



Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Bisnis Franchise Indomaret di Provinsi Riau

Analysis of Factors Affecting Indomaret Franchise Business Development in Riau Province

Bakaruddin^{*)}, Ardi Qudrotullah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia

^{*)} email: bakaruddin@umri.ac.id

Article Info

Article history:

Received: April 2018

Accepted: Mei 2018

Published: Juni 2018

Keywords:

Financial performance,
franchise, Indomaret,
MRA

JEL:

Abstract

This study aims to prove empirically the influence of the financial performance of the franchisor company, the franchisor's experience, to the business development of the minimarket franchise Indomaret with local government regulations as a moderating variable. Research conducted at PT. Indomarco Prismatama Riau Region 2018 with a sample of 72 respondents and using the analysis of Moderating Regression Analysis (MRA). The result of the research shows that local government regulation is a moderator variable of the company's financial performance variable to the development of Indomaret franchise business. Local government regulation is a moderator variable of the firm's experience variable on the development of Indomaret franchise business. Local government regulation is a moderator variable of the company's financial performance variable and the company's experience on the development of Indomaret franchise business.

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian Indonesia pada saat ini bisa diukur oleh maraknya pembangunan pusat perdagangan. Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Pasar sebagai salah satu pusat kegiatan perekonomian dan perdagangan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan perekonomian. Dalam peningkatan pembangunan perekonomian di Provinsi Riau, sektor perdagangan merupakan salah satu sektor strategis karena perannya yang sangat besar, baik sebagai sumber pendapatan bagi Pemerintah maupun sumber pendapatan per kapita masyarakat di Propinsi Riau.

Perkembangan para pelaku usaha di pasar ritel, secara khusus pada pasar ritel modern di Indonesia dapat dikatakan sangat pesat. Meskipun kondisi perekonomian di Indonesia sejak adanya krisis ekonomi tahun 1997 relatif belum pulih dengan sempurna, namun pertumbuhan pasar ritel modern ibarat jamur yang tumbuh di musim hujan. Mereka mulai masuk diantaranya melalui jalur waralaba atau dikenal dengan istilah *franchise*. Waralaba (*Franchise*) pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Dalam hal ini *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan *franchisor* dan *franchisor* memberikan bantuan (*assistance*) terhadap *franchisee*. Sebagai imbalannya *franchisee* membayar sejumlah uang berupa *ininitial fee* dan royalti. (Suharnoko, 2004).

Perkembangan bisnis waralaba atau *franchise* di Indonesia menjadi moment yang memberikan peluang besar bagi *franchisor*. Trend perkembangan waralaba atau *franchise* tersebut diprediksi akan dipilih oleh konsumen calon penerima waralaba atau *franchise* dengan beberapa faktor yaitu waralaba atau *franchise* tersebut bisa dan telah mempunyai bukti (legalitas waralaba) dan teruji (kinerja keuangan pemilik waralaba) telah membuat sukses penerima waralaba, waralaba atau *franchisor operator* yaitu bisnis waralaba yang bisa menjadi usaha sampingan bagi calon waralaba, waralaba baru yang memiliki prospek baik, dan *low investment* dan *low risk* yang *suistuinable franchisor*, yaitu waralaba yang relatif rendah nilai investasi (Raharjo, 2009).

Dalam 10 tahun terakhir bisnis *franchise* menjadi model bisnis paling populer, terutama bagi mereka yang ingin terjun menjadi *entrepreneur* tanpa mau repot merintis bisnis dari nol, namun mereka lupa bahwa tidak ada jaminan dari keberhasilan bisnis *franchise* tersebut. Pola pikir dari masyarakat yang akan menjadi *entrepreneur* dengan cepat yang menganggap *franchise* sebagai alternatif paling cepat dalam mengembangkan usaha juga menjadi faktor penyebab meningkatnya gairah bisnis waralaba (Sudarmiatin, 2011).

Menurut Sugiyanto Wibawa, konsultan *retail marketing*, terdapat 2 (dua) faktor yang mendorong para investor dalam berinvestasi di dunia waralaba. Pertama, jumlah *mall* dan *retail space* yang meningkat dari 75.900 m² menjadi 1.78 juta m² di tahun 2004 dan 2.82 juta m² di tahun 2006. Agen properti mempromosikan *space* di mall sebagai salah satu investasi yang menguntungkan. Kedua, tarif/bunga deposito yang perlahan-lahan menurun. Hal ini mendorong para investor untuk melihat kesempatan investasi lainnya yang lebih prospektif dan menguntungkan serta dengan resiko yang lebih kecil (Wibawa, 2010).

