



ORASI ILMIAH

**Program *Micro Franchising* untuk
Pemberdayaan UMKM di Indonesia**

UCAPAN SELAMAT DATANG

Selamat Siang, Salam sejahtera bagi kita semua.

Yang terhormat,

1. Menteri Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi RI Bapak Nadiem Anwar Makarim, BA, MBA.
2. Sekjen Kementerian Perdagangan RI, Bapak Suhanto, MM
3. Dirjen Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi RI Bapak Prof. Ir. Nizam, MSc., PhD.
4. Dirjen Pendidikan Vokasi Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi RI Bapak Wikan Sakarinto, S.T., M.Sc., Ph.D.
5. Staf Ahli Menteri Peningkatan Daya Saing dan Produktivitas Kementerian Koperasi dan UKM, Bapak Dr. Yulius SE., MA
6. Kepala Layanan Kopertis wilayah III ibu Dr. Ir. Paristiyanti Nurwardani, M.P.
7. Ketua Yayasan Bina Nusantara, Bapak Ir. Bernard Gunawan dan segenap Pengurus Yayasan.
8. President Binus Higher Education, Bapak Stephen Wahyudi Santoso, BSE, MSIST beserta seluruh jajarannya.
9. Rektor dan Ketua Senat Universitas Bina Nusantara, Prof. Dr. Harjanto Prabowo.
10. Guru Besar Kehormatan Prof Indah Susilowati, M.SC., Ph.D, Prof. Waridin MS., PhD, Prof. Dr. Ir. Edi Abdurachman, MS., M.Sc.
11. Para Guru Besar Tamu, Rektor serta Pimpinan Perguruan Tinggi.
12. Para Guru Besar dan anggota Senat Universitas Bina Nusantara.
13. Ketua Asosiasi Franchising Indonesia Bapak Anang Sukandar
14. Ketua Franchising, Lisensing & Network Marketing, Kadin Indonesia Ibu Levita Supit
15. Direktur Operasi I PT Waskita Karya (Persero) Tbk Bapak Bambang Rianto, ST., MM.
16. Pastor Kepala Paroki MKK Romo Yosef Arnoldus Devanto, O.Carm
17. Para Binusian Leaders dan Faculty Member.
18. Bapak dan Ibu para tamu undangan.
19. Keluarga dan kerabat yang saya kasihi.

Hadirin yang saya hormati,

Pertama-tama saya ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas kasih dan karuniannya yang berlimpah sepanjang hidup saya, sehingga saya mendapatkan anugerah yang luar biasa untuk dapat berkarya sebagai Guru Besar di Binus University.

Saya juga mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada Yayasan Bina Nusantara, Rektor BINUS University, Senat Guru Besar Binus University, seluruh civitas akademika yang telah mengundang saya untuk menyampaikan orasi ilmiah dalam acara pengukuhan Guru Besar ini. Terima kasih juga saya ucapkan untuk seluruh hadirin baik secara online maupun onsite yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk dapat bergabung di acara pengukuhan saya sebagai Guru Besar Tetap Universitas Bina Nusantara di bidang Ilmu Manajemen.

Hadirin yang saya hormati,

Dalam situasi kondisi Pandemi yang tak kunjung reda ini, kondisi perekonomian Indonesia di Kuartal III 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 3,51%, sementara di periode sebelumnya sudah mencapai 7,07%. Adapun inflasi yang terjadi di Desember 2021 mencapai 1,87 (BI, 2022). Di tahun 2022 ini pemerintah memproyeksikan pertumbuhan ekonomi 4,7-5,5% dan terus menekan inflasi. Untuk itu perlunya dilakukan upaya dan strategi agar dapat mencapai pertumbuhan ekonomi tersebut.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, saat ini jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta dan berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Selain itu UMKM di Indonesia mampu menyerap 123 juta jiwa atau sebesar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Dari sisi total investasi, UMKM berkontribusi sebesar 60,4% dari total investasi di Indonesia. Berdasarkan data dari UKM Indonesia, jumlah terbesar pada Usaha Mikro yaitu mencapai 98,7%, kemudian usaha kecil dan menengah sebanyak 1,3% dan usaha besar hanya sebesar 0,01% (UKM Indonesia, 2021).

Hadirin yang saya hormati,

Berdasarkan penelitian yang kami lakukan di berbagai bidang UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia memiliki potensi yang luar biasa, bahkan tidak

