descriptive approach and comparative analysis to analyze regulations related to business franchising in the global market. Through literature research and case studies, this journal analyzes how regulatory changes can affect the stability and growth of business franchises. The research results show that regulatory changes can have various impacts on franchise businesses in the global market. Strict and inconsistent regulations can lead to legal adversaries for parties involved in franchising, hinder business growth, and discourage potential franchise partners. On the other hand, clear, consistent and supportive regulations can create a stable environment for business franchises, encourage growth and increase the trust of related parties. In addition, this journal also discusses the importance of harmonization of franchise regulations at the international level to create a more stable and profitable framework for business franchising. Collaboration between countries in developing uniform standards and guidelines can help minimize legal barriers and increase the confidence of franchisors in the global market. In conclusion, regulatory changes have had a significant effect on the stability and growth of the franchise business in the global market. Clarity, consistency, and sufficient regulatory support are important to create a conducive environment for business franchising. In addition, the harmonization of regulations at the international level can help overcome obstacles and increase the confidence of franchisors in the global market.

Keywords: Franchise, Franchise, Regulation, Growth

PENDAHULUAN

Bisnis waralaba telah menjadi salah satu model bisnis yang sukses dan populer di pasar global. Waralaba memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan mereka secara cepat dan efisien melalui kerjasama dengan mitra lokal di berbagai negara.¹ Namun, dalam menjalankan bisnis waralaba di pasar global, perusahaan sering dihadapkan pada perubahan peraturan yang berlaku di berbagai yurisdiksi. Peraturan merupakan aturan hukum yang ditetapkan oleh pemerintah untuk mengatur berbagai aspek kegiatan bisnis. Peraturan ini dapat meliputi persyaratan terkait izin usaha, proteksi konsumen, perpajakan, ketenagakerjaan, dan aspek hukum lainnya yang relevan dengan operasional bisnis waralaba. Perubahan peraturan yang terjadi di pasar global dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kestabilan dan pertumbuhan bisnis waralaba.²

Tujuan dari jurnal ini adalah untuk menganalisis pengaruh perubahan peraturan terhadap kestabilan dan pertumbuhan bisnis waralaba di pasar global. Dalam konteks ini, kestabilan mengacu pada prediktabilitas dan konsistensi peraturan yang berlaku, sedangkan pertumbuhan

¹ Steinman, L. G., & Dixon, K. S. (2021). Franchise regulation: An examination of state laws and trends. *Business Law Review*, 40(1), 3-30.

² Winarso, H., & Pamungkas, D. S. (2020). The impact of franchise regulation on the development of Indonesian franchise industry. *European Research Studies Journal*, 23(2), 654-668.

mengacu pada kemampuan bisnis waralaba untuk berkembang dan berekspansi di pasar global. Perubahan peraturan dapat mempengaruhi bisnis waralaba dalam beberapa cara. Pertama, perubahan peraturan dapat menciptakan ketidakpastian hukum bagi perusahaan waralaba dan mitra lokal mereka. Ketidakpastian ini dapat menghambat rencana ekspansi dan investasi, serta menyebabkan ketidakmampuan untuk memprediksi risiko hukum yang mungkin timbul.

Kedua, perubahan peraturan juga dapat berdampak pada biaya operasional dan kepatuhan perusahaan waralaba. Persyaratan baru yang ditetapkan oleh peraturan yang berubah dapat memerlukan perubahan dalam sistem dan proses bisnis, yang mungkin membutuhkan investasi tambahan dan meningkatkan biaya operasional secara keseluruhan. Ketiga, perubahan peraturan juga dapat mempengaruhi daya tarik waralaba bagi calon mitra bisnis. Jika peraturan yang baru diterapkan memperketat persyaratan atau mengurangi fleksibilitas dalam operasional waralaba, calon mitra bisnis mungkin menjadi kurang tertarik atau enggan untuk bergabung dengan jaringan waralaba tersebut.