Berdasarkan data riset yang pernah dilakukan Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI), pengusaha lokal lebih cenderung memilih *franchise* asing karena dinilai lebih dapat diandalkan, terbukti telah berhasil dan berpengalaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pengusaha lokal memilih *franchise* asing karena akuntabilitas dan memberi *image* (citra atau gengsi) bagi *franchisee* (Sudarmiatin, 2011).

Pada saat ini pengembangan usaha melalui sistem waralaba mulai banyak dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Sebagai suatu cara pemasaran dan distribusi, waralaba merupakan suatu alternatif untuk mengembangkan saluran eceran yang berhasil.

Indomaret merupakan salah satu jenis pasar modern yang merupakan jaringan minimarket dengan sistem waralaba atau *franchise* yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M². Sebagai bisnis pasar ritel yang berbentuk minimarket yang pertama di Indonesia, Indomaret didirikan oleh PT. Indomarco Prismatama sejak tahun 1998. Karena itu wajar bila usaha ritel milik Grup Salim ini tampil sebagai leader, dengan jumlah waralaba kurang dari 1.500 unit dan omzet sebesar Rp. 8 Triliun (Salim, 2007). Dikelola oleh PT Indomarco Prismatama, cikal bakal pembukaan Indomaret di Provinsi Riau adalah di mulai dari tahun 2013. Pada tahun 2013 gerasi waralaba atau *franchise* Indomaret mulai dibuka di Propinsi Riau dengan jumlah 4 unit. Pada tahun 2014 meningkat menjadi 11 unit gerai waralaba atau *franchise* Indomaret. Perkembangan yang sangat signifikan terjadi pada tahun 2015 yaitu berjumlah 18 unit. Namun pada tahun 2016 dan tahun 2017 mengalami penurunan jumlah yaitu 14 unit dan 12 unit. Penurunan jumlah gerai minimarket waralaba atau *franchise* Indomaret ini disebabkan adanya penutupan dan pemindahan lokasi ke beberapa tempat lokasi yang lain (PT Indomarco Prismatama, 2018).

Tabel 1: Jumlah Toko *Franchise* Indomaret di Wilayah Riau tahun 2013 s/d 2017

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Jumlah Gerai	4	11	18	14	12	59
% naik	-	175%	64%	-22%	-14%	
Gerai tutup	-	-	1	1	-	2

Sumber : PT. Indomarco Prismatama Wilayah Riau, 2018

Penurunan gerai minimarket waralaba atau *franchise* Indomaret tersebut seiring dengan terjadinya penurunan dari pertumbuhan ekonomi (PDRB) di Propinsi Riau untuk sektor lapangan usaha perdagangan besar dan eceran dari tahun 2012 sampai tahun 2015. Kondisi pertumbuhan ekonomi (PDRB) di Propinsi Riau yang mengalami perlambatan dan penurunan berdampak ke berbagai sektor ekonomi termasuk sektor lapangan usaha perdagangan besar dan eceran.

Perkembangan bisnis waralaba atau *franchise* Indomaret di Provinsi Riau lebih banyak terjadi di Kota Pekanbaru, dibandingkan dengan Kota Kabupaten lainnya. Namun perkembangan tersebut tidak diikuti dengan adanya peraturan daerah yang mengatur bisnis waralaba atau *franchise*, sehingga sering juga terjadi permasalahan antara waralaba atau *franchise* Indomaret dengan pemerintah daerah. Kota Pekanbaru sebagai contoh dimana tumbuh berkembangnya waralaba atau *franchise* Indomaret, hanya memberikan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) dengan ketentuan quota (batasan) jumlah gerai atau toko waralaba atau *franchise* Indomaret dan ketentuan harus memperkerjakan warga asli daerah.

