

Makna Laba Bagi Pelaku Bisnis Waralaba

Natalia Paranoan¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia Paulus, Indonesia
Email: nparanoan2020@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah mengungkap makna laba bagi pelaku usaha dalam bisnis waralaba Big Bananas. Fenomena bisnis waralaba di Indonesia semakin meningkat yang sebelumnya dikuasai oleh bisnis waralaba dari luar negeri. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dan satu orang informan kunci untuk mengungkap secara mendalam makna laba dalam bisnis waralaba Big Bananas. Hasil penelitian ini menunjukkan 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. Padahal laba juga mengenai konsekuensi lain atas penyelenggaraan perusahaan bisnis, seperti pertanggungjawaban setinggi-tingginya terhadap lingkungan alam di sekitar bisnis itu dijalankan, termasuk terkait aspek sumber daya karyawan, aspek kepemimpinan, serta aspek persaingan dalam dunia bisnis. Maka makna laba bagi pemilik adalah laba materi, laba kepuasan dan laba sosial.

Kata Kunci: Makna Laba; Waralaba; Laba Materi; Laba Kepuasan; Laba Sosial.

The Meaning of Profit for Franchise Business Players

ABSTRACT

The purpose of the study is to uncover the meaning of profits for businesses in the Big Bananas franchise. The phenomenon of franchise business in Indonesia is increasing which was previously dominated by foreign franchise businesses. The study uses qualitative research methods and one key person to uncover profits in the Big Banana franchise business. The results of this study indicate that so far earnings have only been reviewed based on mere earnings material. While profits are also about other contributions from the conduct of business enterprises, such as the highest level of responsibility for the natural environment around the business, including those related to company resources, leadership aspects, and competition aspects in the business world. Then, the meaning of profit for the owner is material profit, satisfaction profit, and social profit.

Keywords: *The Meaning Of Profit; Franchise; Material Profit; Satisfaction Profit; Social Profit.*



E-JA
e-Jurnal Akuntansi
e-ISSN 2302-8556

Vol. 30 No. 5
Denpasar, Mei 2020
Hal. 1329-1343

Artikel Masuk:
3 April 2020

Tanggal Diterima:
24 Mei 2020

PENDAHULUAN

Pengertian laba secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biaya dalam jangka waktu tertentu. Laba adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban jika pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih (Simamora, 2000) Laba merupakan selisih pendapatan dan keuntungan setelah dikurangi beban dan kerugian. Laba merupakan salah satu pengukur aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan atas dasar akuntansi akrual (Subramanyan, 2003). Berdasarkan definisi di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Laba adalah selisih antara seluruh pendapatan (*revenue*) dan beban (*expense*) yang terjadi dalam suatu periode.

