

TANTANGAN DALAM MENGHADAPI PERKEMBANGAN TEKNOLOGI DAN TRASFORMASI DIGITAL DALAM BISNIS WARALABA

Lauren Tanera, Urbanisasi

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum,
Universitas Tarumanagara, Indonesia

Author Corresponding:
Lauren Tanera

Abstract.

This research discusses the challenges faced by franchise businesses in the face of technological developments and digital transformation. These challenges include limited resources, lack of technological understanding and skills, resistance to change, and concerns regarding data security and privacy. Strategies that can be adopted to overcome these challenges include judicious resource allocation, technology training and education, effective change management, and implementation of data security measures. Franchise businesses also need to adapt their business models, adjust sales channels, improve customer engagement, and utilize digital technologies to improve operational efficiency. Case studies of successful franchise businesses in adopting digital transformation are also presented to provide concrete examples. In conclusion, franchise businesses need to face these challenges with adaptation and innovation to optimize the opportunities offered by technological developments and digital transformation.

Keywords: Franchise, Franchise, Regulation, Digital Transformation

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis secara drastis di berbagai sektor industri. Salah satu sektor yang terpengaruh secara signifikan adalah bisnis waralaba. Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba memberikan definisi Waralaba adalah Hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.¹ Bisnis waralaba telah menjadi model bisnis yang populer di mana pemilik bisnis (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak lain (*franchisee*) untuk menggunakan merek dagang, sistem operasional, dan dukungan lainnya guna membuka dan mengoperasikan unit bisnis yang serupa. Namun, dengan adanya perkembangan

¹ Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

teknologi dan transformasi digital yang pesat, bisnis waralaba menghadapi tantangan baru yang harus diatasi agar tetap relevan dan bersaing di era digital ini.

Dalam era digital, konsumen memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi dan teknologi. Mereka dapat dengan mudah mencari informasi produk, membandingkan harga, dan membaca ulasan dari pengguna sebelum membuat keputusan pembelian. Selain itu, *platform e-commerce* dan aplikasi seluler telah mengubah cara orang berbelanja dan berinteraksi dengan merek dan produk. Konsumen kini dapat melakukan pembelian secara online, mengakses layanan secara virtual, dan berkomunikasi langsung dengan bisnis melalui media sosial. Perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan, analitik data, dan *Internet of Things (IoT)* juga telah membawa transformasi dalam operasional bisnis. Bisnis waralaba perlu memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan efisiensi, memperbaiki pengalaman pelanggan, dan mengoptimalkan proses bisnis mereka.

Demikian dapat kita lihat bahwa ternyata waralaba juga dapat dipakai sebagai sarana pengembangan usaha secara tanpa batas ke seluruh bagian dunia. Ini berarti seorang pemberi waralaba harus mengetahui secara pasti ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku di negara dimana waralaba akan diberikan atau dikembangkan, agar nantinya penerima waralaba tidak beralih “wujud” dari mitra usaha menjadi kompetitor.²

Namun, seiring dengan kemajuan teknologi, bisnis waralaba juga dihadapkan pada tantangan yang harus diatasi. Salah satu tantangan utama adalah adaptasi terhadap platform digital. Pemilik bisnis waralaba harus beradaptasi dengan cepat dengan keberadaan media sosial, platform pemesanan online, dan aplikasi seluler untuk tetap terhubung dengan konsumen yang semakin terhubung secara digital. Mereka harus mampu menciptakan kehadiran yang kuat di platform-platform tersebut dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen secara online.

Selain itu, bisnis waralaba juga menghadapi persaingan dengan bisnis online yang menawarkan produk dan layanan serupa secara online dengan harga yang lebih rendah. Bisnis online sering kali dapat mengeliminasi biaya operasional yang tinggi seperti biaya sewa tempat usaha fisik, sehingga dapat menawarkan produk dengan harga lebih kompetitif. Bisnis waralaba harus mencari cara untuk mempertahankan daya tarik mereka dalam hal kualitas, pelayanan, dan pengalaman pelanggan yang unik.