Berdasarkan permasalahan diatas, menarik dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan bisnis waralaba atau *franchise* Indomaret ditengah kondisi perekonomian yang masih belum mampu mengakomodir semua kondisi ekonomi masyarakat yang mengalami penurunan daya beli dan belum adanya peraturan daerah yang mengatur tentang bisnis toko retail dengan konsep waralaba atau *franchise* di Propinsi Riau.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hubungan Kinerja Keuangan Perusahaan *Franchisor* dengan Perkembangan Bisnis Gerai Minimarket Waralaba (*Franchise*) Indomaret

Perkembangan bisnis waralaba atau *franchise* di Indonesia menjadi moment yang memberikan peluang besar bagi *franchisor*. Trend perkembangan waralaba atau *franchise*

tersebut diprediksi akan dipilih oleh konsumen calon penerima waralaba atau *franchise* dengan beberapa faktor yaitu waralaba atau *franchise* tersebut bisa dan telah mempunyai bukti (legalitas waralaba) dan teruji (kinerja keuangan pemilik waralaba) telah membuat sukses penerima waralaba, waralaba atau *franchisor operator* yaitu bisnis waralaba yang bisa menjadi usaha sampingan bagi calon waralaba, waralaba baru yang memiliki prospek baik, dan *low investment* dan *low risk* yang *sustainable franchisor*, yaitu waralaba yang relatif rendah nilai investasi (Raharjo, 2009). Faktor kinerja keuangan dari perusahaan *Franchisor* merupakan suatu hal penting yang menjadi penilaian dari calon franchisee untuk memilih perusahaan tersebut menjadi mitra usahanya (Sudarmiatin, 2011). Dari penjelasan dan teori diatas diduga kinerja keuangan perusahaan *Franchisor* berpengaruh terhadap dengan perkembangan bisnis gerai minimarket waralaba (*Franchise*) Indomaret di Propinsi Riau.

Hubungan Pengalaman Perusahaan *Franchisor* dengan Perkembangan Bisnis Gerai Minimarket Waralaba (*Franchise*) Indomaret

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba Pasal 3 ayat b menyebutkan bahwa perusahaan waralaba harus terbukti sudah memberi keuntungan dengan menunjuk pada pengalaman pemberi waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha dengan menguntungkan. PT. Indomarco Prismatama mulai memperkenalkan sistem kemitraan kepemilikan dan pengelolaan gerai dengan cara waralaba dan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia. Pada Mei 2003, sistem waralaba Indomaret telah terbukti keberhasilannya dengan diperolehnya penghargaan dari Presiden Republik Indonesia saat itu yaitu Presiden Megawati Soekarno Putri sebagai Perusahaan Waralaba Nasional 2003 (Raharjo, 2009).

Pada tahun 2016 Kementrian Perdagangan Republik Indonesia menyerahkan Penghargaan Waralaba Indonesia (PWI) kepada Kategori Waralaba Utama, pemenang pertama PT. Indomarco Prismatama Tbk (Kemendag, 2016). Dari penjelasan dan teori diatas diduga pengalaman perusahaan *franchisor* berpengaruh terhadap dengan perkembangan bisnis gerai minimarket waralaba (*Franchise*) Indomaret di Propinsi Riau.

Hubungan Peraturan Pemerintah Daerah dengan Perkembangan Bisnis Gerai Minimarket Waralaba (*Franchise*) Indomaret

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba menjelaskan bahwa setiap perusahaan *franchisor* wajib memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Peraturan pemerintah lain yang mengatur tentang waralaba Peraturan Presiden (Perpres) No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, serta Toko Modern. Peraturan Daerah (Perda) Kota Pekanbaru No. 09 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Peraturan ini lebih menjelaskan tentang kebijakan zonasi atau penataan lokasi. Peraturan Walikota Pekanbaru No. 118 Tahun 2017 tentang Pendelegasian Wewenang Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu menjelaskan bahwa toko modern retail seperti toko retail minimarket dengan konsep waralaba (*franchise*) wajib memiliki Izin Usaha Toko Modern (IUTM). Berdasarkan Izin Prinsip yang dikeluarkan oleh Walikota Pekanbaru, kuota gerai mini market Indomaret yang diizinkan berdiri di wilayah kota Pekanbaru hanya 100 buah (Junrian, 2015).

H1: Terdapat pengaruh kinerja keuangan perusahaan *franchisor* terhadap perkembangan bisnis gerai minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret di Propinsi Riau.