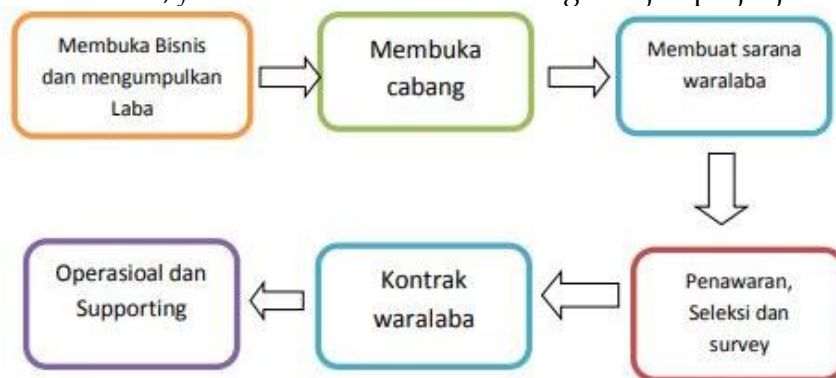
Keuntungan seringkali dianggap sama dengan laba. Di mata masyarakat, laba yang dimaksud oleh keuntungan biasanya dilihat dari kenaikan kemakmuran (Aditantra, 2011), Riduwan (2013). Perubahan profil, kepemilikan dan kemewahan dianggap sebagai sebuah keuntungan. Konsep laba akuntansi sebenarnya berasal dari konsep laba ekonomi yang dikembangkan oleh ahli ekonomi klasik, menurut Safitri sebagaimana dikutip dalam (Sari, 2010). Fisher, sebagaimana dikutip oleh Belkaoui (2000) mendefinisikan laba ekonomi sebagai rangkaian kejadian yang berhubungan dengan kondisi yang berbeda, yaitu laba kepuasan batin, laba sesungguhnya dan laba uang. Laba kepuasan batin adalah laba yang muncul dari konsumsi seseorang sesungguhnya atas barang dan jasa yang menghasilkan kesenangan batin dan kepuasan atas keinginan di mana laba ini tidak diukur secara langsung, tetapi dapat diproyeksikan oleh laba sesungguhnya. Laba sesungguhnya adalah pernyataan atas kejadian yang meningkatkan kesenangan batin, dimana ukuran laba ini adalah biaya hidup. Untuk laba uang, diartikan bahwa laba ini menunjukkan semua uang yang diterima yang digunakan untuk konsumsi guna membiayai hidup. "Laba" seringkali pula disebut dalam banyak bahasa. Namun, dalam penerjemahannya, biasanya banyak kata yang memiliki arti yang sama sehingga pengertian terhadap kata tersebut menjadi ambigu.

Revenue merupakan pendapatan yang diperoleh suatu organisasi baik dari kegiatan operasionalnya maupun dari kegiatan diluar operasional perusahaan. Agar tidak membingungkan, kita juga sering mendengar istilah *profit* dan *earnings* yang sering kita artikan sebagai laba juga. *Earnings* menurut Suwardjono (2005), lebih bermakna sebagai laba yang diakumulasi selama beberapa periode sehingga *earnings* digunakan untuk menunjuk laba periode. *Profit* lebih mengarah pada pengertian awal laba, yaitu keuntungan. Melihat perbedaan bahasa tentang "laba" maka hubungan antara "laba" dan "keuntungan" semakin terlihat jelas. Berdasarkan perbedaan tersebut, pendekatan "keuntungan" terhadap "laba" lebih tampak dalam bentuk "*profit*". Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya, dalam dunia akuntansi, "Laba" bermakna pula sebagai sebuah "keuntungan". Melihat hubungan ini, maka dapat diartikan bahwa salah satu arti dari "laba" adalah keuntungan.

Dalam kerjasama (*Partnership*) suatu usaha tentulah bertujuan pada pembagian keuntungan (*profit sharing*), definisi *profit sharing* ialah prinsip bagi untung hasil usaha di antara para pihak (mitra) dalam suatu bentuk usaha kerja sama yang dihitung dari pendapatan setelah dikurangi biaya (*cost*) pengelolaan dana. Sehingga dapat dikatakan bahwa konsekuensi yang timbul dari sebuah

usaha tersebut yaitu keuntungan dan kerugian ditanggung bersama. Keuntungan harus dikuantifikasi nilai/jumlahnya. Hal tersebut untuk mempertegas dasar kontrak agar tidak mengarah pada perbedaan dan sengketa pada waktu alokasi keuntungan dan penghentian. Jika para mitra mengatakan bahwa “keuntungan akan dibagi di antara kita” maka dalam hal ini, keuntungan akan dialokasikan menurut saham masing-masing modal.

Terdapat tiga elemen penting yang menjadi bagian utama sistem bisnis waralaba, yaitu: a) *Franchisor*, yaitu pemilik atau produsen barang atau jasa yang telah memiliki merek tertentu serta memberikan atau menlisensikan hak eksklusif kepada pihak lain sebagai bagian dari strategi pemasaran barang dan jasa yang diproduksi. Dalam bahasa Indonesia, kata *Franchisor* sama artinya dengan kata *pewaralaba*. b) *Franchisee*, yaitu pihak yang menerima hak eksklusif dari *Franchisor* untuk mengembangkan merek usahanya di beberapa wilayah. Dalam bahasa Indonesia, kata *Franchisee* sama artinya dengan kata *terwaralaba*. c) *Franchise*, yaitu sistem dan cara-cara bisnis itu sendiri, ini merupakan pengetahuan atau spesifikasi usaha dari *Franchisees* yang dijual kepada *franchisee*, dalam suatu perjanjian waralaba, *franchise* berkedudukan sebagai objek perjanjian.



