

PERSPEKTIF AKUNTANSI TERWARALABA ATAS INVESTASI WARALABA PADA HON-HON NYALABUH LAOK

Habibul Muttaqin

Ach. Baihaki

Aminatus Zakhra

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Madura, Pamekasan

E-gmail: Habibulmuttaqin07@gmail.com

Zakhra1982@gmail.com

Ach.baihaki.se.m.se.@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to describe the franchisee's accounting perspective on franchise investment in Nyalabuh Laok hon-hon using a descriptive qualitative research approach. Hon-hon has entered into the franchise cooperation system as stipulated in the Regulation of the Minister of Trade of the Republic of Indonesia Number 71 of 2019 Chapter II concerning franchise offer prospectuses and franchise agreements. This franchise can be obtained by franchise partners (franchisees) with a purchase of IDR 15,000,000.-. For this initial participation, the franchisee will receive a set of carts, raw materials for making products for 12 flavors, brands and the franchise brand. The franchisee recognizes this investment as a lump sum, as an investment. Franchisees do not separate fixed assets, both tangible and intangible, which will be used in the long term and inventory which is a facility provided at the start of business activities. In addition, recognition has been made based on the acquisition value as well as the initial payment made. In fact, there is no time limit given by the franchisee to use the set of assets owned by the franchisee, especially the assets provided in the franchise agreement. On this basis, the concept applied is more of a margin concept without taking into account the economic value of the fixed assets owned. The franchisee still has assets in the form of carts which are not taken into account as part of the elements in calculating profits. There is even the possibility of changes to all forms of instruments in goods sales activities which will later give rise to changes in franchise assets for which the hon hon brand is not limited.

Keywords: *franchise, Franchise Accounting Perspective, Real Investment.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perspektif akuntansi terwaralaba atas investasi waralaba pada hon-hon Nyalabuh laok dengan menggunakan penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. Hon-hon sudah masuk kedalam sistem kerja sama waralaba sebagaimana ketentuan pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Bab II tentang prospektus penawaran waralaba dan perjanjian waralaba. Waralaba tersebut bisa didapatkan oleh mitra waralaba (terwaralaba) dengan pembelian sebesar Rp 15.000.000,-. Atas penyertaan awal tersebut, terwaralaba akan mendapatkan satu set grobak, bahan baku pembuatan produk sebanyak 12 varian rasa, merek, dan brand waralaba tersebut. Terwaralaba mengakui penyertaan tersebut secara lump sum, sebagai investasi. Terwaralaba tidak memisahkan antara aset tetap, baik yang berwujud ataupun yang tidak berwujud, yang akan digunakan dalam jangka panjang dengan persediaan yang menjadi fasilitas yang diberikan pada awal kegiatan usaha. Selain itu pengakuan telah dilakukan berdasarkan nilai perolehan sebagaimana pembayaran awal yang dilakukan. Bahkan tidak ada ketentuan batas waktu yang diberikan oleh pewaralaba dalam menggunakan seperangkat kekayaan yang dimiliki oleh pewaralaba, khususnya kekayaan yang diberikan dalam perjanjian waralaba tersebut. Atas dasar tersebut, konsep yang diterapkan lebih kepada konsep margin tanpa memperhitungkan nilai ekonomis aset tetap yang dimilikinya. Terwaralaba masih memiliki aset berupa gerobak yang tidak diperhitungkan sebagai bagian dari elemen dalam memperhitungkan laba. Bahkan adanya kemungkinan perubahan atas segala bentuk instrumen dalam kegiatan penjualan barang yang nantinya akan memunculkan adanya perubahan aset waralaba yang pada merek hon hon tersebut tidak dibatasi.

Kata kunci: *Waralaba, Perspektif Akuntansi Terwaralaba, Investasi Rill.*

PENDAHULUAN

Enterpreneur atau wirausahawan saat ini biasanya ingin memulai usahanya dengan resiko yang kecil atau bahkan dengan resiko nol maka yang bisa dilakukan adalah dengan membeli waralaba dari usaha yang telah berjalan dan dikenal masyarakat. Bisnis ini tidak hanya membeli seperangkat merk, atau peralatan, atau bahkan standarisasi produksi, akan tetapi juga mengikat kewajiban para pihak yang ada di dalamnya. Waralaba juga biasanya ditawarkan secara masif oleh para pewaralaba untuk mengenalkan produknya kepada khalayak tanpa adanya investasi tambahan atas asset tetap yang perlu dipersiapkan dalam melakukan ekspansi pasar sendiri

Pada dasarnya waralaba adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Pewaralaba dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada Terwalaba untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa atas nama Pewaralaba. Lebih lanjut disebutkan bahwa waralaba adalah suatu hubungan berdasarkan kontrak antara pewaralaba dan terwaralaba. Pewaralaba berkewajiban untuk menyediakan perhatian terus-menerus pada bisnis dari Terwaralaba melalui penyediaan pengetahuan dan pelatihan. Pada sisi yang lain Terwaralaba beroperasi dengan menggunakan nama dagang, format, atau prosedur yang dipunyai serta dikendalikan oleh Pewaralaba (Atmoko, 2019).