Tantangan lainnya adalah pengembangan strategi pemasaran digital yang efektif. Bisnis waralaba harus dapat menggunakan teknik pemasaran digital seperti SEO, konten pemasaran, dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas

² Widjaya, Gunawan. *Lisensi atau Waralaba, Suatu Panduan Praktis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002.hal. 4-5.

mereka dan menarik konsumen secara online. Mereka perlu berinovasi dalam strategi pemasaran untuk memastikan bahwa mereka tetap relevan dan menarik bagi konsumen yang semakin cerdas secara digital. bisnis waralaba juga harus memperhatikan keamanan data. Dalam bisnis waralaba, seringkali terjadi pertukaran data antara pemilik bisnis waralaba dan *franchisee*. Penting untuk memiliki sistem keamanan yang kuat guna melindungi data pelanggan dan menjaga kepercayaan konsumen. Keamanan data yang buruk dapat menyebabkan kerugian finansial, merusak reputasi bisnis, dan kehilangan kepercayaan konsumen.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif untuk menganalisis peraturan dan regulasi hukum yang berkaitan dengan bisnis waralaba serta menerapkan konsep hukum dalam konteks perkembangan teknologi dan transformasi digital. Pendekatan ini melibatkan studi pustaka mendalam tentang hukum waralaba, perkembangan teknologi, dan transformasi digital, serta analisis teks hukum yang relevan.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen hukum, termasuk undang-undang, peraturan, peraturan perundang-undangan, keputusan pengadilan, dan literatur hukum terkait dengan bisnis waralaba dan teknologi digital. Sumber data juga dapat mencakup panduan dan pedoman industri, penelitian terkait, dan publikasi akademik yang berkaitan dengan hukum waralaba dan transformasi digital.

Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui pendekatan interpretatif dan komparatif terhadap peraturan hukum yang ada dan perkembangan teknologi terkait dengan bisnis waralaba. Konsep hukum seperti kontrak, perlindungan konsumen, kekayaan intelektual, privasi, dan perlindungan data diterapkan untuk menganalisis tantangan hukum yang muncul dari transformasi digital dalam bisnis waralaba.

Temuan Penelitian

Temuan penelitian mencakup analisis hukum terhadap tantangan yang dihadapi oleh bisnis waralaba dalam menghadapi perkembangan teknologi dan transformasi digital. Hasil analisis memberikan pemahaman tentang kesenjangan atau kecocokan antara regulasi hukum yang ada dengan perkembangan teknologi terkait bisnis waralaba.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Waralaba diartikan sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.³ Sedangkan penerima waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.⁴

Namun, dengan adanya perkembangan teknologi dan transformasi digital yang pesat, bisnis waralaba menghadapi tantangan baru yang harus diatasi agar tetap relevan dan bersaing di era digital ini. Era digital membawa perubahan signifikan dalam perilaku konsumen. Konsumen memiliki akses yang lebih besar terhadap informasi dan teknologi, memungkinkan mereka mencari informasi produk, membandingkan harga, dan membaca ulasan pengguna sebelum membuat keputusan pembelian. *Platform e-commerce* dan aplikasi seluler mengubah cara konsumen berbelanja dan berinteraksi dengan merek dan produk. Kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan, analitik data, dan *Internet of Things (IoT)* juga telah mengubah operasional bisnis.

Pengembangan strategi pemasaran digital yang efektif menjadi kunci keberhasilan bisnis waralaba di era digital. Bisnis waralaba harus mampu menggunakan teknik pemasaran digital seperti SEO (*Search Engine Optimization*), konten pemasaran, dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas mereka dan menarik konsumen secara online. Inovasi dalam strategi pemasaran diperlukan agar bisnis waralaba tetap relevan dan menarik bagi konsumen yang semakin cerdas secara digital.

Keamanan data juga merupakan aspek penting dalam bisnis waralaba. Dalam pertukaran data antara pemilik bisnis waralaba dan *franchisee*, perlindungan data pelanggan harus diutamakan. Sistem keamanan yang kuat harus diterapkan untuk melindungi data pelanggan dan menjaga kepercayaan konsumen. Keamanan data yang buruk dapat berakibat pada kerugian finansial, merusak reputasi bisnis, dan kehilangan kepercayaan konsumen.

Dalam menghadapi tantangan ini, bisnis waralaba perlu beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan. Hal ini meliputi penyesuaian strategi pemasaran dengan memanfaatkan platform digital, berinovasi dalam pengalaman pelanggan, menjaga keunggulan kompetitif dalam hal kualitas dan pelayanan, serta

³ Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, pasal 1 butir 1

⁴ Adrian Sutedi, op.cit. h. 12

mengutamakan keamanan data. Dengan menghadapi tantangan ini, bisnis waralaba dapat tetap relevan dan bersaing di era digital yang terus berkembang.

