

Pengaruh faktor dukungan franchisor, alasan ekonomis, pemasaran, dan pribadi pada keputusan memilih format dan merek franchise

Pietra Sarosa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=105730&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian di Perancis menunjukkan bahwa faktor dukungan dari franchiser, faktor alasan ekonomis dari format bisnis franchise, faktor alasan pemasaran dari format bisnis franchise, dan faktor alasan pribadi dari calon franchisee merupakan faktor yang menentukan keputusan calon franchisee dalam memilih format bisnis franchise. Namun demikian, belum ada penelitian semacam ini di Indonesia yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan calon franchisee di Indonesia dalam memilih format bisnis dan merek franchise.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor penentu pada penelitian di Perancis tersebut pada responden di Indonesia untuk melihat apakah faktor yang sama juga mempengaruhi keputusan calon franchisee di Indonesia dalam memilih format bisnis franchise.

Penelitian ini terdiri dari enam model pengukuran dan lima hipotesis yang diujikan terhadap 202 responden dimana responden dalam penelitian ini adalah pengunjung International Franchise and Business Expo 2006 di Jakarta Convention Center tanggal 5-7 Mei 2006.

Metode penentuan sampel yang digunakan adalah model convenience sampling. Analisis data yang digunakan adalah metode Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan program LISREL 8.30. Data yang dikumpulkan ternyata hanya mendukung empat dari lima hipotesis yang dikemukakan, sementara satu hipotesis lainnya tidak diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ternyata faktor dukungan dari franchiser, faktor alasan ekonomis dari format bisnis franchise dan faktor alasan pribadi dari calon franchisee) menjadi faktor yang menentukan keputusan calon franchisee untuk memilih format bisnis franchise. Selain itu bahwa pemilihan format bisnis franchise juga mempengaruhi keputusan calon franchisee dalam memilih suatu merek franchise.

Temuan yang penting dalam penelitian ini adalah bahwa faktor pemasaran dari format bisnis franchise ternyata bukan menjadi faktor yang menentukan dari keputusan calon franchisee dalam memilih format bisnis franchise. Hal ini tentu berbeda dengan hasil penelitian di Perancis.

Implikasi yang dapat diberikan melalui penelitian ini antara lain bahwa perlu adanya edukasi bagi calon franchisee mengenai pentingnya dukungan dari franchiser bagi keberhasilan bisnis franchise mereka dalam jangka panjang. Selain itu franchiser juga perlu lebih menekankan mengenai aspek ekonomis dan alasan pribadi untuk menarik minat para calon franchisee.

Terakhir, Pemerintah sebagai regulator bisnis franchise diharapkan juga menerapkan aturan yang lebih ketat bagi franchisor antara lain dengan mengharuskan franchisor menyediakan prospektus yang memuat data keuangan dan dukungan yang diberikan kepada franchisee-nya.

<hr>

<i>Previous research in France showed that support factor from franchiser, economic reason factor of franchise business format, marketing reason factor of franchise business, and personal reason factor from franchisee candidate were deciding factors of franchisee candidates in choosing franchise business format. Nevertheless, there had never been such research in Indonesia to study the factors influencing the decisions of franchisee candidates in Indonesia in choosing franchise brand and business format.

This research aimed to examine deciding factors of the said research in France for respondent in Indonesia to see whether same factors also influenced the decisions of franchisee candidates in Indonesia in choosing franchise business format.

This research consisted of six measurement models and five hypotheses which were tested on 202 respondents in which the respondents of this research were visitors of International Franchise and Business Expo 2006 in Jakarta Convention Center dated 5-7 May 2006.

Sampling Method used was sampling convenience model. Data analysis used was Structural Equation Model (SEM) method which used LISREL 8.30 program. The collected data turned out to only support three out of five hypothesis quoted, whereas the other two hypothesis were not accepted.

The research result showed that the franchiser's support factor, economic reason factor of business format and personal reason factor of franchisee candidate became the deciding factors for franchisee candidate to choose franchise business format. Besides that, the fact that the choice of franchise business format also influenced franchisee candidate decision to choose certain franchise brand.

The important finding in this research was that marketing reason factor of franchise business format were not the deciding factor of franchise candidate decision to choose franchise business format. This, of course, was decent from the result of the research in France.

The implications which can be given through this research were the need of education for franchisee candidate regarding the importance of franchiser support for the success of their franchise business in the long term. Besides that, franchiser also needs to emphasize on the economic aspect and personal reason to attract the interest of franchisee candidate.

Lastly, the government as franchise business regulator was expected to implement more stringent regulations for franchiser such as necessitating franchiser to provide prospectus containing financial data and support to be given to their franchisee.</i>