



Optimalisasi Sistem Kemitraan Waralaba Untuk Meningkatkan Perekonomian Lokal Di Kota Tangerang Selatan

Optimizing The Franchise Partnership System To Improve The Local Economy In Tangerang Selatan City

Mohammad Rizky Axell Putranto¹, Yanda Bara Kusuma²

^{1,2}UPN "Veteran" Jawa Timur

Email: rizkyaxell0@gmail.com¹, yanda_bara.adbis@upnjatim.ac.id²

Article History:

Received: 21 April 2023

Revised: 19 Mei 2023

Accepted: 24 Juni 2023

Keywords: MSMEs, franchise, Economy, Business

Abstract : *Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) have a strategic role in improving the national economy. South Tangerang City is one of the cities in Indonesia which has a fairly large number of MSME. However, MSME in Tangerang Selatan City also experience various difficulties in business such as difficulties in capital, obtaining raw materials, marketing products, and other operational matters. Optimizing franchise partnerships is a solution that can be done. Franchise Partnership Business is a special right owned by an individual or business entity to a business system with business characteristics in the context of marketing goods or services that have been proven successful and can be utilized by other parties based on a Franchise Agreement. The method used is descriptive qualitative which is useful for describing phenomena that occur in the field by collecting data from various sources, such as books, journals and other related documents. Based on the data obtained, the number of MSME in Tangerang Selatan City is very large. Therefore, with the existence of a franchise business partnership system, the development of MSME in Tangerang Selatan can be far more developed and can also improve the local economy.*

Abstrak

Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam peningkatan perekonomian nasional. Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki jumlah UMKM yang cukup besar. Namun, UMKM di Kota Tangerang Selatan juga mengalami berbagai kesulitan dalam usaha seperti kesulitan dalam permodalan, memperoleh bahan baku, memasarkan produk, dan hal operasional lainnya. Optimalisasi kemitraan waralaba menjadi sebuah solusi yang dapat dilakukan. Bisnis Kemitraan waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain berdasarkan Perjanjian Waralaba. Metode yang digunakan

Mohammad Rizky Axell Putranto, rizkyaxell0@gmail.com

adalah deskriptif kualitatif yang berguna untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, dan dokumen terkait lainnya. Berdasarkan data yang didapat, jumlah UMKM di Kota Tangerang Selatan sangatlah banyak. Maka dari itu, dengan adanya sistem bisnis kemitraan waralaba membuat perkembangan UMKM yang ada di Tangerang Selatan dapat jauh lebih berkembang dan juga dapat meningkatkan perekonomian lokal.

Kata Kunci : UMKM, Waralaba, Perekonomian, Bisnis

PENDAHULUAN

Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam peningkatan perekonomian nasional. Terbukti dari kontribusi UMKM pada pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) pada tahun 2017 yaitu sebesar 62 persen. Namun, UMKM di Indonesia masih mengalami beberapa kesulitan dalam usaha, diantaranya yaitu kesulitan dalam permodalan, kesulitan memperoleh bahan baku, kesulitan dalam memasarkan produk, kesulitan memperoleh tenaga kerja yang terampil, serta kesulitan dalam memperoleh mesin yang baik.

Model bisnis Kemitraan waralaba dapat menjadi solusi cerdas bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya dan bersaing dengan usaha-usaha lainnya. Bisnis Kemitraan waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain berdasarkan Perjanjian Waralaba. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang mengatur mengenai kewajiban dan hak pemilik waralaba, kewajiban dan hak penerima waralaba, serta tata cara pendaftaran waralaba. Selain itu, terdapat juga Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen dalam bisnis waralaba.

Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki jumlah UMKM yang cukup besar. Namun, UMKM di Kota Tangerang Selatan juga mengalami berbagai kesulitan dalam usaha seperti kesulitan dalam permodalan, memperoleh bahan baku, memasarkan produk, dan hal operasional lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan langkah-langkah untuk mengoptimalkan penggunaan model bisnis kemitraan waralaba di Kota Tangerang Selatan agar dapat membantu UMKM dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi dan meningkatkan perekonomian lokal. Salah satu cara yang dapat dilakukan, yaitu dengan optimalisasi model bisnis kemitraan waralaba yang dapat memberikan dukungan dalam hal pelatihan, pemasaran, dan manajemen, hak penggunaan merek dagang yang sudah dikenal oleh masyarakat, serta sistem operasional yang sudah teruji dan terbukti berhasil.