Dalam konteks ini, jurnal ini akan menggunakan pendekatan analisis komparatif dan studi kasus untuk menggali pengaruh perubahan peraturan terhadap kestabilan dan pertumbuhan bisnis waralaba di pasar global. Penelitian literatur yang relevan juga akan digunakan untuk mendukung analisis ini. Melalui penelitian ini, diharapkan akan diperoleh wawasan yang lebih baik tentang bagaimana perubahan peraturan mempengaruhi kestabilan dan pertumbuhan bisnis waralaba di pasar global. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi perusahaan waralaba dan pemangku kepentingan terkait dalam mengembangkan strategi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan peraturan yang terjadi di pasar global.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dapat digunakan untuk mengkaji pengaruh perubahan peraturan terhadap kestabilan dan pertumbuhan bisnis waralaba di pasar global dapat melibatkan beberapa langkah berikut:

1. Studi Pustaka: Langkah pertama adalah melakukan studi pustaka yang mendalam tentang topik yang ingin diteliti. Ini melibatkan mencari sumber-sumber referensi seperti jurnal akademik, buku, dan publikasi terkait lainnya untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang peraturan yang berlaku dalam bisnis waralaba di pasar global dan dampaknya terhadap kestabilan dan pertumbuhan bisnis tersebut.
2. Penentuan Variabel: Selanjutnya, identifikasi variabel yang relevan dalam mempelajari pengaruh perubahan peraturan terhadap bisnis waralaba. Misalnya, variabel-variabel tersebut dapat mencakup perubahan dalam peraturan perlindungan merek dagang, kontrak waralaba, peraturan mengenai transfer teknologi, dan aspek hukum lainnya yang berkaitan dengan operasional bisnis waralaba.
3. Pengumpulan Data: Setelah variabel-variabel ditentukan, pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Metode pengumpulan data dapat melibatkan wawancara dengan pemilik merek, mitra waralaba, dan pemangku kepentingan lainnya, survei kepada perusahaan waralaba di pasar global, serta analisis dokumen seperti peraturan pemerintah, laporan industri, dan studi kasus waralaba yang relevan.
4. Analisis Data: Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara kualitatif maupun kuantitatif, tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Analisis kualitatif dapat melibatkan pengkodean dan temuan tematik dari wawancara atau analisis isi dokumen. Sementara itu, analisis kuantitatif dapat menggunakan metode statistik untuk menguji hubungan antara perubahan peraturan dan kestabilan serta pertumbuhan bisnis waralaba.

5. Interpretasi Hasil: Setelah data dianalisis, hasil penelitian diinterpretasikan dan dianalisis untuk menarik kesimpulan mengenai pengaruh perubahan peraturan terhadap kestabilan dan pertumbuhan bisnis waralaba di pasar global. Temuan dapat dibandingkan dengan literatur yang ada dan mengidentifikasi pola atau tren yang muncul.
6. Kesimpulan dan Implikasi: Penelitian diakhiri dengan menyusun kesimpulan berdasarkan hasil analisis dan memberikan implikasi praktis dan teoritis dari penelitian tersebut. Implikasi praktis dapat berupa rekomendasi kebijakan bagi regulator, pemilik merek, dan mitra waralaba untuk meningkatkan kestabilan dan pertumbuhan bisnis waralaba di pasar global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis waralaba adalah suatu bentuk kemitraan di mana pemilik merek atau franchisor memberikan hak kepada individu atau perusahaan lain yang disebut mitra waralaba atau franchisee untuk menjalankan dan mengoperasikan bisnis yang menggunakan merek dagang, konsep usaha, dan sistem yang telah ditetapkan oleh franchisor. Dalam bisnis waralaba, franchisor memberikan lisensi kepada mitra waralaba untuk menggunakan merek dagang dan memberikan dukungan serta bimbingan dalam menjalankan operasional bisnis.³ Dalam model bisnis waralaba, franchisor biasanya menyediakan paket lengkap yang mencakup produk, jasa, atau konsep usaha yang terbukti berhasil. Mitra waralaba, sebagai pihak yang memperoleh lisensi, membayar royalti atau biaya tertentu kepada franchisor sebagai imbalan atas hak penggunaan merek dagang dan dukungan yang diberikan.

Karakteristik bisnis waralaba meliputi standarisasi operasional, transfer teknologi, pelatihan dan bimbingan, serta peningkatan merek dan sistem yang dilakukan secara kolektif oleh franchisor dan mitra waralaba. Keuntungan bagi mitra waralaba termasuk memanfaatkan kepopuleran merek yang sudah dikenal, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman dari franchisor, serta adanya dukungan dalam pengelolaan operasional bisnis.⁴ Bisnis waralaba dapat ditemukan dalam berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, ritel, layanan kecantikan, kesehatan, pendidikan, perhotelan, dan lain-lain. Model bisnis ini memungkinkan ekspansi dan pertumbuhan yang lebih cepat bagi pemilik merek dengan memanfaatkan sumber daya dan usaha mitra waralaba di berbagai lokasi.