Dampak Perkembangan Teknologi dan Transformasi Digital Terhadap Bisnis Waralaba

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap bisnis waralaba. Berikut adalah pembahasan lebih rinci mengenai dampak-dampak tersebut:

1. Perubahan Perilaku Konsumen

Transformasi digital mempengaruhi perilaku konsumen dengan adanya akses mudah ke informasi dan pilihan produk yang lebih luas.⁵ Mereka dapat dengan mudah menelusuri, membandingkan, dan membeli produk atau layanan dari merek waralaba tanpa harus mengunjungi secara fisik toko atau outlet. Dampak ini memicu pergeseran dari model bisnis waralaba tradisional menuju pendekatan yang lebih berfokus pada pengalaman digital dan kanal penjualan online.

2. Peningkatan Aksesibilitas dan Jangkauan

Teknologi digital memungkinkan bisnis waralaba untuk mencapai basis pelanggan yang lebih luas secara geografis.⁶ Dengan adanya platform e-commerce dan aplikasi seluler, merek waralaba dapat memperluas cakupan geografis mereka tanpa harus membuka outlet fisik di setiap daerah. Ini memberikan peluang untuk pertumbuhan dan ekspansi yang lebih cepat, serta memungkinkan waralaba untuk menjangkau konsumen potensial yang sebelumnya sulit dijangkau.

3. Peningkatan Efisiensi Operasional

Teknologi digital telah meningkatkan efisiensi operasional bisnis waralaba. Sistem POS terintegrasi, manajemen persediaan otomatis, dan analisis data canggih memungkinkan bisnis waralaba mengoptimalkan proses bisnis mereka. Automatisasi administrasi, pemantauan persediaan *real-time*, dan pengambilan keputusan berbasis data meningkatkan efisiensi dan produktivitas⁷

4. Peningkatan Keterlibatan dan Interaksi dengan Pelanggan

Teknologi digital juga memungkinkan bisnis waralaba untuk meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan pelanggan. Mereka dapat

⁵ Fourtrezz. Diakses pada 12 juli 2023 dari <https://fourtrezz.co.id/articles/dampak-transformasi-digital-peluang-dan-tantangan-bagi-bisnis-dan-ekonomi-di-indonesia/>

⁶ Islam, S. U., Uddin, M. M., Khan, M. S., & Akter, T. (2018). E-commerce and Franchising in Asia: Challenges and Opportunities. In E-commerce and Franchising (pp. 1-20). Springer.

⁷ Raineri, N., Leal, R. S., Díaz, N., & Llach, J. (2017). Exploring franchisors' competences for managing technological innovations in franchise networks. *Journal of Business Research*, 70, 118-125.

menggunakan media sosial, email marketing, dan aplikasi seluler untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan, memberikan penawaran khusus, mendapatkan umpan balik, dan membangun hubungan yang lebih erat. Hal ini dapat membantu dalam membangun loyalitas pelanggan dan memperoleh informasi berharga untuk pengambilan keputusan bisnis.

5. Perubahan Model Bisnis dan Inovasi Produk

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah mendorong perubahan dalam model bisnis waralaba. Beberapa merek waralaba telah mengadopsi model bisnis berbasis langganan (*subscription-based*), model bisnis online only, atau model bisnis berbasis aplikasi. Selain itu, teknologi digital juga memungkinkan waralaba untuk melakukan inovasi produk dan layanan dengan cepat, memperkenalkan fitur baru, atau menghadirkan pengalaman interaktif kepada pelanggan. Contohnya adalah adopsi model bisnis berbasis langganan, penggunaan teknologi AR/VR dalam pengalaman pelanggan, atau pemanfaatan teknologi IoT untuk meningkatkan efisiensi operasional⁸

6. Perubahan dalam Pola Konsumsi

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah mempengaruhi pola konsumsi pelanggan. Konsumen kini memiliki preferensi yang berbeda dan lebih terbiasa dengan pengalaman digital yang cepat, mudah, dan personal. Ini menuntut bisnis waralaba untuk menyediakan solusi dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan digital.