Skema Kerjasama dengan konsepsi waralaba tersebut bisa diselenggarakan dengan berbagai konsep sesuai dengan kepentingan para pihak yang berkepentingan. Pewaralaba bisa menjual waralabanya kepada Terwalaba bisa berupa merk, peralatan dan bahkan bahan, agar kualitas dan rasa produk tidak menyimpang dari asalnya, dan juga bertujuan untuk mengembangkan perusahaan dengan beberapa peraturan yang telah disepakati. Konsep penjualan waralabanya dalam satu unit dijual adalah sebesar Rp 25.000.000 (dua puluh lima juta rupiah), dimana harga tersebut sudah termasuk peralatan yang dibutuhkan dan perlengkapan, baik itu untuk kelengkapan bahan maupun kelengkapan pengemasa. Hal yang menarik dari skema penjualan waralaba ini adalah hasil penjualan mutlak menjadi milik terwaralaba dan tidak ada sistem bagi hasilnya. Sementara itu pihak terwaralaba hanya cukup membeli bahan baku yang berasal dari pewaralaba untuk konsistensi kualitas (Paranoan, 2020).

Problematika yang sering terjadi pada perjanjian waralaba yaitu keterlambatan pengiriman barang/produk, keterlambatan pembayaran, keterlambatan dalam pemberian pelatihan maupun kurangnya promosi, sebelum disepakatinya perjanjian waralaba terlebih dahulu pewaralaba harus menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada terwaralaba dua minggu sebelum penanda tangan perjanjian (Saraswati, 2014). Paket waralaba yang lain adalah kerja sama tersebut dianggap sebagai penjualan kelengkapan elemen-elemen penjualan produk dari pewaralaba kepada terwaralaba. Konsep tersebut tidak lagi menyajikan kewajiban sharing keuntungan antar para pihak tersebut. Kondisi ini mengandung indikasi bahwa semua peralatan paket waralabanya adalah milik terwaralaba. Pada kondisi tersebut, beban yang dikeluarkan untuk stater pack waralabanya diakui sebagai biaya. (Paranoan,2020).

Produk atau barang yang dijual kepada terwaralaba harus dituangkan dalam perjanjian tertulis yang biasanya disebut kontrak, karena pemberian izin penggunaan sistem atau cara pengoprasian bisnis termasuk pemanfaatan hak kekayaan intelektual oleh pewaralaba kepada terwaralaba (Septiana, Susilowati, 2012). Perjanjian tersebut secara teknis bisa menyangkut biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh terwaralaba yaitu ketika ingin bergabung bisnis waralaba dengan pewaralaba adalah initial fee, continuing fee, royalty fee, serta biaya lain yang disepakati yang berguna didalam memelihara kelanjutan hubungan waralaba, sedangkan untuk biaya oprasional, mulai dari pembelian produk, gaji karyawan, dan biaya oprasional lainnya ditanggung oleh pewaralaba. Awaludin, (2013) menyatakan bahwa biaya-biaya yang harus dilakukan oleh terwaralaba untuk memulai perjanjian waralaba yaitu sebagai pengganti atas pemberian hak-haknya dari pewaralaba kepada terwaralaba. Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Pasal 8 menyatakan bahwa pewaralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan.

Perjanjian waralaba memiliki jangka waktu berlakunya dan akan berakhir dengan sendirinya dengan habisnya jangka waktu pemberian waralaba yang diatur dalam perjanjian pemberian waralaba, kecuali jika diperpanjang atau diperbaharui oleh para pihak. Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/KEP/1997 Pasal 8 yang mengatur waralaba disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba ditentukan berlaku sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun. Namun fakta yang ada dilapangan tidak semua kerja sama

waralaba diikat dalam satu perjanjian yang mengatur mulai dan berakhirnya suatu kerja sama bisnis waralaba, Paranoan (2020), menyatakan bahwa sistem kerja sama waralaba yang dilakukan oleh pewaralaba dan terwaralaba semuanya dianggap penjualan, karena tidak ada lagi sharing bagi hasil dari terwaralaba kepada pewaralabanya.

Pengorbanan biaya-biaya tersebut akan menjadi investasi bagi terwaralaba, karena merupakan penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aktiva produktif selama periode waktu tertentu (Jogiyanto, 2010). Waralaba merupakan salah satu pilihan investasi bagi orang-orang yang ingin cepat menjadi pengusaha tetapi tidak memiliki bekal yang cukup untuk menjalankan usaha (Sudarmiati, 2011). Usaha bisnis waralaba termasuk kategori investasi riil, karena pewaralaba dan terwaralaba harus menjalankan unit bisnis waralaba tersebut. Bagi terwaralaba untuk memulai investasi terhadap waralaba harus mengeluarkan sejumlah uang kepada pewaralaba dengan perjanjian tertentu.

Hon-hon merupakan bisnis minuman trend belakangan ini, harga dari produk tersebut sangat terjangkau, sehingga bisa dinikmati semua kalangan masyarakat Indonesia. Harga jual hon-hon berkisar antara Rp 8.000 sampai Rp 12.000 yang tergantung kepada varian rasa yang dipilih. Adapun syarat dan ketentuan untuk bergabung pada usaha Hon-hon, terwaralaba harus mengeluarkan modal sebesar Rp 15.000.000 sebagai modal awal untuk bermitra pada usaha tersebut. Dana awal yang telah dikeluarkan oleh terwaralaba sebagai dana investasi riil yang harus dijalankan sendiri oleh terwaralaba. sebagai seorang investor terwaralaba harus melakukan pengakuan terhadap investasi tersebut dan melakukan pelaporan keuangan dalam rangka kemajuan dan perkembangan investasinya.