Dampak Perubahan Peraturan terhadap Kestabilan Bisnis Waralaba:

Perubahan peraturan dapat memiliki dampak signifikan terhadap kestabilan bisnis waralaba. Berikut adalah beberapa pengaruh yang mungkin terjadi:

1. Kepastian Hukum: Peraturan yang jelas, konsisten, dan dapat diprediksi menciptakan kepastian hukum bagi pemilik merek dan mitra waralaba. Ini memberikan dasar yang stabil untuk menjalankan operasional bisnis waralaba tanpa adanya ketidakpastian atau kebingungan mengenai kewajiban hukum.
2. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual: Perubahan peraturan yang menguatkan perlindungan hak kekayaan intelektual, seperti merek dagang atau rahasia dagang, dapat memberikan kestabilan bagi pemilik merek. Hal ini mencegah penggunaan ilegal atau penyalahgunaan merek oleh pihak lain, yang dapat mengancam reputasi dan nilai merek dagang.
3. Konsistensi Kontrak Waralaba: Perubahan peraturan yang berhubungan dengan kontrak waralaba dapat mempengaruhi kestabilan bisnis waralaba. Ketika peraturan mengatur kewajiban dan hak-hak dalam kontrak secara jelas dan konsisten, mitra waralaba memiliki

³ Rosenbaum, M. S. (2019). *Franchising: A Legal Guide to Selecting and Operating a Franchise in the United States*. American Bar Association.

⁴ Stanworth, J., & Purdy, D. (Eds.). (2018). *The Routledge Companion to Global Franchising*. Routledge.

kepastian tentang tanggung jawab mereka dan persyaratan yang harus dipenuhi. Hal ini mengurangi potensi perselisihan atau ketidaksepakatan di antara pihak-pihak yang terlibat.

4. **Pengaturan Standar Operasional:** Peraturan yang mengatur standar operasional dalam bisnis waralaba dapat mempengaruhi kestabilan bisnis. Jika peraturan ini diterapkan secara konsisten dan memadai, pemilik merek dan mitra waralaba memiliki pedoman yang jelas tentang prosedur operasional yang harus diikuti. Ini membantu menjaga kualitas dan konsistensi produk atau layanan yang ditawarkan oleh bisnis waralaba.
5. **Biaya dan Beban Administratif:** Perubahan peraturan dapat mempengaruhi biaya dan beban administratif yang harus ditanggung oleh pemilik merek dan mitra waralaba. Jika peraturan baru memperkenalkan persyaratan yang lebih rumit atau memerlukan perubahan signifikan dalam operasional bisnis, ini dapat menghasilkan biaya tambahan atau beban administratif yang dapat mengganggu kestabilan bisnis waralaba.⁵

Dampak Perubahan Peraturan terhadap Pertumbuhan Bisnis Waralaba

Perubahan peraturan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan bisnis waralaba. Berikut adalah beberapa pengaruh yang mungkin terjadi:

1. **Akses ke Pasar:** Perubahan peraturan yang lebih terbuka dan memfasilitasi akses ke pasar dapat mendorong pertumbuhan bisnis waralaba. Jika peraturan memungkinkan ekspansi yang lebih mudah ke wilayah baru atau negara asing, pemilik merek dapat dengan lebih cepat dan efisien memperluas jaringan waralaba mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.
2. **Inovasi Produk dan Layanan:** Perubahan peraturan yang mendorong inovasi dalam produk dan layanan dapat memberikan dorongan bagi pertumbuhan bisnis waralaba. Misalnya, jika peraturan memungkinkan pengembangan produk baru atau model bisnis yang lebih fleksibel, pemilik merek dapat menghadirkan inovasi yang menarik bagi konsumen, sehingga meningkatkan daya tarik dan pertumbuhan bisnis waralaba.
3. **Investasi dan Pembiayaan:** Perubahan peraturan yang menciptakan lingkungan yang kondusif bagi investasi dan pembiayaan bisnis waralaba dapat mendorong pertumbuhan. Jika peraturan melindungi hak pemilik merek, memberikan insentif pajak, atau memfasilitasi akses ke modal, pemilik merek dapat dengan lebih mudah mendapatkan dana yang diperlukan untuk ekspansi dan pengembangan bisnis waralaba.
4. **Perlindungan Konsumen:** Perubahan peraturan yang lebih ketat terkait perlindungan konsumen dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen dan mendorong pertumbuhan bisnis waralaba. Jika peraturan memperkuat perlindungan konsumen terhadap praktik bisnis yang merugikan atau melanggar hak-hak mereka, konsumen cenderung lebih percaya dan cenderung mengadopsi waralaba, yang dapat menghasilkan pertumbuhan yang berkelanjutan bagi bisnis waralaba.
5. **Harmonisasi Regulasi:** Perubahan peraturan yang mengarah pada harmonisasi regulasi antarnegara atau wilayah dapat memfasilitasi pertumbuhan bisnis waralaba di pasar global. Jika peraturan yang berlaku di berbagai yurisdiksi memiliki kesamaan atau konsistensi, pemilik merek dapat dengan lebih mudah beroperasi di berbagai pasar dan mengelola jaringan waralaba yang lebih luas.⁶