H2: Terdapat peningkatan kuatnya pengaruh kinerja keuangan perusahaan *franchisor* terhadap perkembangan bisnis gerai minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret di Propinsi Riau dengan peraturan pemerintah daerah sebagai variabel *moderating*.

- H3: Terdapat pengaruh pengalaman perusahaan *franchisor* terhadap perkembangan bisnis minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret di Propinsi Riau.
- H4: Terdapat peningkatan kuatnya pengaruh pengalaman perusahaan *franchisor* perbankan terhadap perkembangan bisnis minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret di Propinsi Riau dengan peraturan pemerintah daerah sebagai variabel *moderating*.
- H5: Terdapat pengaruh peraturan pemerintah daerah terhadap perkembangan bisnis minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret di Propinsi Riau.
- H6: Terdapat peningkatan kuatnya pengaruh kinerja keuangan perusahaan *franchisor* dan pengalaman perusahaan *franchisor* terhadap perkembangan bisnis minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret dengan peraturan pemerintah daerah Propinsi Riau sebagai variabel *moderating*

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat pelaku bisnis waralaba (*franchise*) Indomaret yang dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama Wilayah Riau. Populasi masyarakat pelaku bisnis waralaba (*franchise*) Indomaret yang mengajukan proposal kepada pemilik *franchise* Indomaret yaitu PT. Indomarco Prismatama Wilayah Riau dari tahun 2012 sampai tahun 2017 adalah berjumlah 259 proposal yang terdiri dari badan usaha dan perorangan.

Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus yang dikembangkan oleh Slovin dengan standar deviasi 10 % yaitu (Sugiyono, 2013;113) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: n = Jumlah Sampel; N = Jumlah Populasi; e = Tingkat Kesalahan: 10 %; S = Jumlah Sampel

Dari hasil perhitungan rumus diatas didapat jumlah sampel untuk penelitian yang harus diambil adalah sebanyak 72 sampel. Karena populasinya berstrata (per jenis pemilik *franchise*), maka pengambilan sampel dalam penelitian ini digunakan juga harus berstrata. Metode pengambilan sampel adalah dengan metode *stratified random sampling* karena populasi dalam penelitian ini terdiri dari golongan atau kelompok-kelompok yang sejajar Untuk menentukan masing masing sampel per jenis diatas dihitung berdasarkan metode sampel berjenjang dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2013) :

$$n_i = \frac{N_i}{\sum N} \times n$$

Dimana: n_i = Sampel Jumlah Populasi *Franchisee*; N_i = Populasi Jumlah Populasi *Franchisee*; $\sum N$ = Total Populasi Populasi *Franchisee*

Tabel 2: Jumlah Sampel Penelitian

No.	Bentuk <i>Franchise</i>	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1	Perorangan	27	8
2	Badan Usaha	232	65
	Jumlah	259	72

Sumber : Data Olahan, 2016

Pengukuran Variabel

1. Kinerja Keuangan: merupakan aktivitas untuk menilai kondisi keuangan dan prestasi perusahaan, analisis memerlukan beberapa tolak ukur yang digunakan adalah rasio dan indeks yang menghubungkan dua data keuangan antara satu dengan yang lain (Sawir, 2011). Trend perkembangan waralaba atau *franchise* tersebut diprediksi akan dipilih oleh konsumen calon penerima waralaba atau *franchise* dengan beberapa faktor yaitu waralaba

atau *franchise* tersebut bisa dan telah mempunyai bukti (legalitas waralaba) dan teruji (kinerja keuangan pemilik waralaba) telah membuat sukses penerima waralaba, waralaba atau *franshisor operator* yaitu bisnis waralaba yang bisa menjadi usaha sampingan bagi calon waralaba, waralaba baru yang memiliki prospek baik, dan *low investment* dan *low risk* yang *suistuinable franchisor*, yaitu waralaba yang relatif rendah nilai investasi (Raharjo, 2009).