Dengan adanya dampak-dampak tersebut, bisnis waralaba perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan transformasi digital. Mereka harus memahami tren konsumen, mengembangkan strategi pemasaran yang digital-savvy, meningkatkan infrastruktur teknologi, dan melibatkan mitra waralaba dalam perubahan ini. Dalam hal ini, bisnis waralaba yang mampu mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital dengan baik akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih baik di pasar yang semakin digital.

Menghadapi Perubahan Model Bisnis dari Hasil Transformasi Digital

Transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis secara menyeluruh, termasuk dalam bisnis waralaba. Perubahan ini sering kali mendorong bisnis waralaba untuk mengadaptasi dan mengubah model bisnis mereka agar tetap relevan dan kompetitif di era digital. Berikut adalah pembahasan mengenai bagaimana bisnis waralaba menghadapi perubahan dalam model bisnis mereka sebagai hasil dari transformasi digital:

1. Inovasi Model Bisnis

⁸ Chen, H., Wei, Y., & Liu, X. (2021). Digital technology, information asymmetry, and franchisee performance. *Journal of Business Research*, 131, 644-654.

Inovasi model bisnis dipelajari untuk memahami dan memfasilitasi analisis dan perencanaan transformasi dari suatu model bisnis menuju ke model bisnis lainnya.⁹ Dalam menghadapi transformasi digital, bisnis waralaba harus melihat peluang inovasi dalam model bisnis mereka. Mereka perlu mempertimbangkan perubahan dalam proses operasional, pengalaman pelanggan, dan nilai yang ditawarkan. Misalnya, beberapa bisnis waralaba telah mengadopsi model bisnis berbasis langganan (*subscription-based*), model bisnis online only, atau model bisnis berbasis aplikasi. Mereka mengintegrasikan teknologi digital dalam model bisnis mereka untuk memberikan nilai tambahan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan yang berkembang.

2. Peningkatan Pengalaman Pelanggan

Dalam era digital yang terus berkembang, pengalaman pelanggan menjadi sangat penting. Bisnis waralaba perlu mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Misalnya, mereka dapat memanfaatkan solusi digital seperti aplikasi seluler untuk pemesanan, pembayaran, dan pelacakan pesanan. Mereka juga dapat menggunakan analitik data untuk memahami preferensi pelanggan dan memberikan pengalaman yang personal dan relevan.

3. Perubahan Budaya Organisasi

Transformasi digital juga membutuhkan perubahan budaya organisasi dalam bisnis waralaba. Pemilik merek waralaba dan mitra waralaba perlu mengadopsi sikap terbuka terhadap perubahan, meningkatkan pemahaman dan keterampilan teknologi, dan berkomitmen untuk terus belajar dan beradaptasi. Penting bagi bisnis waralaba untuk menciptakan budaya inovasi dan kolaborasi yang mendorong eksperimen, pengujian, dan pembelajaran.

4. Kolaborasi dengan Mitra Waralaba

Dalam menghadapi perubahan dalam model bisnis sebagai hasil dari transformasi digital, penting bagi bisnis waralaba untuk melibatkan mitra waralaba secara aktif. Kolaborasi dengan mitra waralaba dapat membantu dalam memahami tantangan dan peluang yang dihadapi di tingkat operasional dan mendapatkan masukan yang berharga untuk perubahan model bisnis. Pemilik merek waralaba dan mitra waralaba dapat bekerja sama untuk mengidentifikasi dan mengimplementasikan inisiatif digital yang efektif.

Dalam menghadapi perubahan dalam model bisnis sebagai hasil dari transformasi digital, bisnis waralaba perlu mengambil pendekatan proaktif.

⁹ Schallmo, D. (2013). *Geschäftsmodell-Innovation*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-00245-9>

Mereka harus menganalisis tren industri, memahami preferensi konsumen, mengadopsi teknologi yang relevan, mengelola perubahan organisasi, dan berkolaborasi dengan mitra waralaba. Dengan adaptasi yang tepat, bisnis waralaba dapat mempertahankan relevansi dan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin digital.