sedikit UMKM yang sudah berhasil melakukan ekspor. Di lain pihak, permasalahannya pun cukup kompleks bukan hanya modal dan manajemen perusahaan saja. Permasalahan yang terjadi di UMKM hasil olahan kentang misalnya, dimana kualitas dan kuantitas hasil produksi para petani yang merupakan pemasok bahan baku tidak stabil dan sulitnya memasarkan produk menjadi permasalahan utama. Hal serupa terjadi pada UMKM produksi tahu, yang memiliki permasalahan mulai dari kualitas bahan bakunya hingga pengemasan dan pendistribusiannya. UMKM batik yang potensi pengembangannya juga sangat baik di berbagai daerah juga mengalami kesulitan yang sama. Temuan dari hasil penelitian lainnya di UMKM interior design ternyata supply chain yang perlu menjadi prioritas utamanya. Penelitian yang kami lakukan di UMKM service industry menunjukkan bahwa dibutuhkan inovasi untuk dapat mencapai kepuasan konsumen. Konsep baru dalam mengembangkan UMKM juga perlu mendapatkan perhatian lebih, seperti penelitian yang kami lakukan tentang pengembangan Halal Tourism. Hal lainnya yang juga tidak kalah penting adalah pengembangan sumber daya manusia. Hasil penelitian yang kami lakukan di UMKM di Indonesia ternyata serupa dengan apa yang terjadi di Malaysia. Penelitian yang kami lakukan dengan komparasi berbagai UMKM di Malaysia menunjukkan bahwa perlunya peningkatan produktivitas UMKM di berbagai sektor. Permasalahan lainnya yang timbul sejak pandemic yang terjadi di tahun 2020 adalah perubahan pola konsumsi masyarakat baik barang ataupun jasa menjadi online serta dampak dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mengakibatkan hambatan distribusi dan juga permasalahan tenaga kerja. UMKM dalam kondisi pandemik ini mengalami dampak yang signifikan pula, banyak UMKM yang terpaksa harus mengurangi produksi akibat turunnya permintaan bahkan tidak sedikit yang terpaksa menutup usahanya.

Berbagai usaha yang sudah dilakukan oleh pemerintah dalam memajukan UMKM seperti undang-undang cipta kerja, yang bertujuan untuk kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan UMKM. Pemerintah berharap dengan UU Cipta Kerja ini UMKM dapat berkembang dan berdaya saing. Selain itu program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), program ini dibuat berdasarkan PP Nomor 23 tahun 2020 yang kemudian diubah menjadi PP Nomor 43 tahun 2020 berkaitan dengan subsidi bunga hingga bantuan presiden (banpres). Program lainnya adalah kemudahan kredit dengan Kredit Usaha Rakyat (BKUR, 2022). Namun tentunya usaha tersebut perlunya dijalankan dengan terintegrasi agar dapat berhasil. Untuk itu dibutuhkan program pendampingan dan juga perlunya strategi kerjasama untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.

Strategi kerjasama digunakan oleh organisasi untuk mengatasi kekurangan sumber daya, baik berupa modal (*capital*) dan juga sumber daya manusia (Brookes dan Altinay, 2011).

Kewajiban dan hak antar pihak atau organisasi yang terlibat dalam kerjasama diatur dalam kontrak perjanjian kerjasama (Scott dan Davis, 2007). Keberhasilan dalam strategi kerjasama sangat ditentukan oleh kualitas hubungan kerjasama antar pihak yang terlibat (Das dan Teng, 2002; Doherty, 2009). Dalam kondisi saat ini dimana perlunya peningkatan daya saing industri dalam mendorong upaya pemulihan ekonomi nasional, strategi Kerjasama ini menjadi sebuah pilihan yang perlu dipertimbangkan. Pemerintah pun terus memberdayakan usaha mikro dan kecil, sehingga dapat menjadi penggerak perekonomian Indonesia. Strategi kerjasama dapat diterapkan dalam membantu meningkatkan kinerja UMKM di Indonesia.

Salah satu strategi Kerjasama yang sudah terbukti berhasil di berbagai negara dan memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian negara tersebut adalah *franchising* / waralaba. Sebagai bisnis konsep yang mumpuni, *franchise* atau waralaba juga sudah dikembangkan di Indonesia hingga saat ini. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh 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 atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Syarat utama sebuah bisnis dapat diwaralabakan adalah memiliki keunikan, sudah terbukti menghasilkan keuntungan, memiliki SOP, mudah diaplikasikan, adanya dukungan yang berkesinambungan serta Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan Waralaba. Peraturan ini ditujukan untuk mendukung waralaba nasional agar semakin berkembang dan kompetitif terhadap waralaba asing, Beberapa penyempurnaan dalam peraturan tersebut antara lain penyederhanaan proses permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) secara online. Selain itu Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 juga menghilangkan batasan persentase dalam kewajiban penggunaan produk dalam negeri dan menyederhanakan dokumen persyaratan STPW sehingga pewaralaba cukup menyampaikan prospectus penawaran waralaba dan terwaralaba cukup menyampaikan perjanjian waralaba.

Keberhasilan dalam kerjasama waralaba dipengaruhi oleh 2 pihak yaitu pewaralaba dan terwaralaba. Hubungan antara pewaralaba dan terwaralaba memegang peranan penting dalam keberhasilan bisnis waralaba. Untuk mencapai hubungan yang baik tentunya kedua belah pihak harus memiliki kepercayaan dan komitmen dalam menjalankan bisnisnya serta keduanya berorientasi jangka panjang.

Dari sudut pandang pewaralaba seperti dijelaskan dalam Resource Scarcity Theory, (Oxenfeldt dan Kelly, 1969) menyatakan bahwa kelangkaan sumber daya merupakan alasan sebuah organisasi mereplikasikan strategi bisnisnya dan ingin berbagi dengan orang lain dalam

membesarkan bisnisnya. Sebelum memutuskan untuk mewaralabakan bisnisnya, tentunya pewaralaba sudah mempertimbangkan segala keuntungan dan juga resiko yang mungkin timbul. Dengan mewaralabakan bisnisnya tentunya pewaralaba menilai bahwa keuntungan yang akan diterimanya akan lebih besar daripada resiko yang akan timbul.