Pertiwi, Widiarti (2021) menunjukkan bahwa adanya bisnis waralaba memiliki dampak positif, dampak negatif, juga tidak berdampak sama sekali pada usaha warung kecil pada lingkungan rumah penduduk. Keuntungan yang didapatkan oleh bisnis waralaba tersebut sebesar 30%. Hal lain yang belum dilakukan oleh Widiarti, Pertiwi yaitu terkait sistem investasi pada unit bisnis waralaban tersebut. Rizal, Aslami (2022) menunjukkan bahwa bisnis waralaba merupakan salah satu unit bisnis yang layak bagi para investor untuk berinvestasi pada usaha tersebut.

Penelitian ini akan mengamati secara seksama perlakuan akuntansi atas setiap kegiatan/transaksi yang mengandung unsur keuangan yang dilakukan oleh terwaralaba. Selain itu konsepsi pertanggungjawaban para pihak (pewaralaba dan terwaralaba) atas hubungan timbal baliknya, baik itu dalam investasi awal, pengakuan hak keuntungan dan akhir dari kegiatan kerja sama kontrak akan juga menjadi pengembangan penelitian yang dilakukan. Bahkan konsepsi pengakuan keuntungan dan kembalian atas investasi oleh terwaralaba merupakan hal yang penting untuk disajikan.

TEORI

Akuntansi Investasi

Jogiyanto (2010:5) menyatakan bahwa investasi merupakan penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aktiva produktif selama priode waktu yang tertentu. Penundaan konsumsi yang dilakukan perusahaan sebagai investasi agar bisa dijual kembali ataupun dinaikan nilainya. Siamat (2004:135) menyatakan bahwa aktiva produktif adalah semua penanaman dana dalam rupiah dan valuta asing yang dimasukkan untuk penghasilan sesuai dengan fungsinya. Jangka waktu untuk investasi dibagi menjadi 2 investasi jangka pendek dan investasi jangka panjang.

Niki dalam Krisanti (2012) menyatakan investasi merupakan pengorbanan dari beberapa nilai sekarang (certain present value), untuk nilai masa datang (future value) yang belum bisa dijamin kepastiannya (possibly uncertain). Jogiyanto (2010:7) menyatakan bahwa macam-macam investasi dibagi menjadi dua, sebagai berikut :

1. Investasi langsung; dan
2. Investasi tidak langsung.

Berdasarkan beberapa pengertian dan karakteristik elemen investasi tersebut, maka investasi tidak hanya sebatas pada instrumen sekuritas yang banyak disajikan di pasar modal dan pasar uang dan juga produk derivatifnya. Investasi merupakan sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari

pengeluaran yang dilakukan untuk mendapatkan aset tertentu. Adapun asetnya bisa tidak terbatas pada aset-aset tertentu saja.

SAK ETAP paragraf 14.3 menyatakan bahwa Pada saat pengakuan awal, properti investasi diukur pada biaya perolehannya. Biaya perolehan dari properti investasi yang di beli meliputi harga pembelian dan setiap pengeluaran yang dapat di atribusikan secara langsung, seperti biaya legal dan broker, biaya pajak pengalihan dan biaya transaksi lainnya. Selanjutnya pada paragraf 14.4 dinyatakan bahwa setelah pengakuan awal, seluruh properti investasi harus diukur pada biaya perolehan dikurangi akumulasi penyusutan dan kerugian penurunan nilai.

Bisnis Waralaba

Waralaba masuk dalam kategori investasi, karena memenuhi karakteristik bahwa segala sesuatu yang didapatkan bukan untuk konsumsi, akan tetapi untuk dimasukan ke aktiva produktif berupa produk, bahan baku, merek, sistem, dan lainnya. Waralaba bisa digolongkan sebagai investasi rill karena untuk bergabung usaha waralaba harus melakukan penanaman modal kepada salah satu usaha waralaba tersebut. Salah satu yang ditawarkan oleh usaha waralaba yaitu menjual merek kepada pembeli waralaba dengan beberapa ketentuan yang sudah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Bab II tentang prospektus penawaran waralaba dan perjanjian waralaba pasal 6 ayat 1 yang menyatakan bahwa penyelenggara waralaba harus didasarkan pada perjanjian waralaba yang dibuat antara para pihak yang mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia.

Novairi, Bayu (2017:23-24) menyatakan bahwa waralaba merupakan salah satu format bisnis yang digemari karena risiko kegagalan yang lebih kecil ketimbang mendirikan sebuah bisnis baru, terutama bagi pebisnis pemula. Ada dua jenis waralaba yang sudah biasa dijalankan oleh pebisnis tanah air. Berdasarkan kriteria yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- 1) Waralaba Industrial
- 2) Waralaba Komersial

Waralaba merupakan unit bisnis yang berkembang pesat di Indonesia. Zimmerer, Scarborough didalam Arif, Anggraeni, Ayuni (2021:29) membagi waralaba menjadi tiga jenis yaitu:

1. Tradename franchising

Pewaralaba memberikan hak kepada terwalaba untuk menggunakan merek dagang dengan mentribusikan produk secara eksklusif.