2. Pengalaman Perusahaan: terbentuk dari umur atau usia perusahaan mulai dari awal berdiri sampai saat ini. Umur perusahaan yaitu seberapa lama suatu perusahaan mampu untuk bertahan, bersaing dan mengambil kesempatan bisnis yang ada dalam perekonomian (Syari'i, 2013). Menurut Sri dan Sawitri (2011) bahwa semakin lama perusahaan itu beroperasi maka masyarakat akan lebih banyak mengetahui informasi tentang perusahaan tersebut.
3. Variabel pemoderasi merupakan variabel kedua dari variabel independen dalam penelitian ini. Variabel pemoderasi dari penelitian ini yaitu Peraturan Pemerintah Daerah. Peraturan Daerah (Perda) Kota Pekanbaru No. 09 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Peraturan Walikota Pekanbaru No. 118 Tahun 2017 tentang Pendelegasian Wewenang Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu menjelaskan bahwa toko modern retail seperti toko retail minimarket dengan konsep waralaba (*franchise*) wajib memiliki Izin Usaha Toko Modern (IUTM).
4. Perkembangan bisnis gerai minimarket waralaba atau *franchise* Indomaret di Propinsi Riau. Jumlah dan keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan uji hipotesis berupa uji-T dan Uji-F. Beberapa uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji normalitas, multikolinieritas, dan heterokodastisitas.

Uji validitas dilakukan pada setiap butir instrument atau butir pertanyaan yang terkait dengan variable dengan menggunakan metode analisis *Pearson correlation*. Jika korelasi antara masing-masing indikator variabel terhadap total *construct* variabel menunjukkan nilai positif dan hasil yang signifikan, maka dinyatakan valid. Dalam hal ini signifikan pada level 0,01 (2-tailed) (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menguji konsistensi kuesioner dalam mengukur suatu konstruk yang sama atau stabilitas kuesioner jika digunakan dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011)

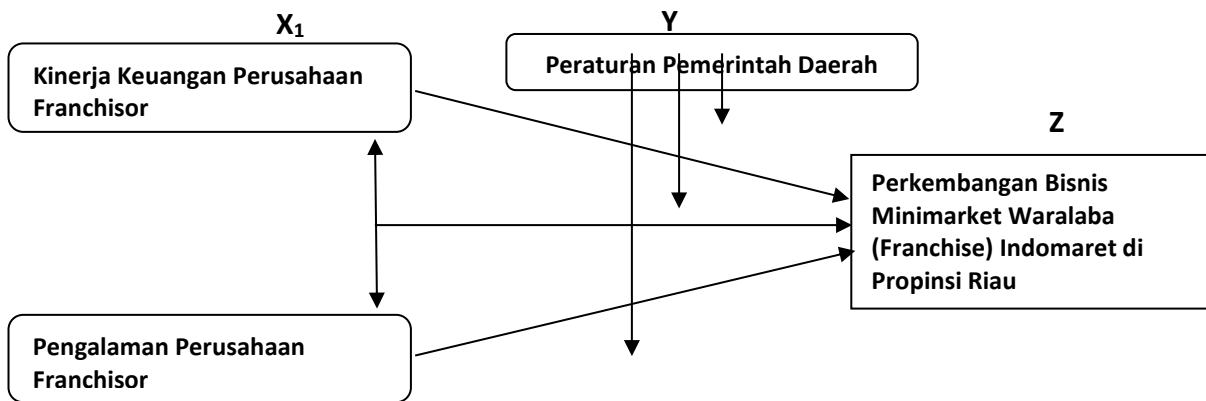
Uji normalitas yang digunakan uji Kolmogorov-Smirnov (uji K-S). Pengujian gejala multikolinieritas, menggunakan nilai *variance inflation factor (VIF)*. Selanjutnya, pengujian heterokodastisitas menggunakan *scatterplot*.

Moderating Regression Analysis (MRA)

Moderating Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen dengan variabel dependen yang diperkuat atau diperlemah dengan adanya variabel pemoderasi. Pengujian *Moderating Regression Analysis (MRA)* ini digunakan untuk menguji hipotesis kedua, ketiga, keempat dan kelima (Sugiyono, 2013).