Hasil penelitian yang kami lakukan dari sudut pandang terwaralaba, menunjukkan bahwa alasan seorang terwaralaba tertarik untuk bergabung ke dalam bisnis waralaba karena bisnis waralaba memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan membuka usahanya sendiri. Hal ini terjadi karena dengan bergabung dalam bisnis waralaba maka pewaralaba akan memberikan dukungan berupa *brand reputation, training, support, technology know how* yang bertujuan untuk kesuksesan bisnis terwaralaba. Untuk memastikan pewaralaba terus memberikan dukungan yang diharapkan oleh terwaralaba dan juga menjelaskan hak dan kewajiban dari masing-masing pihak, maka dalam konsep bisnis waralaba harus dibuat kontrak kerjasama. Asumsi dasar *Transactional Relationship* yang menyatakan perlunya kontrak kerjasama yang mengikat kedua belah pihak ini adalah Agency Theory. Agency Theory menjelaskan bahwa terjadinya *asymmetric information* dan *adverse selection* (Eisenhardt, 1989). Hal ini terjadi dimana kedua belah pihak yaitu *principal* dan *agent* memiliki motivasi dan kepentingan yang berbeda. *Asymmetric information* dan *Adverse selection* yang terjadi diantara kedua belah pihak merupakan permasalahan klasik yang berdampak terhadap hubungan jangka panjang. Untuk itu perlunya kontrak kerjasama yang akan menjelaskan hak dan kewajiban dari masing-masing pihak untuk dapat meminimalkan terjadinya konflik.

Akan tetapi hasil penelitian yang kami lakukan menyatakan bahwa *transactional relationship* saja tidak memberikan jaminan bahwa kerjasama antara kedua belah pihak dapat berjalan lancar dalam jangka panjang. Berdasarkan teori *Relational exchange* dan *Social exchange theory*, ditemukan juga dibutuhkan *relational relationship* yang mengungkapkan bahwa hubungan kerjasama diantara kedua belah pihak membutuhkan kepercayaan dan komitmen. Untuk itu perlunya komunikasi yang baik diantara kedua belah pihak sehingga akan menimbulkan kepercayaan bagi masing-masing pihak dan akhirnya berdampak pada terciptanya komitmen yang baik dari kedua belah pihak untuk bersama-sama membesarkan bisnis waralabanya.

Hasil penelitian yang kami lakukan di waralaba Indonesia menunjukkan bahwa pewaralaba dan terwaralaba keduanya memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi satu sama lainnya. Terwaralaba adalah pihak yang terdekat dengan konsumen sehingga yang paling mengetahui keinginan dan harapan dari konsumen. Keberhasilan pewaralaba pun dipengaruhi

oleh keberhasilan terwaralaba dalam menjaga nama baik bisnisnya. Untuk itu tidak ada yang lebih penting dari keduanya.

Model bisnis waralaba yang sudah dikembangkan saat ini yang dikenal replicable, dapat menghasilkan profit dan serta manfaat ekonomis lainnya akan sangat bermanfaat jika digunakan untuk peningkatan kesejahteraan sosial. Berbicara mengenai waralaba biasanya terlintas perusahaan-perusahaan besar yang sudah mumpuni dan siap untuk dikembangkan. Namun, bagaimana jika konsep tersebut diterapkan pada perusahaan mikro yang jumlahnya banyak tentunya dampaknya akan lebih terasa bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat di negara tersebut.

Hadirin yang saya hormati,

Micro Franchising adalah sebuah model bisnis yang menerapkan konsep waralaba dalam usaha mikro di negara berkembang. Konsepnya mengacu pada sistem dan replikasi dari usaha mikro baik produk atau jasa yang sudah terbukti berhasil untuk direplikasi dan dikembangkan mengikuti konsep pemasaran dan operasional (Mills & Jeremiah, 2020). Pewaralaba dan terwaralaba terikat dalam kontrak kerjasama yang menjelaskan hak dan kewajibannya masing-masing. *Micro franchising* adalah sebuah strategi potensial untuk meningkatkan entrepreneurship behavior dalam base of pyramid market (Lartego & Mathiassen, 2020). Namun demikian, masih terbatasnya pemahaman tentang bagaimana keberhasilan dari *micro franchising* dalam mengatasi kelangkaan sumber daya hingga meningkatkan kesejahteraan yang berujung akan meningkatkan taraf hidup masyarakat di sebuah negara menyebabkan rendahnya adopsi konsep *micro franchising* ini.

Prahalad(2011) mengatakan perlunya mengembangkan sebuah konsep yang baru dalam hal meningkatkan *base of pyramid market*. Pengembangan base of pyramid market perlu melibatkan aspek social (Chliova dan Rigov, 2017) serta bagaimana *value co-creation* model perlu dikembangkan secara konsep kolaborasi. Konsep *micro franchising* sebagai sebuah bisnis model mampu meningkatkan inovasi dengan meningkatkan nilai dalam base of pyramid market. Yang membedakan konsep *micro franchising* dengan *traditional franchising* adalah konsep *micro franchising* fokus pada usaha mikro yang memiliki potensi besar dalam pengembangan perekonomian daerah. Sementara konsep commercial franchising fokus pada perusahaan-perusahaan besar. Peranan pemerintah di sini tentunya sangat dibutuhkan dalam memberikan dukungan. Dukungan yang dibutuhkan bukanlah hanya dari sisi finansial saja seperti penyediaan permodalan, seperti yang sudah dilakukan saat ini, namun lebih dari itu, dibutuhkan dukungan kebijakan yang bersifat terintegrasi dari hulu hingga hilir.