2. Product distribusing franchising

Pewaralaba memberikan izin untuk mendistribusikan produk dengan jaringan distribusiselektif dn terbatas.

3. Pure franchising

Pewaralaba memberi izin terkait seluruh elemen oprasi bisnis seperti nama dagang, produk/jasa yang dijual, fasilitas fisik, metode operasi, rencana pemasaran, proses pengendalian kualitas, sistem komonikasi dua arah, dan jasa bisnis yang diperlukan.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba pasal 2 ayat 2 menyatakan bahwa Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki Ciri Khas Usaha;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif . kualitatif deskriptif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami. Penelitian ini akan menggambarkan situasi dari perspektif akuntansi waralaba atas investasi yang dilakukan oleh terwaralaba, selain itu kepemilikan aset tetap berwujud, tidak berwujud, biaya oprasional, dan pembagian bagi hasil. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Lokasi penelitian yaitu hon-hon yang ada di Jalan Raya Nyalabuh Laok dengan terwaralaba Abdullah. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Sugiono (2016) menyatakan bahwa data primer adalah sumber data yang diberikan langsung kepada pengumpul data atau peneliti. Data primer dikumpulkan oleh peneliti dalam penelitian ini berupa keterangan-keterangan yang berhubungan dengan perspektif terwaralaba atas investasi awal, oprasional, dan pembagian laba rugi. Sedangkan Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jogiyanto (2010:5) menyatakan bahwa investasi merupakan penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aktiva produktif selama periode waktu yang tertentu. Selain itu, investasi juga dinyatakan sebagai penundaan konsumsi yang dilakukan perusahaan sebagai investasi agar bisa dijual kembali ataupun dinaikan nilainya. Siamat (2004:135) menyatakan bahwa aktiva produktif adalah semua penanaman dana dalam rupiah dan valuta asing yang dimasukkan untuk penghasilan sesuai dengan fungsinya.

Pengeluaran yang dilakukan oleh terwaralaba masuk kedalam kategori investasi, karena pengeluaran yang terjadi merupakan penundaan konsumsi untuk dimasukkan ke aktiva produktif selama priode waktu yang tertentu dan agar bisa dijual kembali dan dinaikkan nilainya. Aktiva produktif yang dimaksudkan dalam kegiatan ini adalah aset yang memberi keuntungan jangka panjang berupa aset waralaba yang didapatkan dari hon-hon. Aset tersebut berupa kelengkapan penjualan produk dengan merek dagang hon-hon tersebut bisa dikategorikan sebagai investasi, karena mampu memberikan penghasilan atau keuntungan yang berkelanjutan dalam jangka waktu yang tidak terbatas. Terwaralaba bersedia untuk tidak melakukan konsumsi atas penyertaan yang dilakukannya untuk membeli waralaba tersebut sebagai sebuah upaya untuk memberikan nilai tambah atas harta yang dimilikinya.

Dari investasi yang dikorbankan oleh terwaralaba sebesar Rp 15.000.000,- akan mendapatkan satu set grobak, gelas kemasan dan bahan baku pembuatan minuman. Jika fasilitas yang didapatkan oleh terwaralaba tersebut diadakan sendiri, maka nilai grobak bisa didapatkan dengan nilai sebesar Rp. 5.000.000,-. Adapun gelas kemasan dan produk bahan baku bisa dinilai harga perolehannya sebesar Rp 2.000.000,- dengan 12 varian rasa dan kemasan atas waralaba tersebut. Terwaralaba bisa mendapatkan 12 kg varian rasa yang satuannya bisa didapatkan dengan harga Rp 150.000,-. Sementara kemasan yang bisa didapatkan adalah sebanyak 500 gelas dan bisa didapatkan dengan nilai perolehan sebesar Rp 200.000,-. Jika fasilitas yang diberikan terwaralaba tersebut dijumlahkan nilai perolehannya akan sebesar Rp 7.000.000,-. Selisih antara nilai investasi yang dilakukan oleh terwaralaba dengan nilai riil fasilitas yang didapatkan oleh terwaralaba dianggap sebagai investasi jangka panjang oleh terwaralaba dalam bentuk bisa menjual barang dengan merek tertentu yang telah terkenal di masyarakat, sehingga tidak memerlukan usaha untuk memperkenalkan merek dagangannya sebagaimana membangun sendiri bisnisnya dari awal.

Terwaralaba tetap mengakui investasi yang dilakukannya sebesar Rp 15.000.000,- sebagaimana jumlah pengeluaran yang dilakukannya kepada pewartalaba. Hal ini selaras dengan SAK ETAP paragraf 14.3 yang menyatakan bahwa pada saat pengakuan awal, properti investasi diukur pada biaya perolehannya. Biaya perolehan dari properti investasi yang dibeli meliputi harga pembelian dan setiap pengeluaran yang dapat diatribusikan secara langsung, seperti biaya legal dan broker, biaya pajak pengalihan dan biaya transaksi lainnya. Selanjutnya pada paragraf 14.4 dinyatakan bahwa setelah pengakuan awal, seluruh properti investasi harus diukur pada biaya perolehan dikurangi akumulasi penyusutan dan kerugian penurunan nilai.