Optimalisasi kemitraan waralaba ini perlu dilakukan untuk mengatasi kesulitan masyarakat dalam membuat sistem bisnis yang tepat, baik dari pemasaran maupun operasionalnya. Di Kota Tangerang Selatan juga terdapat beberapa perusahaan atau brand-brand kemitraan waralaba yang populer dan memungkinkan untuk dilakukannya kerjasama baik dengan individu maupun Pemerintah yang bertujuan untuk menaikkan perekonomian lokal dan UMKM di Kota Tangerang Selatan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada jurnal ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan melakukan studi literatur dari beberapa sumber yang relevan. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, dan dokumen terkait lainnya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang terjadi.

Jurnal ini akan berfokus pada penggunaan model bisnis waralaba di Kota Tangerang Selatan untuk meningkatkan perekonomian lokal di wilayah tersebut. Analisis data akan dilakukan secara deskriptif untuk mengidentifikasi langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan penggunaan model bisnis waralaba di Kota Tangerang Selatan agar dapat membantu UMKM dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi dan meningkatkan perekonomian lokal.

HASIL

Bisnis kemitraan waralaba atau *franchise* merupakan model bisnis yang cukup populer di Indonesia. Bisnis waralaba dapat membantu UMKM di Indonesia dalam meningkatkan usahanya dengan cara memanfaatkan merek dagang yang sudah dikenal di pasaran, mendapatkan dukungan dari *franchisor*, memiliki sistem operasional yang sudah teruji, dan memperluas jaringan usaha dengan cepat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Esrayanti Lumban Gaol (2021), ditemukan bahwa bisnis waralaba memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan UMKM di Indonesia. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah UMKM yang menjalankan bisnis waralaba dan meningkatnya pendapatan UMKM yang menjalankan bisnis waralaba.

Selain itu, bisnis waralaba juga dapat membantu UMKM dalam memperoleh akses permodalan, pelatihan, dan bantuan teknologi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi Irma Fitriani (2012), ditemukan bahwa bisnis waralaba dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kinerja usahanya dan meningkatkan daya saing usaha.

Berdasarkan data yang diperoleh, Kota Tangerang Selatan memiliki jumlah UMKM yang banyak. Hal ini dikarenakan Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu kota yang memiliki potensi perdagangan yang besar dengan adanya pembangunan & perkembangan teknologi di lingkungan sekitar. Masing-masing kecamatan yang ada di Kota Tangerang Selatan selalu berkembang dari tahun ke tahun dan selalu beradaptasi dengan cepat terkait perubahan yang terjadi.

Tabel 1. Data Jumlah UMKM per Kecamatan di Kota Tangerang Selatan Tahun 2020

No	Kecamatan	Jumlah
1	Pamulang	17.919
2	Ciputat	13.508
3	Ciputat Timur	12.838
4	Pondok Aren	17.944
5	Serpong	12.607
6	Serpong Utara	9.511
7	Setu	5.801
Jumlah		90.128

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan

Namun, jumlah UMKM yang banyak harus ditunjang dengan pengetahuan, sistem, dan teknologi yang terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Adanya sistem bisnis kemitraan waralaba membuat perkembangan UMKM yang ada di Tangerang Selatan dapat jauh lebih berkembang & dapat meningkatkan perekonomian lokal. Hal ini dikarenakan sistem waralaba memiliki sistem operasional yang sudah teruji serta pelaku UMKM akan mendapatkan merek dagang yang sudah dikenal masyarakat serta memiliki manajemen yang baik dengan dukungan dari *franchisor*. Selain itu, adanya pelatihan dan pengelolaan sistem pemasaran membuat para pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan yang lebih luas untuk terus berkembang. Banyaknya brand waralaba yang ada, membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk mencari tahu lebih dalam tentang potensi masing-masing dari brand waralaba yang ada serta keuntungan hingga resiko yang diterima.