Keputusan bergabungnya terwaralaba dalam *micro franchising* serupa dengan keputusan terwaralaba bergabung dalam bisnis waralaba (*traditional franchising*) yaitu karena bisnis tersebut memiliki brand yang dikenal oleh konsumen (Melo, Cunha dan Borini, 2018). Program *micro franchising* ini juga dapat memberdayakan UMKM menjadi lebih besar dengan mengembangkan bisnisnya sehingga semakin banyak konsumen yang mengetahui produk / jasa yang dihasilkan. Dampak yang akan terjadi dengan memberdayakan UMKM ini tentunya dengan meningkatkan lapangan pekerjaan yang akhirnya berdampak pada peningkatan taraf hidup masyarakat.

Untuk memaksimalkan program *micro franchising* ini dibutuhkan pemahaman yang mendalam bagi pewaralaba untuk bekerjasama dengan terwaralaba dalam menjaga dan meningkatkan “branding” waralaba tersebut. Untuk dapat mencapai *outstanding brand* dibutuhkan proses yang efisien untuk dapat memilih terwaralaba yang potensial yang memiliki kesamaan visi misi dalam mengembangkan bisnisnya. Selain kedua belah pihak tersebut, konsumen memegang peranan yang sangat penting, sehingga perlunya menampung segala masukan dari konsumen untuk dapat mengetahui keinginan dan harapan dari konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian pengembangan bisnis *micro franchising* ini akan dapat berkembang jika pengetahuan akan local market yang dilengkapi dengan inovasi kreatif dari terwaralaba berkaitan dengan local market dapat berjalan dengan sempurna.

Dengan melihat permasalahan UMKM di Indonesia, maka program *micro franchising* merupakan salah satu program yang sangat tepat yang dapat diterapkan di UMKM di Indonesia. Tentunya untuk dapat berjalan dengan baik perlunya dukungan pemerintah serta perlunya proses pendampingan. Untuk itu keterlibatan Perguruan Tinggi dibutuhkan dalam memberikan kontribusi nyata dalam menciptakan inovasi, dan memberikan pendampingan sehingga program *micro franchising* ini dapat berjalan dengan maksimal. Peran perguruan tinggi disini akan menjadi jembatan bekerjasama dengan Asosiasi, Perbankan atau Lembaga pendanaan lainnya serta Pemerintah yang akan mempercepat penciptaan inovasi dalam pengembangan strategi *micro franchising* khususnya untuk local market. Dalam tahapan eksekusinya perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi dalam memastikan terlaksananya tahapan-tahapan kerjasama, dimulai dari kontrak kerjasama, dan dukungan, SOP, sehingga *supply chain* dapat berjalan dengan baik dan kerjasama antara pewaralaba dan terwaralaba dapat terjalin. Lebih dari itu, Perguruan Tinggi akan membantu memberikan pendampingan untuk memastikan bahwa kredit usaha yang diberikan dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Di mana akhirnya tentu saja itu semua akan berdampak kepada brand image yang baik

bagi *micro franchising* dan akan bertumbuh dengan pesat yang akhirnya akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Hadirin yang saya hormati,

Universitas Bina Nusantara sebagai sebuah perguruan tinggi yang berkomitmen dalam membina nusantara dengan visinya *fostering empowering the society* akan mengambil peran yang sangat besar dalam mendukung *micro franchising* ini. Dengan program *micro franchising* ini Universitas Bina Nusantara akan dapat berkontribusi membantu mewujudkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Program yang selama ini sudah kami lakukan berkaitan Pengabdian Kepada Masyarakat yang didukung oleh Universitas Bina Nusantara antara lain pengembangan usaha toge goreng di kota Bogor yang terlihat sudah memberikan hasil yang cukup baik. Program pemberdayaan UMKM di tahun ini yaitu project inisiatif yang didanai oleh Binus, pemberdayaan UMKM di pamoyanan Kota Bogor serta pemberdayaan UMKM di Pemuteran Bali. Selain itu, kami secara rutin memberikan edukasi tentang program *micro franchising* kepada para pelaku UMKM. Pemahaman dibutuhkan agar UMKM memiliki pemahaman tentang konsep, tantangan, dan peluang program Micro Franchising, mulai dari menyiapkan SOP, konsep pengembangan bisnis hingga perencanaan untuk pengembangan jangka panjang. Dengan demikian harapannya Program Micro Franchising ini dapat membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Demikian yang dapat saya sampaikan.

Hadirin yang saya hormati,

Akhirnya, dalam kesempatan yang sangat berharga dan forum yang terhormat ini, saya ingin ucapan terima kasih saya kepada seluruh pihak yang telah berjasa terhadap karir akademik saya di Universitas Bina Nusantara.