Waralaba masuk dalam kategori investasi, karena memenuhi karakteristik bahwa segala sesuatu yang didapatkan bukan untuk konsumsi, akan tetapi untuk dimasukkan ke aktiva produktif berupa produk, bahan baku, merek, sistem, dan lainnya. Waralaba bisa digolongkan sebagai investasi riil karena untuk bergabung usaha waralaba harus melakukan penanaman modal kepada salah satu usaha waralaba tersebut. Salah satu yang ditawarkan oleh usaha waralaba yaitu menjual merek kepada pembeli waralaba dengan beberapa ketentuan yang sudah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Bab II tentang prospektus penawaran waralaba dan perjanjian waralaba pasal 6 ayat 1 yang menyatakan bahwa penyelenggara waralaba harus didasarkan pada perjanjian waralaba yang dibuat antara para pihak yang mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia.

Hon-hon termasuk salah satu waralaba yang ada di Madura untuk bergabung menjadi mitra waralaba tersebut setiap terwaralaba harus menginvestasikan modal sebesar Rp 15.000.000 dengan rincian terwaralaba akan mendapatkan satu set grobak, 12 varian rasa, merek, dan brand waralaba tersebut. Untuk menjadi mitra waralaba tersebut terwaralaba harus sepakat atas prosedur yang sudah ditetapkan oleh pewaralaba, seperti halnya terwaralaba harus mengeluarkan modal sebesar Rp 15.000.000 sebagai investasi awal atas investasi tersebut, dan juga terwaralaba harus menyepakati surat perjanjian sebagaimana surat perjanjian yang ada pada lampiran 1.2.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba pasal 2 ayat 2 menyatakan bahwa Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

a. Memiliki Ciri Khas Usaha

Ciri khas usaha yang dimiliki dalam bisnis waralaba dalam penelitian ini adalah ada nama produk, warna grobak dan produk yang berbeda dengan produk lainnya yang sejenis.

Waralaba minuman hon-hon tersebut memiliki ciri utama yang terdiri dari nama merek Hon Hon dan gerobak dengan warna kuning hitam, dan pink sebagaimana pada gambar 4.2. Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa mitra waralaba hon-hon memiliki ciri khas warna grobak kuning, hitam, dan pink. Hal tersebut dikarenakan setiap mitra waralaba hon-hon mendapatkan satu set grobak yang sudah dicat oleh pewaralaba. Tujuan dari warna tersebut agar ciri khas hon-hon bisa diketahui oleh halayak umum, tidak hanya itu pewaralaba memberikan grobak yang sudah di cat agar mitra waralaba tersebut sama dari mitra waralaba satu dengan yang lainnya.

b. Terbukti sudah memberikan keuntungan.

Waralaba dalam penelitian ini dimulai dari usaha mandiri oleh pewaralaba dan terbukti telah memberikan keuntungan pada pewaralaba. Atas dasar pengalaman pribadinya tersebut, maka pewaralaba berusaha mengembangkan usahanya dengan konsep waralaba dengan mengajak terwaralaba baru. Dengan adanya keuntungan pada terwaralaba, maka bisnis waralaba ini semakin berkembang sehingga memiliki beberapa terwaralaba baru.

Sustainability pewaralaba sebagai salah satu indikator dalam menilai potensi keuntungan telah dibuktikan dengan bisnis tersebut telah berpengalaman paling sedikit 5 (lima) tahun dan telah mempunyai kiat bisnis untuk mengatasi permasalahan usaha. Bahkan salah satu terwaralabanya yang berada di Nyalabuh Laok telah berhasil mendapatkan balik modal setelah 4 bulan beroperasi.

c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis

Salah standarisasi yang diterapkan oleh pewaralaba adalah bahwa terwaralaba harus membeli bahan baku pada pewaralaba dan mendapatkan pelatihan oleh pewaralaba agar terdapat standar pelayanan dan produk yang sama. Kesepakatan-kesepakatan tersebut memang tidak dilakukan secara tertulis, namun begitu, sampai saat ini terwaralaba dan pewaralaba tidak pernah bersengketa. Waralaba minuman hon-hon memiliki standarisasi layanan berupa Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan Dan Pemantauan Lingkungan Hidup (SPPL) No. Induk berusaha (NIB) : 2709210007319 sebagaimana lampiran 1.1.

d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan.