Sebelum melakukan uji *Moderating Regression Analysis (MRA)* dilakukan uji regresi linear berganda terlebih dahulu untuk mengetahui pengaruh variabel dependen dan variabel pemoderasi terhadap variabel independen sebelum adanya interaksi antara variabel dependen dan variabel pemoderasi (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan diagram jalur yang digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1
Model Utama Struktur Penelitian

Jika tingkat signifikan moderator lebih besar dari α sebesar 0,05 maka Peraturan Pemerintah Daerah (Y) bukan merupakan variable moderator. Jika tingkat signifikan moderator lebih kecil dari α sebesar 0,05 maka Peraturan Pemerintah Daerah (Y) adalah variable moderator (Sugiyono, 2013). Berdasarkan hipotesis diatas maka diketahui persamaan structural, sebagai berikut:

Tabel 3: Persamaan Struktur Secara Partial dan Simultan

No.	Hubungan Antar Variabel	Persamaan
1.	X_1 Ke Z	$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + e$
2.	X_1 ke Z, Y	$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_3 Y + \beta_3 (X_1 Y) + e$
4.	X_2 ke Z	$Z = \alpha + \beta_2 X_2 + e$
5.	X_2 ke Z, Y	$Z = \alpha + \beta_2 X_2 + \beta_4 Y + \beta_4 (X_2 Y) + e$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Data Penelitian

Menentukan nilai r tabel dari tabel r , untuk $df = n-2 = (72-2=70)$, n = jumlah kuesioner yang akan diuji, dengan tingkat signifikan 5%, maka terdapat angka 0,2319. Nilai r_{hasil} untuk tiap variabel didapat dari hasil output spss yang bisa dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hasil} positif, serta $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$ maka Valid, Jika r_{hasil} tidak positif, serta $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$ maka Tidak Valid.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbatch Alpha $> 0,60$. Realibilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan realibitias dengan cronbach's alpa 0,8 atau diatasnya adalah baik (Ghozali 2005:43).

Masing-masing instrumen pernyataan dari variabel penelitian peraturan pemerintah daerah sudah valid dan reliable. Nilai *Corrected Item Total* rata rata diatas r_{tabel} . Untuk uji reliabilitas, dengan pedoman penilaian $\alpha > 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing instrumen pernyataan sangat reliabel (dipercaya) karena mempunyai nilai aplha yang lebih $> 0,60$. Dari tabel diatas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* berada diatas 0,90. Semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* maka masing-masing instrumen penelitian dianggap sangat reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4 Menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,994, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal karena nilai Asymp. Sig adalah 0,994 lebih besar dari 0,5.

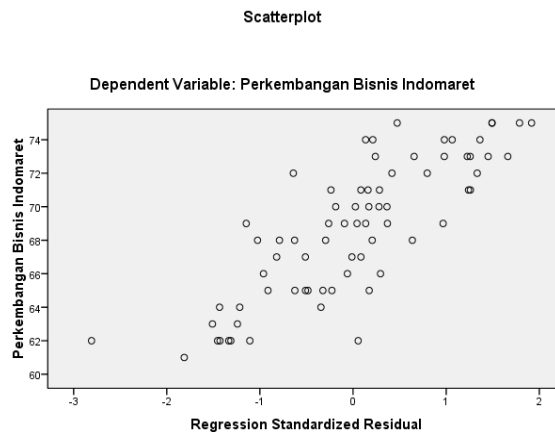
Berdasarkan uji normalitas di atas disimpulkan bahwa data telah terdistribusi secara normal, maka dapat dilanjutkan dengan uji asumsi klasik lainnya.

Tabel 4: Hasil Kolmogorov Smirnov

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	,425
Asymp. Sig. (2-tailed)	,994

Sumber: Data Diolah

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta menyebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dengan menggunakan nilai *tolerance* dan dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*). Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 5: Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1(Constant)		
Kinerja Keuangan	.881	1.136
Pengalaman Perusahaan	.883	1.132
Peraturan Daerah	.993	1.007
Kinerja Keuangan	.881	1.136

a. Dependent Variable: Perkembangan Bisnis Indomaret

Sumber: Data diolah (2018)

Dari tabel 5 diatas dapat dilihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), masing masing adalah variable-variabel penelitian yaitu Kinerja Keuangan Perusahaan (X_1), Pengalaman Perusahaan (X_2), Peraturan Pemerintah Daerah (Y) dan Perkembangan Bisnis *Franchise* Indomaret (Z) sebagai variabel dependent mempunyai nilai masing masing *Variance Inflation Factor* (VIF) tersebut tidak ada > 10 , maka diantara varibel independen tersebut tidak ada korelasi atau tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa variabel bebas dan variabel pemoderasi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil pengujian hipotesis penelitian terlihat pada Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6: Hasil uji hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16.484	9.352		1.763	.082
Kinerja Keuangan	.333	.111	.319	3.007	.004
Pengalaman Perusahaan	.298	.114	.278	2.623	.011
Peraturan Daerah	.138	.045	.306	3.063	.003