Kepada Pemerintah RI saya mengucapkan terima kasih karena telah memberikan kepercayaan kepada saya untuk menerima jabatan tertinggi sebagai Dosen yaitu sebagai Professor / Guru Besar. Saya berjanji akan melaksanakan Amanah ini dengan sebaik-baiknya dengan terus berkarya dan berdoa melakukan yang terbaik bagi Indonesia.

Saya mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang secara khusus telah membantu saya dalam proses pengajuan Guru Besar hingga pelaksanaan pengukuhan di hari ini.

- Kemenristekdikti dan jajarannya beserta Tim Reviewer Guru Besar.
- Lembaga Layanan Dikti dan Jajarannya beserta Tim Reviewer Guru Besar.
- Ketua dan pengurus Yayasan Bina Nusantara beserta seluruh jajarannya, yang telah memberi kesempatan dan membina saya sejak menjadi dosen 2002. Saya sangat bersyukur dapat mengenal sosok Alm. Ibu Widya yang menjadi panutan serta teladan bagi saya. Juga Alm. Bapak Rufinus lahur yang banyak memberikan nasihat dan motivasi bagi saya.
- Prof. Dr. Harjanto Prabowo sebagai Rektor Binus University atas segala dukungannya kepada saya.
- Dr. Engkos Ahmad Kuncoro selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan juga Sekretaris Senat Perguruan Tinggi Binus University yang memproses pencalonan Guru Besar saya.
- Prof. Waridin, MS. Ph.D dan Prof. Indah Susilowati, M.Sc., Ph.D yang telah memberikan banyak masukan terhadap proses Guru Besar saya.
- Prof. Dr. Tirta Mursitama sebagai Vice Rector *Research & Technology Transfer* yang telah membina dan memberikan segala dukungan dalam kegiatan penelitian di Binus University, dan juga sebagai reviewer pada proses Guru Besar saya.
- Prof. Dr. Mts Arief, yang telah berkenan menjadi reviewer Guru Besar saya dan memberikan banyak masukan bagi saya.
- Alm. Prof. Dr. Bahtiar Saleh Abas, dan Alm. Prof Dr. Dyah Budiastuti yang banyak memberikan inspirasi dalam hidup saya.
- Bapak Dr. Yulius SE., MA. Staf Ahli Menteri Peningkatan Daya Saing dan Produktivitas Kementrian Koperasi dan UKM.
- Bapak Anang Sukandar ketua Asosiasi Franchise Indonesia, ibu Levita Supit ketua Waralaba dan Lisensing Indonesia, Bapak Burang Riyadi founder Franchise Academy Indonesia.
- Bapak Bambang Rianto Director of Operation I – PT. Waskita Karya (Persero) Tbk.
- Bpk. Dr. Dezie Warganegara selaku Direktur Binus Business School beserta para Dekan, kajur dan sejur dan seluruh Faculty member di Binus Business School.
- Prof. Edi Abdurachman promotor serta seluruh dosen DRM Binus University.
- Prof. Bonar M. Sinaga Dosen pembimbing saya di s2, Prof. Syamsul Ma'arif, Prof. Ujang Sumarwan, Prof Rizal Syarief, dan seluruh dosen SB IPB.
- Alm Prof. Soerjono Soerjokusumo, Prof. Sofia Alisyahbana, Dr. Najid, Dr. Wati dan seluruh dosen di Teknik sipil Untar.
- Para Guru-guru saya di SD, SMP Kesatuan Bogor dan SMA Mardi Yuana Bogor

- Dr. Beni Widarman Yus Kelana dari UTM Malaysia, yang merupakan mahasiswa doctor bimbingan saya yang pertama dari UTM Malaysia, yang sekarang menjadi partner riset saya.
- Para Leader, Manager dan dosen saya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah berkolaborasi sangat baik selama ini.
- Seluruh tim BBS, alumni DRM, teman-teman alumni Teknik sipil Untar, MM IPB, teman-teman alumni Kesatuan dan MY Bogor, Lingkungan Elia Paroki MKK.
- Para Mahasiswa dan alumni BBS.
- Bu Yanti, Pak Dedy, Mas Rial, Mbak Ayu, Mbak Ika, Mbak Tari dan seluruh tim LRC.
- Pak Gandy, Pak Danu, Pak Djoko, Pak Bonny, Bu Sekar, Bu Yeni, Pak Yan, Maeda, Kevin, Desi, Tommy, Wandy dan seluruh Panitia pengukuhan Guru Besar dan Misa Syukur.
- Ucapan terima kasih juga saya sampaikan khusus kepada kedua orang tua yang sangat menyayangi dan luar biasa dalam membesarkan mendidik saya. Suami saya Tonny Soetarso serta kedua anak kami Patrick Louie Soetarso dan Hubert Nelson Soetarso yang sangat mencintai dan mendukung saya. Kepada 3 kakak saya, mama mertua, serta saudara-saudara, teman dan kolega yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Fostering Empowering the society adalah harapan saya kedepannya, memberikan kontribusi sehingga hidup saya dapat berguna bagi orang banyak. Saya juga akan terus memberikan yang terbaik dalam berkarir sehingga apa yang saya lakukan dapat bermanfaat bagi perkembangan bangsa Indonesia.