Pewaralaba dalam hal ini memberikan pelatihan dan konsultasi kepada terwaralaba baru dalam menjalankan usaha dan juga ketika menghadapi masalah dalam menjalankan usahanya. Proses pembuatan produk menjadi bagian keahlian yang harus sudah dikuasai oleh setiap mitra waralaba hon-hon sebelum menjalankan usahanya. Hal tersebut sebagaimana pada gambar 4.4., dimana Tn. Abdullah sebagai salah satu terwaralaba

sedang menunjukkan cara meracik boba dan nata de coco sebagaimana yang diajarkan oleh pewaralaba dalam menjamin standarisasi produknya.

e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan

Pewaralaba memberikan dukungan penuh dengan memberikan pelatihan dan konsultasi gratis terhadap terwaralaba. Bentuk dukungan yang berkesinambungan dalam waralaba minuman hon-hon tersebut adalah dalam bentuk pelatihan pembuatan boba, dan meracik minuman hon-hon sampai semua terwaralaba bisa. Sebagaimana gambar 4.3 Terwaralaba sudah mengikuti pelatihan yang diberikan oleh pewaralaba

f. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar

Hak kekayaan yang dimiliki oleh pewaralaba adalah merek dan produk yang ditandai dengan sertifikat dengan NIB 2709210007319 atas nama Febri Ardiansyah dengan bidang usaha perdagangan eceran minuman tidak beralkohol.

Selanjutnya Saragih dalam Anjani (2012) menyatakan bahwa investor dapat melakukan investasi pada berbagai jenis aset baik aset riil ataupun aset finansial. Berdasarkan kondisi tersebut, investasi atas waralaba minuman hon-hon tersebut terkategori masuk dalam kategori investasi aset riil, karena dilakukan dengan menggunakan aset yang terlihat yaitu barang-barang produktif untuk investasi yang dapat dikelola dan memiliki wujud tertentu. Waralaba minuman hon-hon terkategori sebagai investasi yang bersifat jangka panjang karena kesepakatan kerjasama waralabanya tidak dinyatakan dalam Batasan waktu tertentu.

Anjani (2012) menyatakan bahwa investasi digolongkan antara lain sebagai berikut:

1. Investasi jangka panjang

Investasi jangka panjang adalah investasi dalam bentuk saham, obligasi, tanah, dan bentuk lain yang dimiliki investor dalam jangka waktu lebih dari satu tahun. Investasi dalam harta tetap berwujud yang saat ini digunakan dalam spekulasi seperti tanah yang ditahan untuk spekulasi. Investasi yang disisihkan untuk dana khusus, seperti dana pelunasan, dana pensiun atau dana yang digunakan untuk perluasan pabrik, dan nilai penyerahan kas dari asuransi jiwa. Investasi dalam anak perusahaan yang tidak dikonsolidasi.

2. Investasi jangka pendek

Investasi jangka pendek adalah investasi dalam bentuk surat-surat berharga yang dimiliki investor dalam jangka waktu yang relatif pendek.

Waralaba tergolong investasi jangka panjang karena jangka waktu atas investasi tersebut tidak terbatas selama produk waralaba masih laku terjual dipasaran. Selain itu, aset yang didapatkan dari pewaralaba yang berupa satu set grobak dan kelengkapannya bisa digunakan untuk jangka waktu lebih dari satu periode akuntansi. Tidak adanya jangka waktu kerjasama tersebut ditemukan pada tidak adanya masa berakhirnya kerjasama pada kontrak Kerjasama antara pewaralaba dengan terwaralaba. Pewaralaba memberikan kebebasan penuh pada terwaralaba untuk mengelola usahanya sendiri. Jika terwaralaba masih ingin menggunakan merek dan produk waralaba, maka kesepakatan tetap dilanjutkan dengan cara terwaralaba membeli bahan baku pada pewaralaba.

Dalam unit bisnis waralaba setiap terwaralaba baru harus mengajukan surat permohonan untuk menjadi mitra waralaba sebagaimana lampiran 1.3 dalam waralaba setiap terwaralaba baru diadakan pelatihan seperti pembuatan boba, peracikan produk agar cita rasa dari produk sama antara terwaralaba baru dengan terwaralaba lainnya. Pelatihan ini dilakukan oleh pewaralaba menjamin standarisasi produk waralaba yang akan dikelola oleh terwaralabanya.

Niki dalam Krisanti (2012) menyatakan investasi merupakan pengorbanan dari beberapa nilai sekarang (certain present value), untuk nilai masa datang (future value) yang belum bisa dijamin kepastiannya (possibly uncertain). Jogiyanto (2010:7) menyatakan bahwa macam-macam investasi dibagi menjadi dua, sebagai berikut :

1. Investasi langsung; dan

2. Investasi tidak langsung.

Bisnis waralaba tergolong investasi langsung karena setiap terwaralaba harus menginvestasikan modal sejumlah satuan tertentu diawal periode kerjasama untuk bisa menjadi mitra waralaba. Hal ini harus dilakukan oleh setiap terwaralaba karena investasi tersebut merupakan modal awal untuk mendapatkan grobak, produk, dan bahan baku. Selain itu juga penyertaan nilai awal tersebut untuk mendapatkan hak dalam menggunakan merek dagang dan formula produk dari terwaralaba.