R-Squared = .326
Adjusted R-Squared = .296
F-Statistics = 10.958

a. Dependent Variable: Perkembangan Bisnis Indomaret

Berdasarkan Tabel 6 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{Perkembangan Bisnis Indomaret (Y)} = 16,484 + 0,333 X_1 + 0,298 X_2 + 0,138 X_3$$

Berdasarkan tabel 6 bahwa nilai konstanta sebesar 16,484. Nilai tersebut menunjukkan, meskipun variabel Kinerja Keuangan Perusahaan dan Pengalaman Perusahaan mengalami perubahan namun Perkembangan Bisnis Indomaret akan tetap memiliki nilai konstanta sebesar 16,484. Nilai koefisien regresi X_1 adalah 0,333 hal tersebut menyatakan bahwa setiap kenaikan Kinerja Keuangan Perusahaan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Perkembangan Bisnis Indomaret sebesar 0,333 satuan. Nilai koefisien regresi X_2 adalah 0,298 hal tersebut menyatakan bahwa setiap kenaikan Pengalaman Perusahaan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Perkembangan Bisnis Indomaret sebesar 0,298 satuan. Nilai koefisien regresi X_3 adalah 0,138 hal tersebut menyatakan bahwa setiap kenaikan Peraturan Pemerintah Daerah sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Perkembangan Bisnis Indomaret sebesar 0,138 satuan.

Nilai koefisien determinasi R Square (R^2) sebesar 0,326. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebesar 32,6% Perkembangan Bisnis Indomaret dipengaruhi oleh Kinerja Keuangan Perusahaan, Pengalaman Perusahaan dan Peraturan Pemerintah Daerah sedangkan sisanya sebesar 67,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Hasil uji t untuk Kinerja Keuangan Perusahaan menghasilkan nilai t adalah 3,007 dengan sig 0,004 < 0,05 disimpulkan bahwa Kinerja Keuangan Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Perkembangan Bisnis Indomaret. Hasil dari uji t untuk variabel Kinerja Keuangan Perusahaan menghasilkan nilai t adalah 2,623 dengan sig 0,011 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Pengalaman Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Perkembangan Bisnis *Franchise* Indomaret. Hasil dari uji t untuk variabel Peraturan Pemerintah Daerah menghasilkan nilai t adalah 3,063 dengan sig 0,003 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Peraturan Pemerintah Daerah berpengaruh secara signifikan terhadap Perkembangan Bisnis *Franchise* Indomaret.

ANALISIS MODERATING REGRESSION ANALYSIS (MRA)**Kinerja Keuangan Perusahaan terhadap Perkembangan Bisnis Franchise Indomaret dengan Peraturan Pemerintah Daerah Sebagai Variabel Moderating****Tabel 7 Rangkuman Hasil Uji MRA 1**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	25.519	8.846		2.885	.005
Kinerja Keuangan	.202	.116	.194	1.746	.085
Pengalaman Perusahaan	.300	.114	.279	2.633	.010
Moderator 1	.002	.001	.319	3.010	.004

a. Dependent Variable: Perkembangan Bisnis Indomaret

Sumber: Data Olahan 2018

Dari hasil analisis diatas terlihat bahwa tingkat signifikansi moderator 1 adalah 0,004 dimana berada dibawah α sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa peraturan pemerintah daerah (Y) merupakan variabel moderator dari variabel Kinerja Keuangan Perusahaan terhadap Perkembangan Bisnis *Franchise* Indomaret.