Akhir kata, saya ucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada para hadirin yang hadir pada upacara pengukuhan ini baik onsite maupun online, semoga Rahmat Tuhan YME selalu menyertai kita semua.

REFERENCES

- BI, 2022. Strengthening the Policy Synergy to Promote Recovery and Maintain Macroeconomic Stability. <https://www.bi.go.id/en/iru/presentation/default.aspx>
- BKPM, 2022. Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia. [Upaya Pemerintah Memajukan UMKM Indonesia | BKPM](#)
- Brookes, M dan Altinay, L. (2011), “Franchise Partner Selection: Perspective of Franchisors and Franchisees”, *Journal of Service Marketing*, 25(5), 336-348
- Chliova, M., & Ringov, D. (2017). Scaling impact: Template development and replication at the base of the pyramid. *Academy of Management Perspectives*, 31(1), 44–62.
- Das, T.K. dan B.S. Teng (2002), “Alliance Constellations : A Social Exchange Perspective”, *Academy of Management Review*, 27(3), 445-456
- Doherty, A.M. (2009), “Market and Partner Selection Processes in International Retail Franchising”, *Journal of Business Research*, 62, 528-534.
- Eisenhardt, K.M. (1989), “Agency Theory: An Assessment and Review”, *Academy of Management Review*, 14(1), 57-74.
- Lartego, L.L & Mathiassen, L. (2020). Microfranchising to Alleviate Poverty: An Innovation Network Perspective. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04459->
- Melo, P.L., Cunha, J.A., & Borini, F.M. (2018). Brazilian microfranchising chains: entrepreneurs’ backgrounds and perceptions of brands and support. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 17(1), 53-75
- Mills, E.C. & Jeremiah, F. (2020). Franchising microbusinesses: coupling identity undoing and boundary objects. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*
- Oxenfeldt, A. R., & Kelly, A. O. (1969). Will successful franchise systems ultimately become wholly-owned chains? *Journal of Retailing*, 44(4): 69-83.
- Pralhad, C. K. (2011). Bottom of the pyramid as a source of breakthrough innovations. *Production Innovation Management*, 29(1), 6–12.
- Scott, W. R., & Davis, G. F. (2007), *Organizations and organizing: Rational, natural, and open system perspectives*, New Jersey: Pearson Prentice Hall
- UKM Indonesia, 2021. Merajut Kolaborasi Untuk Pendampingan UMKM Naik Kelas. Laporan Dampak Impact Report. www.ukmindonesia.id.

CURRICULUM VITAE



Nama : Prof. Dr. Lim Sanny, ST., MM
Tempat /Tanggal Lahir : Bogor, 01 Januari 1976
Alamat Kantor : Jl. Hang Lekir I no. 6, Senayan, Jakarta 10270.
Nomor Telepon : +6285710571409
Email : lsanny@binus.edu

I. RIWAYAT PENDIDIKAN

- Doctor Research in Management (Dr.), Universitas Bina Nusantara Jakarta, Indonesia, 2013.
- Magister Manajemen (M.M.), Institut Pertanian Bogor, 2000.
- Sarjana Teknik Sipil (ST.), Universitas Tarumanagara Jakarta, 1998.

II. RIWAYAT KERJA di BINUS

- Dosen di Binus Business School, 2002 – sekarang
- Head of Program MM Creative Marketing, 2019 – sekarang
- Head of Program International Business Management, 2013-2019
- Subject Content Specialist bidang business statistic dan mathematic, 2011-2013

III. RIWAYAT JABATAN FUNGSIONAL

- Asisten Ahli, 1 Juni 2004.
- Lektor, 1 Januari 2009.
- Lektor Kepala, 1 Januari 2013.
- Profesor / Guru Besar, 1 Januari 2022.

IV. HIBAH PENELITIAN

- Development Strategies to Increase SME Competitiveness in Indonesia, 2021. Funding: Binus
- SME Competitiveness in Indonesia, 2020, Funding: Binus
- Social Performance Rumah Sakit se Indonesia dalam Menghadapi Covid-10 Era New Normal, 2020, Funding: DIKTI
- Analisis Motivasi Konsumen terhadap Perilaku Partisipasi Kolaboratif, 2019, Funding: Binus
- Aplikasi Sistem Pengambilan Keputusan untuk Peningkatan Daya Saing Petani Kentang Wobosobo, 2018-2019, Funding: DIKTI.
- Analisis Kinerja Terwaralaba pada waralaba kuliner di Indonesia, 2018, Funding: Binus
- Analisis Potensi Ekspor Lada di Indonesia, 2017, Funding: Binus
- Analisis Faktor Penyebab Kegagalan Kerjasama dalam Sistem Waralaba: Studi pada Waralaba Makanan dan Minuman di Jabodetabek, 2016, Funding: Binus
- Hibah Disertasi, 2013, Funding: DIKTI

V. PUBLIKASI (SCOPUS INDEX)

Scopus ID : 55802562700, Document : 32, Total Citation : 61, H-index : 4
Profile Google Scholar:
Documents : 105, Citation : 257, h-index : 9, i10-index : 8, G-hindex : 12,
Sinta ID : 5974995