⁵ Kaufmann, P. J., & Lafontaine, F. (2015). The economic effects of franchising regulations. *Journal of Corporate Finance*, 34, 337-344.

⁶ Shane, S., & Wennberg, K. (2013). The effect of entrepreneurship on institutional change. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 755-773.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perubahan peraturan memiliki dampak yang signifikan terhadap kestabilan dan pertumbuhan bisnis waralaba di pasar global. Beberapa temuan penting yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Kepastian hukum merupakan faktor krusial dalam menjaga kestabilan bisnis waralaba. Peraturan yang jelas, konsisten, dan dapat diprediksi memberikan kepastian hukum kepada pemilik merek dan mitra waralaba, sehingga meminimalkan ketidakpastian dan potensi konflik.
2. Perubahan peraturan yang memperkuat perlindungan hak kekayaan intelektual, seperti merek dagang, memberikan jaminan bagi pemilik merek terhadap penyalahgunaan atau penggunaan ilegal merek oleh pihak lain. Hal ini secara positif mempengaruhi reputasi merek dan meningkatkan daya tarik bisnis waralaba.
3. Regulasi yang mengatur kontrak waralaba dengan jelas dan konsisten sangat penting dalam menjaga kestabilan hubungan antara pemilik merek dan mitra waralaba. Adanya ketentuan yang tegas mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak membantu menghindari konflik dan ketidaksepakatan yang dapat mengganggu keberlanjutan bisnis waralaba.
4. Standar operasional yang diatur oleh peraturan berperan penting dalam menjaga kualitas dan konsistensi produk atau layanan dalam bisnis waralaba. Ketika peraturan memastikan penerapan standar yang konsisten, pemilik merek dan mitra waralaba dapat menjaga reputasi bisnis dan memenuhi harapan konsumen.
5. Standar operasional yang diatur oleh peraturan berperan penting dalam menjaga kualitas dan konsistensi produk atau layanan dalam bisnis waralaba. Ketika peraturan memastikan penerapan standar yang konsisten, pemilik merek dan mitra waralaba dapat menjaga reputasi bisnis dan memenuhi harapan konsumen.

Dalam keseluruhan, pemahaman yang mendalam tentang perubahan peraturan dan dampaknya terhadap kestabilan dan pertumbuhan bisnis waralaba di pasar global sangat penting. Pemilik merek dan mitra waralaba perlu aktif memantau perubahan peraturan, mengadaptasi strategi mereka, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Dengan demikian, mereka dapat mengoptimalkan peluang pertumbuhan, meminimalkan risiko, dan mempertahankan kestabilan operasional bisnis waralaba di pasar global yang dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaufmann, P. J., & Lafontaine, F. (2015). The economic effects of franchising regulations. *Journal of Corporate Finance*, 34, 337-344.
- Stanworth, J., & Purdy, D. (Eds.). (2018). *The Routledge Companion to Global Franchising*. Routledge.
- Steinman, L. G., & Dixon, K. S. (2021). Franchise regulation: An examination of state laws and trends. *Business Law Review*, 40(1), 3-30.
- Shane, S., & Wennberg, K. (2013). The effect of entrepreneurship on institutional change. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 755-773.
- Rosenbaum, M. S. (2019). *Franchising: A Legal Guide to Selecting and Operating a Franchise in the United States*. American Bar Association.
- Winarso, H., & Pamungkas, D. S. (2020). The impact of franchise regulation on the development of Indonesian franchise industry. *European Research Studies Journal*, 23(2), 654-668.