Pengalaman Perusahaan terhadap Perkembangan Bisnis Franchise Indomaret dengan Peraturan Pemerintah Daerah Sebagai Variabel Moderating**Tabel 8 Rangkuman Hasil Uji MRA 2**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	25.555	8.812		2.900	.005
Kinerja Keuangan	.335	.111	.321	3.029	.003
Pengalaman Perusahaan	.162	.124	.151	1.306	.196
Moderator 2	.002	.001	.338	3.107	.003

a. Dependent Variable: Perkembangan Bisnis Indomaret

Sumber: Data Olahan 2018

Dari hasil analisis diatas terlihat bahwa tingkat signifikansi moderator 2 adalah 0,003 dimana berada dibawah α sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa peraturan pemerintah daerah (Y) merupakan variabel moderator dari variabel Pengalaman Perusahaan terhadap Perkembangan Bisnis *Franchise* Indomaret.

Terdapat pengaruh Kinerja Keuangan Perusahaan dan Pengalaman Perusahaan terhadap Perkembangan Bisnis Franchise Indomaret dengan Peraturan Pemerintah Daerah Sebagai Variabel Moderating**Tabel 9 Rangkuman Hasil Uji MRA 3**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	34.409	9.284		3.706	.000
Kinerja Keuangan	.203	.116	.195	1.753	.084
Pengalaman Perusahaan	.170	.124	.158	1.367	.176
Moderator 3	2.877E-5	.000	.358	3.003	.004

a. Dependent Variable: Perkembangan Bisnis Indomaret

Sumber : Data Olahan 2018

Dari hasil tabel diatas terlihat bahwa tingkat signifikansi moderator 3 adalah 0,004 dimana berada dibawah α sebesar 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa peraturan pemerintah daerah (Y) merupakan variabel moderator dari variabel Kinerja Keuangan Perusahaan dan Pengalaman Perusahaan terhadap Perkembangan Bisnis *Franchise* Indomaret.

SIMPULAN

Kinerja Keuangan Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Perkembangan Bisnis Indomaret. Terdapat peningkatan kuatnya pengaruh kinerja keuangan perusahaan *franchisor* terhadap perkembangan bisnis gerai minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret di Propinsi Riau dengan peraturan pemerintah daerah sebagai variabel *moderating*. Pengalaman perusahaan *franchisor* berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan bisnis minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret di Propinsi Riau. Terdapat peningkatan kuatnya pengaruh pengalaman perusahaan *franchisor* perbankan terhadap perkembangan bisnis minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret di Propinsi Riau dengan peraturan pemerintah daerah sebagai variabel *moderating*. Peraturan pemerintah daerah berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan bisnis minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret di Propinsi Riau. Terdapat peningkatan kuatnya pengaruh kinerja keuangan perusahaan *franchisor* dan pengalaman perusahaan *franchisor* terhadap perkembangan bisnis minimarket waralaba (*franchise*) Indomaret dengan peraturan pemerintah daerah Propinsi Riau sebagai variabel *moderating*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Junrian, Adhadiansyah. (2015). Standar Izin Tempat Usaha Ritel Alfamart dan Indomaret Oleh Badan Pelayanan Terpadu dan Penanaman Modal (BPPTM Kota Pekanbaru, Jurnal JOM Fisip Universitas Riau, Vol. 3. No 1 Februari 2015
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- Peraturan Presiden (Perpres) No 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, serta Toko Modern (biasa disebut Perpres Pasar Modern)
- Peraturan Daerah (Perda) Kota Pekanbaru No. 09 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan
- Peraturan Walikota No. 118 Tentang Pendelegasian Wewenang Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
- Raharjo, Tri. (2009). Sepuluh Jurus Jawara Top Franchise 2008. Jakarta: Majalah Info Franchise Indonesia.
- Salim, H.S. (2007). Perkembangan Hukum Kontrak Inno-minat di Indonesia, Cet. Pertama. Sinar Grafika Offset. Jakarta
- Sawir, Agnes. (2011). Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. PT Gramedia Pustaka, Jakarta
- Sri, dan Sawitri Dwi Prastiti Utami,. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Social Disclosure. Jurnal Ekonomi Bisnis, Volume 16, No.1, Hal. 63-69.
- Sudarmiati. (2011). Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) Di Indonesia, Peluang Usaha dan Investasi
- Sugiyono. (2013). Statistik Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Suharnoko. (2004). Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus. Cet. 1, Kencana. Jakarta
- Syafi'I, Imam. (2013). Karakteristik Perusahaan Dan Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Makanan-Minuman. Media Mahardika, 11(3), h:1-30
- Wibawa, Sugiyanto. (2010). Konsultan Retail Marketing. Bisnis Indonesia