- “Effect of Entrepreneur Orientation Toward Franchisee Satisfaction and Performance in Indonesia”, *International Business Management Journal*, 2013.
- “How Transactional and Relational Quality Affects Franchisee Satisfaction in Indonesia”, *The Social Sciences Journal*, 2014.
- “Managing Transactional and Relational Quality in Indonesia: The Franchisees’ Perspective”, *Symposium on Technology Management and Emerging Technologies, Proceedings*, 2014).
- “Strategy of Inventory analysis with Economic Order Quantity and Quick Response: Case on Filter Inventory for Heavy Equipment in Indonesia”, *Advanced Science Letters*, 2015.
- “Franchising in Indonesia from Franchisee Perspective: A case on early childhood education Franchising in Indonesia”, *Research Journal of Business Management*, 2015.
- “Quality Improvement Strategy to Defect Reduction with Seven Tools Method: Case in Food Field Company in Indonesia”, *International Business Management Journal*, 2015.
- “Investigating the franchisee’s Performance: Study of International Education Franchising in Indonesia”, *Advanced Science Letters*, 2015.
- “HR sustainability Practices Instrument Comparative Analysis in Malaysian SMEs”, *Pertanika Journal Social Sciences and Humanities* 24(s) : 73-80, 2016.
- “Product Quality Development Analysis with six sigma method: Case of SME tofu production in Indonesia”, *Pertanika Journal Social Sciences and Humanities* 24(s) : 155-168, 2016.
- “The effect of HR Sustainability practice to employee productivity in SMEs Malaysia”, *Journal Information (Japan)* Vol 19, 7B, July, 2016, 2815-2819
- “Analysis balanced scorecard in tour travel agency in Indonesia”, *Advanced Science Letters*, 4/23. April, 2017, 3061-3063
- “The quality of early childhood education service in Indonesia”, *SEEIJ*, Vol.1 No.1, Okt 2017, 2581-2246
- “Franchising Performance from Franchisee Perspective: Case in Education Franchising in Indonesia”, *Global Business Review* 18.3 issue June, 2017.
- “Business strategy selection using SWOT analysis with ANP and fuzzy TOPSIS for Improving competitive advantage”, *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol.26, No.2, June, 2018, 1143-1158
- “Supply chain design of potato commodity in Wonosobo regency, central java-Indonesia”, *International Journal of Engineering and Technology*, Vol.7, No.4, 2018, 42-45.
- “The Customer Satisfaction of Online Transportation in Indonesia”, *Journal of Physics: Conference Series* 1175(1), 012236, 2019.
- “The Impact of Celebrity Endorsement by Social Influencer Celebgram on Purchase intention of generation Z in fashion industry”, *International Journal of Recent Technology and Engineering* 8(2 Special Issue), 397-404, 2019.

- “Participation on collaborative consumption of online transportation in Indonesia” International Journal of Scientific and Technology, Vol.8, No.10, 3435-3488, 2019.
- “Purchase Intention on Indonesia male’s skin care by social media marketing effect towards brand image and brand trust”. Management Science Letters, 2020, 10(10), 2139-2146, 2019.
- “The Analysis of Customer satisfaction factor which influence chatbot acceptance In Indonesia”, Management Science Letters 10(6), 1225-1232, 2020.
- Effect of Social media marketing on Instagram towards purchase intention: Evidence from Indonesia’s ready to drink tea industry”. International Journal of Data and Network Science, 2020, 4(2), pp.91-104.
- “Supply Chain Risk Analysis in Interior Design SME in Indonesia”. International Journal of Supply Chain Management, 2020, 9(3), 214-219.
- “Innovation of SME service industry in Indonesia in improving Customer Satisfaction”. Journal of Science and Technology Policy Management, 2021, 12(2), 351-370.
- “E-WOM and its impacts on Purchasing Behavior: A Comparative Study between Thai and Indonesian Millennials”. International Journal of Electronic Commerce Studies, 2021, 12(1), 65-82
- “The Role of Small and Medium-Sized Enterprises to Promote Halal Tourism: The case of Indonesia”. Journal of Environmental Management and Tourism, 2021, 12(2), 473-486.
- “Purchase Intention in Fashion Industry on Local and International E-Commerce in Indonesia”. International Journal of Asian Business and Information Management, 2022, 13(2).

VI. SEMINAR INTERNASIONAL

- “Resource Base View for Competitiveness of Franchise Business in Education”, Widyatama Bandung 27-28 April 2011.
- “An Analysis of Entrepreneurial Strategy in Franchise Systems in Indonesia”, IMHA Jakarta 18-19 Mei 2012.
- “The Influence of The Transactional and Relational Quality on Franchisee Performance“, Garcombs Conference, Bandung 22-24 November 2012.
- “Effect of Relational Quality and Entrepreneur Orientation Toward Franchisee Performance in Indonesia”, INSYMA 10th, Bali 23 Maret 2013.
- “Effect of Franchisee Satisfaction to Improve Transactional and Relational Quality on Performance”, ISBEIA, Kuching Malaysia.
- “Managing Transactional and Relational Quality in Indonesia: The Franchisees’ Perspective”, ISTMET 26-27 Mei 2014 Bandung, Indonesia
- “Investigating The Franchisee’s Performance: Study of International Education Franchising in Indonesia”, IMHA, Bandung 3-4 September 2014, Indonesia
- “Strategy of Inventory Analysis with Economic Order Quantity and Quick Response: Case on Filter Inventory for Heavy Equipment in Indonesia”, Melaka 12-14 May 2015, Malaysia.
- “Product Quality Development Analysis with Sig Sigma Method: Case of SME Tofu Production in Indonesia”, Icope, Jakarta 7 December 2015, Indonesia.
- “Analysis Balanced Scorecard in Tour Travel Agency in Indonesia”, Icope, Jakarta 7 December 2016, Indonesia. SOSHUM, Kinabalu Malaysia, 19-21 April.