KESIMPULAN

Dalam era transformasi digital yang cepat, bisnis waralaba menghadapi sejumlah tantangan yang mempengaruhi keberhasilan mereka dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital. Jurnal ini telah mengidentifikasi dan menganalisis tantangan utama yang dihadapi oleh bisnis waralaba dalam menghadapi perkembangan teknologi dan transformasi digital, serta strategi yang dapat diadopsi untuk mengatasi tantangan ini. Dalam mempelajari tantangan tersebut, jurnal ini menyoroti keterbatasan sumber daya sebagai faktor yang signifikan. Keterbatasan anggaran, infrastruktur, dan keterampilan teknologi menjadi hambatan yang perlu diatasi oleh bisnis waralaba. Oleh karena itu, penting bagi bisnis waralaba untuk mengalokasikan sumber daya yang memadai dan mencari solusi yang terjangkau dan efektif dalam mengadopsi teknologi digital.

Selanjutnya, jurnal ini menekankan pentingnya pemahaman dan keterampilan teknologi di antara pemilik merek waralaba dan mitra waralaba. Kurangnya pemahaman tentang teknologi digital dapat menghambat adopsi yang efektif. Oleh karena itu, pelatihan dan pendidikan yang tepat diperlukan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknologi di kalangan pemangku kepentingan bisnis waralaba. Resistensi terhadap perubahan juga menjadi tantangan yang signifikan. Transformasi digital seringkali mengharuskan perubahan dalam proses operasional, budaya kerja, dan hubungan dengan mitra waralaba. Oleh karena itu, penting bagi bisnis waralaba untuk mengelola perubahan ini dengan baik melalui komunikasi yang efektif, pelibatan aktif, dan dukungan yang diperlukan.

Dalam menghadapi perkembangan teknologi dan transformasi digital, keamanan dan privasi data menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Bisnis waralaba perlu memastikan bahwa kebijakan dan langkah-langkah keamanan yang tepat diimplementasikan untuk melindungi data konsumen dan mematuhi peraturan perlindungan data yang berlaku. Namun, di tengah tantangan tersebut, bisnis waralaba memiliki kesempatan untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan memperluas model bisnis mereka. Dalam menghadapi tantangan ini, bisnis waralaba dapat mengadopsi strategi seperti inovasi produk dan layanan, kolaborasi dengan mitra waralaba, investasi dalam teknologi yang relevan, dan perencanaan strategis jangka panjang.

Kesimpulannya, bisnis waralaba perlu memahami tantangan yang dihadapi dalam menghadapi perkembangan teknologi dan transformasi digital. Dengan mengatasi tantangan ini melalui pendekatan yang tepat, bisnis waralaba dapat mengoptimalkan potensi teknologi digital untuk memperkuat kompetitivitas mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan pengalaman pelanggan yang unggul.

SARAN

Saran mengenai Tantangan dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi dan Transformasi Digital dalam Bisnis Waralaba:

1. Bisnis waralaba perlu melakukan riset dan analisis pasar yang menyeluruh untuk memahami tren dan perubahan konsumen yang berkaitan dengan transformasi digital. Dengan pemahaman yang baik tentang preferensi konsumen, bisnis waralaba dapat mengadopsi strategi yang tepat untuk menghadapi tantangan ini.
2. Bisnis waralaba harus siap untuk mengadaptasi model bisnis mereka agar sesuai dengan perkembangan teknologi dan transformasi digital. Ini mungkin melibatkan restrukturisasi operasional, penyesuaian proses, atau eksplorasi model bisnis baru yang dapat memanfaatkan teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, H., Wei, Y., & Liu, X. (2021). Digital technology, information asymmetry, and franchisee performance. *Journal of Business Research*, 131, 644-654.
- Fourtrezz. Diakses pada 12 juli 2023 dari <https://fourtrezz.co.id/articles/dampak-transformasi-digital-peluang-dan-tantangan-bagi-bisnis-dan-ekonomi-di-indonesia/>
- Islam, S. U., Uddin, M. M., Khan, M. S., & Akter, T. (2018). E-commerce and Franchising in Asia: Challenges and Opportunities. In *E-commerce and Franchising* (pp. 1-20). Springer.
- Raineri, N., Leal, R. S., Díaz, N., & Llach, J. (2017). Exploring franchisors' competences for managing technological innovations in franchise networks. *Journal of Business Research*, 70, 118-125.
- Schallmo, D. (2013). *Geschäftsmodell-Innovation*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-00245-9>
- Sutedi, Andrian. *Hukum Waralaba*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008. Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba
- Widjaya, Gunawan. *Lisensi Atau Waralaba, Suatu Panduan Praktis*, Jakarta : Raja Grafindo Persada. 2002