Adapun perlakuan akuntansi atas aset yang didapatkan dari penyertaan investasi pasca penyertaan awalnya adalah biaya perolehan dikurangi akumulasi penyusutan dan kerugian penurunan nilai (SAK ETAP paragraf 14.4.). Berdasarkan pernyataan tersebut, maka ilustrasi jurnalnya adalah sebagai berikut:

Investasi Waralaba (D)	Rp 15.000.000,-
Kas (K)	Rp 15.000.000,-

Biaya perolehan terwaralaba sebesar Rp. 15.000.000,- bisa diidentifikasi nilai pasarnya dengan rincian Rp 12.000.000,- untuk grobak dan Rp 3.000.000 untuk produk dan bahan baku. Selain itu gerobak tersebut bisa diidentifikasi memiliki masa manfaat selama 5 tahun. Produk dan bahan baku digunakan untuk satu kali pembelian (satu paket) yang dapat digunakan oleh terwaralaba untuk satu bulan. Untuk pengadaan bahan baku produk berikutnya dapat dilakukan dengan cara pengadaan sesuai dengan kebutuhan terwaralaba.

Terwaralaba tidak melakukan pemisahan atas perolehan aset investasi yang diperolehnya dari pewaralaba. Nilai investasinya tersebut diakui secara lump sum sebagaimana nilai Rp 15.000.000,- tersebut diakui sebagai investasi. Selain itu investasi tersebut dianggap sebagai aset produktif untuk tahap awal dan kemudian pengadaan bahan baku selanjutnya diakui sebagai persediaan barang dagangan.

Biaya penyusutan atas perolehan aset tersebut dilakukan dengan membagi biaya perolehan aset dengan masa manfaatnya yang bisa disimulasikan sebagai berikut:

$Rp12.000.000,-/5 = Rp 2.400.000,-$

Terwaralaba dalam penelitian ini menganggap bahwa biaya perolehan aset sebesar Rp. 15.000.000 dan tidak memperhitungkan biaya penyusutan. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, terwaralaba menyatakan telah balik modal setelah 4 bulan melakukan penjualan. Terwaralaba hanya melakukan perhitungan jumlah pendapatan yang diperoleh dikurangi dengan jumlah biaya perolehan. Konsep tersebut lebih kepada konsep margin tanpa memperhitungkan nilai ekonomis aset tetap yang dimilikinya.

Terwaralaba masih memiliki aset berupa gerobak yang tidak diperhitungkan sebagai bagian dari elemen dalam memperhitungkan laba. Dalam hal ini terwaralaba tidak memperhitungkan akumulasi penyusutan dan kerugian penurunan nilai. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Paranoan (2020), yang menyatakan bahwa selama ini laba seringkali hanya ditinjau berdasarkan penambahan laba materi belaka, yang diperlukan untuk menilai perubahan potensial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan.

KESIMPULAN

Merk Hon-hon yang disebarluaskan dengan sistem waralaba telah masuk kedalam sistem kerja sama waralaba sebagaimana ketentuan pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Bab II tentang prospektus penawaran waralaba dan perjanjian waralaba. Waralaba tersebut bisa didapatkan oleh mitra waralaba (terwaralaba) dengan pembelian sebesar Rp 15.000.000,-. Atas penyertaan awal tersebut, terwaralaba akan mendapatkan satu set grobak, bahan baku pembuatan produk sebanyak 12 varian rasa, merek, dan brand waralaba tersebut.

Terwaralaba mengakui penyertaan tersebut secara *lump sum*, sebagai investasi. Terwaralaba tidak memisahkan antara aset tetap, baik yang berwujud ataupun yang tidak berwujud, yang akan digunakan dalam jangka panjang dengan persediaan yang menjadi fasilitas yang diberikan pada awal kegiatan usaha. Selain itu pengakuan telah dilakukan berdasarkan nilai perolehan sebagaimana pembayaran awal yang dilakukan. Bahkan tidak ada ketentuan batas waktu yang diberikan oleh pewaralaba dalam menggunakan seperangkat kekayaan yang dimiliki oleh pewaralaba, khususnya kekayaan yang diberikan dalam perjanjian waralaba tersebut.

Hal yang menarik adalah terwaralaba akan menjadi konsumen bahan baku pewaralaba, karena segala bentuk pengelolaan atas usaha yang telah dibeli waralabanya tersebut dilakukan oleh terwaralaba. Pada Kerjasama tersebut tidak perlu dilakukan kerja sama bagi hasil usaha, karena terwaralaba akan menjadi konsumen bahan baku dan seperangkat pelengkap penjualannya yang telah dibelikan hal menjual dan menggunakan merek yang dimiliki pewaralabanya. Hal selanjutnya akan berimbas kepada pola perhitungan titik balik modalnya (*break even point*) dilakukan dengan memperhitungkan jumlah pendapatan yang dikurangi dengan jumlah biaya perolehan.

Atas dasar tersebut, konsep yang diterapkan lebih kepada konsep margin tanpa memperhitungkan nilai ekonomis aset tetap yang dimilikinya. Terwaralaba masih memiliki aset berupa gerobak yang tidak

diperhitungkan sebagai bagian dari elemen dalam memperhitungkan laba. Bahkan adanya kemungkinan perubahan atas segala bentuk instrumen dalam kegiatan penjualan barang yang nantinya akan memunculkan adanya perubahan aset waralaba yang pada merek hon hon tersebut tidak dibatasi.