- “Analysis of Online Purchase Behavior Intention in SME in Indonesia”, ICIM, Chengdu, China, 21-23 April 2017.
- “Business Strategy Selection Using SWOT Analysis with ANP and Fuzzy Topsis in Improving Competitive Advantage”, ICOPE, Bandung, 24-25 Agustus 2017.
- “An Analysis of Export Potency for Indonesian Pepper”, ICOPE, Bandung, 24-25 Agustus 2017.
- “Analysis of Privacy Perceptions Towards Shopping Decision Through Shopping Behavior Between Millenials and Baby Boomers in Indonesia E-Commerce”, AIC, Langkawi, 7-8 Desember 2018.
- “Intention to Use Management System in SMEs with TAM Framework”, Cirebon, 25 November 2020.
- “Sustainable Market Entry Strategy Case on Healthcare Industry SME in Indonesia to enter Vietnamese Market, ICOBAR, Jakarta, 24-25 June 2021.
- “The Impact of Instagram E-Marketing in SME Fashion Industry on Customer Satisfaction”. Proceedings – 2021 International Conference on Software Engineering and Computer Systems and 4th International Conference on Computational Science and Information Management, ICSECS2021, 2021, pp.43-46

VII. PENGHARGAAN

- The 1st Best Lecturer for Faculty Member and Subject Content Specialist 2011, Binus University, Jakarta.
- Penghargaan dari Asosiasi Franchise Indonesia sebagai Akademisi Waralaba Indonesia, 2017
- The 2nd Best Lecturer for Faculty Member Structural 2019, Binus University, Jakarta.

VIII. SERTIFIKASI

- Sertifikasi Dosen, 2013
- Sertifikasi Ekspor Impor Level III, 2014
- Sertifikasi Lumina Practitioner, 2018

IX. PEMBICARA dan TRAINER

- Guest Speaker in “Pengembangan UKM Potensial Waralaba Daerah” held by Ministry of Industrial and Trade, Bandung (2013).
- Export Import Management Training (2013-2018)
- Trainer Methodology Research and SEM Analysis, Bina Nusantara University (2015-2019)
- Moderator at The Panel Discussion Franchise International Conference, Jakarta (Held by KADIN-WALI-IFBM).(2014)
- Guest Speaker in Indonesia Franchise Conference, Jakarta.
- Guest Speaker Creating Market and Global Operation
- Guest Speaker in How to Manage your Business for SME (Held by Koperasi Maju)
- Guest Speaker in Introduction to Export Import for SME
- Guest Speaker in Export in Indonesia (Prospect and Challenge) for SME (Held by Universitas Bina Nusantara)
- Guest Speaker in Indonesia Franchise Forum, Jakarta.

- Trainer Methodology Research and SEM Analysis for UTM Student, Malaysia
- Dissertation Co-Supervisor in UTM (University Utara Malaysia)
- Guest Speaker in Doing Business in Indonesia.
- Guest Speaker in Marketing Management for SME.
- Guest Speaker in Franchise Forum Indonesia
- Compiler roadmap franchise team Indonesia (Kementrian Perdagangan RI)
- Team PWI (Held By Subdit Distribusi Langsung dan Waralaba Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi Kementrian Perdagangan RI)
- Team Appraisers in Subdit Distribusi Langsung dan Waralaba Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi Kementrian Perdagangan RI
- Trainer in How to start a business for SME (Held by Binus University PPEI-Kementrian Perdagangan Indonesia)
- Trainer in Franchising Workshop (Held by PPEI-Kementrian Perdagangan Indonesia)
- Trainer in Reporting and Presentation Skill for MDP External BUKOPIN
- Speaker in “Toward the Harmonization of Business Competition Climate in Asia Pacific Region”, (Held by Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU)), Bali, Indonesia
- Trainer in Reporting and Presentation Skill for MTF Level Manager & Senior Manager.
- Trainer in How To Manage Your Time Effective, Bina Nusantara University
- Reviewer Team for Franchise Regulation in Indonesia (Kementrian Perdagangan RI)
- Trainer in Reporting and Presentation Skill for Apple Developer Foundation
- Trainer and Coaching for BCA Finance
- Trainer for IT Mandiri School
- Trainer untuk Kepala Sekolah SMK se Indonesia.
- Guest Speaker “Systematical Literature Review” (UTM Malaysia)
- Guest Speaker “Modern Quantitative Business Research” (UTM Malaysia)



In Partnership with



Northumbria
University
NEWCASTLE

BINUS NORTHUMBRIA
SCHOOL OF DESIGN



In Partnership with

ASO
COLLEGE
GROUP
JAPAN

BINUS ASO
SCHOOL OF ENGINEERING