Gambar 1. Contoh Brand Waralaba di Kota Tangerang Selatan

Dengan adanya sistem kemitraan waralaba akan memberikan kemudahan bagi masyarakat yang merasa takut dan tidak mengerti banyak hal tentang membangun sebuah bisnis. Sistem operasional dan pemasaran yang sudah teruji serta teknologi yang terus diperbarui menjadi sebuah keunggulan bagi sistem waralaba. Adapun kerugian seperti mahalnya biaya yang harus dikeluarkan untuk bergabung pada sistem waralaba. Namun, saat ini banyak brand waralaba yang memiliki jenis paket biaya yang disesuaikan dengan golongan masyarakat.

Berdasarkan hasil yang didapat, optimalisasi sistem kemitraan waralaba dapat menjadi solusi cerdas bagi UMKM di Kota Tangerang Selatan untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi dan meningkatkan perekonomian lokal. Beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan penggunaan model bisnis waralaba di Kota Tangerang Selatan antara lain:

- 1) Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai bisnis waralaba dan manfaatnya bagi UMKM. Hal ini dapat dilakukan melalui sosialisasi dan pelatihan mengenai bisnis waralaba dan manfaatnya bagi UMKM.
- 2) Memilih bisnis waralaba yang sesuai dengan jenis usaha dan kebutuhan UMKM. UMKM perlu memilih bisnis waralaba yang sesuai dengan jenis usaha dan kebutuhan mereka agar dapat memanfaatkannya dengan optimal.
- 3) Menyiapkan modal yang cukup. UMKM perlu menyiapkan modal yang cukup untuk bergabung dengan bisnis waralaba, termasuk biaya awal dan biaya operasional.
- 4) Meningkatkan kualitas produk dan layanan. UMKM perlu meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan agar dapat memanfaatkan merek dagang yang sudah dikenal di pasaran dengan baik.
- 5) Meningkatkan kemampuan manajemen dan penggunaan teknologi. UMKM perlu meningkatkan kemampuan manajemen dan penggunaan teknologi agar dapat menjalankan bisnis waralaba dengan efektif dan efisien.

- 6) Meningkatkan kerjasama antara *franchisor* dan *franchise*. Kerjasama yang baik antara *franchisor* dan *franchise* dapat membantu UMKM dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi dan meningkatkan perekonomian lokal.
- 7) Meningkatkan dukungan dari pemerintah. Pemerintah dapat memberikan dukungan dalam hal pelatihan, pembiayaan, dan pengembangan usaha bagi UMKM yang bergabung dengan bisnis waralaba.
- 8) Meningkatkan promosi dan pemasaran. UMKM perlu meningkatkan promosi dan pemasaran produk dan jasa yang ditawarkan agar dapat memperluas pasar dan meningkatkan perekonomian lokal.

Pengoptimalan sistem kemitraan waralaba ini akan berjalan dengan lebih baik apabila Pemerintah Kota Tangerang Selatan membantu masyarakat dalam bentuk modal. Modal yang diperlukan adalah modal usaha dan pengetahuan mengenai sistem waralaba bagi UMKM. Pemanfaat kemitraan waralaba juga akan lebih berpengaruh jika adanya kerjasama antara pemerintah dengan pihak perusahaan waralaba. Hal ini bertujuan untuk mendukung optimalisasi sistem kemitraan waralaba yang tidak hanya meningkatkan jumlah UMKM, tetapi juga meningkatkan perekonomian lokal yang ada di Kota Tangerang Selatan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa di Kota Tangerang Selatan memiliki banyak UMKM yang tersebar di berbagai kecamatan. Namun, banyaknya jumlah UMKM tersebut tidak menjamin adanya peningkatan perekonomian lokal di Kota Tangerang Selatan. Diperlukan solusi untuk meningkatkan perekonomian lokal dan salah satu caranya adalah dengan menggunakan sistem bisnis yang memiliki operasional, pemasaran, dan manajemen yang sudah teruji. Hal ini juga berdasarkan banyaknya masyarakat yang ingin membuka usaha bisnis namun tidak memiliki pengetahuan yang cukup atau mengalami kesulitan dalam membangun aspek-aspek bisnis yang benar.