Kutipan dan Referensi

- Anjani, Bella Bestharinda. (2012). *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Investasi Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bursa Efek Indonesia*. (Skripsi Sarjana, Universitas Diponegoro Semarang).
- Arif, Moh Erfan., Anggaraeni, Rila., Dan Ayuni. (2021). *Bisnis Waralaba*. UB Press.
- Awaluddin, Msrissa Vydia. (2013). Aspek Yuridis Perjanjian Waralaba Sebagai Perjanjian Khusus. *Lex Privatum*, 1(1),
- Atmoko, Dwi. (2019). Pelaksanaan Perjanjian Serta Perlindungan Hukum Praktek Bisnis Waralaba Di Indonesia. *Jurnal Krtha Bayangkara*, 13(1), 58
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2009. *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas publik (SAK ETAP)*. Jakarta : Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia
- Jogiyanto. (2010). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi*. BPFE Yogyakarta
- Krisanti, Ni Putu Rini. (2012). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Jiwa Kewirausahaan terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi dalam Pembuatan Keputusan Investasi. *PR Krisanti-E-Jurnal Akuntansi*, 7.
- Novairi., Dan Bayu. (2017) *Kaya Raya Denga Waralaba*. Yogyakarta Kata Hati
- Paranoan, Natalia. (2020). Makna Laba Bagi Pelaku Bisnis Waralaba. *E-JA*, 30(5),1336-1340.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/KEP/1997 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba
- Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba
- Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.
- Pertiwi, Indah., Widiarti, Tania Putri. (2021). Sistem Bagi Hasil Franchise Toko Kampung Putat Tangerang 1 PT. Indomarco Prismatama. *Jurnal Penelitian Implementasi Akuntansi*, 2(1), 55-59
- Rizal, Nanda Amirullah., Dan Aslami, Nuri. (2022). Analisis Studi Kelayakan Investasi Waralaba (*Franchise*). *JOSR*, 1(4), 286-287.
- Saraswati, Nandhina Ayu. (2014). Problematika Pelaksanaan Pejanjian Waralaba Dan Faktor-Faktor Yang Harus Diperhatikan Di Luar Isi Naskah Perjanjian. *Bisnis lokal. Privat Law*, 3, 67-68.
- Septiana, ETTY R., Sosilowati, ETTY. (2012). Kedudukan Tidak Seimbang Pada Perjanjian Waralaba Berkaitan Dengan Pemenuhan Kondisi Wanprestasi. *LAW REFORM*, 10 (1), 16-19
- Siamat. (2004). *Manajemen Lembaga Keuangan*. Edisi Keempat. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Sudarmiati. (2011). *Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) Di Indonesia, Peluang Usaha Dan Investasi*. (Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Disampaikan dalam Sidang Terbuka Senat Uनेversitas Negeri Malang).
- Sugiono (2016). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Christianty, R., & Wenno, M. (2022). *Manajemen Perbankan*. (H. F. Ningrum, Ed.) jakarta: UMM Press.
- Indonesia, B. E. (2021). Retrieved from *IDX Indonesia*. (online) tersedia pada : <https://www.idx.co.id/id/data-pasar/ringkasan-perdagangan/ringkasan-saham/>. (21 januari 2021)
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba*. (N. Azizah, Ed.) surabaya: Skopindo Media Pustaka.

- Irfani, A. S. (2020). *Manajemen Keuangan Dan Bisnis: Teori Dan Aplikasi*. (Bernadine, Ed.) Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moin, a. (2003). *Marger, Akuisisi dan divestasi. jilid 1*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nasir, M., & Morina, T. (2018). *Analisis perbandingan kinerja keuangan pada perusahaan sebelum dan sesudah marger dan akuisisi (studi perusahaan yang melakukan marger dan akuisisi yang terdaftar di BEI 2013-2015. ecomonic resources, 1*.
- Oktary, D. (2019). *analisis penilaian kinerja keuangan menggunakan penerapan economic value added (EVA) dan market value added (MVA) pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI priode tahun 2015--2018. integra, 9*.
- Prasetyorini, B. F. (2013). *pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. ilmu manajemen*.
- PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. (online) tersedia pada : ir.bankbis.co.id, 2024. (januari 2023).
- Santoso, W. (2021). *Pengumuman Hasil Penggabungan Usaha BSM Dan BNIS Ke BRIS Dan Perubahan Nama Menjadi PT. Bank Syariah Indonesia tbk. Otoritas Jasa Keuangan POJK NO 04/KDK.03*.
- Setiyawan, S. (2021). *Akuntansi Keuangan Lanjutan Pengukuran, Pencatatan dan Pelaporan Transaksi Khusus. jakarta: UMM Press*.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. (Ayup, Ed.) Yogyakarta: Literasi Madia.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarah, D., & Priantina, D. (2018). *Analisis kinerja keuangan, nilai perusahaan, harga saham perusahaan yang melakukan marger akuisisi tahun 2010-1014*.
- Sumarah, D., & Priantina, D. (2018). *Analisis kinerja keuangan, nilai perusahaan, harga saham perusahaan yang melakukan marger akuisisi tahun 2010-1014*.
- Sumiati, & Indrawati, N. K. (2019). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Malang: UB Press.
- Susanti, E. (2022). *Pengantar Pasar Modal Indonesia*. (Y. Welly , Ed.) Media Sains Indonesia dan Penulis.
- Wibisana, M. (2022). *Laporan Keuangan PT. Bank Syariah Indonesi Tbk. price waterhouse coopers, 1-4*.