

## INTISARI

Alih-alih melakukan standarisasi secara penuh, waralaba sebagai bisnis replikasi juga menerapkan adaptasi produk untuk memenuhi preferensi lokal. Pengalaman pemberi waralaba dalam merancang dan mengimplementasikan adaptasi produk dapat menjadi sumber pengetahuan yang berguna bagi pemberi waralaba dalam menunjang inovasi dan keberlangsungan usaha melalui transfer pengetahuan berbalik. Namun dampak dari pengaruh ini belum menemukan hasil yang konsisten. Penelitian ini menyelidiki efek adaptasi produk terhadap transfer pengetahuan berbalik. Selain itu, penelitian ini juga meneliti pengaruh pemoderasi mekanisme integrasi berupa mekanisme formalisasi dan sosialisasi. Menggunakan sampel 107 data penerima waralaba yang tersebar di Indonesia, hasil empiris menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara adaptasi produk dan transfer pengetahuan terbalik. Secara bersamaan, penelitian ini juga menemukan bahwa mekanisme formalisasi memperkuat hubungan adaptasi produk terhadap transfer pengetahuan berbalik, tetapi sebaliknya, mekanisme sosialisasi tidak terbukti memiliki efek moderasi dalam hubungan ini. Temuan pada penelitian ini berkontribusi pada pemahaman terkait dengan pemanfaatan pengetahuan dari penerima waralaba yang ditransfer kepada pemberi waralaba yang sejauh ini secara empiris masih kurang diteliti.

***Kata kunci :*** *Transfer Pengetahuan Berbalik, Manajemen Pengetahuan, Mekanisme Integrasi, Waralaba, Adaptasi Produk.*

## ABSTRACT

Instead of using full standardization, the franchise as a replication business also implements product adaptation to meet local market preferences. Franchisee's experience in outlining and implementing product adaptation can be a valuable source of knowledge for franchisors in supporting innovation and business continuity through reverse knowledge transfer. However, the effects did not find consistent results. This study investigates the impact of product adaptation on reverse knowledge transfer. In doing so, this paper also examines the moderating effects of integration mechanisms that are formalization and socialization. Using a sample of 107 franchisees in Indonesia, empirical result suggest that adaptation product conducted by franchisee has a positive and significant relationship with reverse knowledge transfer. Concurrently, this study also found that formalization mechanisms increase the relationship between product adaptation and reverse knowledge transfer, but in contrast, the socialization mechanism does not have a moderating effect in the same relationship. This finding contributes to understanding the utilization of knowledge from franchisees transferred to the franchisor, which has thus far been empirically under-researched.

**Keywords:** *Reverse Knowledge Transfer, Knowledge Management, Integration Mechanism, Franchise, Product Adaptation*