Optimalisasi sistem kemitraan waralaba menjadi sebuah solusi dengan model bisnis yang diperlukan untuk meningkatkan perekonomian lokal di Kota Tangerang Selatan. Sistem kemitraan waralaba memberikan hak intelektual kepada masyarakat agar dapat menggunakan merek dagang yang sudah teruji sistem operasional maupun manajemennya. Selain itu, adanya pembekalan berupa pelatihan dan pengembangan teknologi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman juga akan mendukung para pelaku UMKM dalam berkontribusi dalam peningkatan perekonomian di Kota Tangerang Selatan. Namun, sistem kemitraan waralaba

juga memiliki kekurangan, yaitu diperlukannya modal yang cukup besar bagi masyarakat yang ingin bergabung ke dalam kemitraan waralaba. Dalam hal ini diperlukannya peran pemerintah untuk bekerjasama dengan perusahaan waralaba untuk bersama-sama membangun sistem waralaba yang dapat membantu masyarakat dalam menaikkan taraf hidup mereka hingga meningkatkan pertumbuhan perekonomian lokal di Kota Tangerang Selatan. Modal usaha dan pelatihan yang mendalam terkait bisnis menjadi sebuah hal yang sangat berharga bagi masyarakat atau implementasi dari kelebihan sistem waralaba juga dapat ditiru para pelaku UMKM untuk lebih berkembang. Dengan demikian, diperlukan adanya optimalisasi sistem kemitraan waralaba sebagai salah satu solusi untuk meningkatkan perekonomian lokal di Kota Tangerang Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Halim, A. (2020). PENGARUH PERTUMBUHAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN MAMUJU. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1655238>
- Ghassani, N. (2015). “KEMITRAAN PENGEMBANGAN UMKM” (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik). *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 3(2), 142–151. <https://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmp16cb8512a4full.pdf>
- Atmoko, D. (2022). Penerapan Asas Proporsionalitas Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Suatu Hubungan Kontrak Bisnis. *Jurnal Hukum Sasana*, 8(1), 153–162. <https://doi.org/10.31599/sasana.v8i1.1101>
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Theodora, D., Djohan, S., Abdurrahman, A., Rozali, L., Putranto, P. D., & Hasudungan, A. (2021). Pemberdayaan Aspek Pemasaran, Pembukuan, dan Operasional pada Usaha Kremes Ubi Ibu Atim di Desa Sukatani Melalui Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 60–74. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i1.8465>
- Syahrudi, S., & Wahbi, A. A. (2021). Pelatihan Pemasaran dan Produksi serta Pendistribusian Makanan di Masa Pandemi Covid-19 pada Usaha Waralaba Makanan di Wilayah Depok Jawa Barat. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 97–105. <https://doi.org/10.37010/kangmas.v2i2.237>
- Harsa, M., & Djumiati, F. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada Kedai Kabur Bontang. *Jurnal Teknik Industri*, 1(1), 10-17. <http://dx.doi.org/10.36055/jiss.v6i1.9476>
- Fauziah, S., Rifin, A., & Kilat, A. (2021). PENGARUH KEMITRAAN DAN VARIABEL LAINNYA TERHADAP KEUNTUNGAN UMK INDUSTRI MAKANAN DI INDONESIA. *Jurnal Agrisep*, 20 (1), 195-206. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.195-206>

- Yani, A. S., Fauziah, F., Putra, R. J., & Mila, M. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa Cileuksa Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Melalui UMKM. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–5. <https://doi.org/10.31334/jks.v3i1.962>
- Insana, D. R. M. (2020). Penerapan Model Canvas, Marketing Mix Dan Teknologi Informasi Untuk Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan (Pengabdian kepada Masyarakat untuk UMKM di Wilayah Cirebon). *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 168–173. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7586>