Gambar 1. Tahapan Bisnis Menjual Sistem Francaise

Sumber: Data Penelitian, 2020

Waralaba adalah salah satu bentuk usaha kerjasama antara dua orang atau lebih, di mana pemilik usaha atau biasa disebut *franchisor* memberikan hak berupa penggunaan logo, simbol, sistem atau persyaratan yang lain kepada pemberi waralaba atau *franchisee* untuk digunakan sebagai pedoman dalam proses berbisnis. Hak ini diberikan jika pihak *franchisee* membayarkan sejumlah biaya kepada pemilik usaha sebagai ganti atas “peminjaman” HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) yang telah didaftarkan pada pemerintah terkait. Istilah waralaba berakar dari sejarah praktek bisnis di Eropa. Dimana para tuan tanah diberikan oleh para raja hak untuk memanfaatkan tanah tersebut untuk dikemudian membayarkan sejumlah upeti atau pajak kepada kerajaan atas tanah yang digunakan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Sistem tersebut menyerupai royalti, atau yang kini disebut waralaba.

Pada tahun 1980 hingga 1990 sistem ini mulai masuk ke Indonesia dengan masuknya nama perusahaan asing seperti Mc Donald, KFC dan lain sebagainya. Pada tahun 1998 Indonesia mengalami krisis moneter yang mengakibatkan merosotnya jumlah perusahaan asing yang melakukan *franchise* di Indonesia

karena turunnya nilai mata uang saat itu. Pertumbuhan waralaba asing di Indonesia pada tahun 1998 - 2000 tercatat minus 86%. Tahun 2003 kondisi ekonomi dan politik mulai stabil dan usaha *franchise* mulai kembali berkembang. Di Indonesia sendiri tercatat ada 698 waralaba dengan jumlah gerai 24.400 yang terdiri dari 63% waralaba lokal serta 37% mancanegara dengan omzet mencapai Rp 172 triliun.

AFI (Asosiasi Franchise Indonesia) kemudian didirikan atas inisiatif perusahaan pemberi waralaba yang fungsinya untuk pusat informasi waralaba, memberikan masukan kepada pemerintah untuk UKM menjadi usaha-usaha waralaba, dan menjadi tempat bagi pebisnis waralaba untuk meningkatkan usaha, profesionalisme serta kode etik. Bagi penerima waralaba, organisasi ini berfungsi untuk memberikan informasi mengenai perusahaan waralaba yang memang dapat direkomendasikan untuk menanamkan modalnya ditempat tersebut supaya tidak tertipu dengan "kedok" bisnis waralaba (Stanley, 2016).

Franchise dikatakan salah satu sistem bisnis yang sangat menguntungkan saat ini, selain untuk meminimalisir resiko kegagalan usaha juga dapat menghemat biaya, tenaga dan waktu. Dengan adanya *franchise* maka akan mendapatkan dukungan dan panduan dari pemilik usaha dan sudah memiliki merek usaha yang dikenal oleh masyarakat. Pengembangan usaha dengan model *franchise* dapat mendorong berkembangnya spesialisasi dan modernisasi usaha tradisional, menumbuhkan kreativitas dalam mengembangkan berusaha, sehingga pada gilirannya akan membuka akses pasar yang luas bagi Indonesia itu sendiri.

Waralaba menjanjikan keuntungan yang besar. Salah satu bisnis waralaba yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis waralaba makanan dan minuman, bisnis ini mudah mendapat pelanggan karena setiap orang membutuhkannya. Menariknya bisnis waralaba yang sebelumnya dimiliki oleh investor asing dengan merek-merek luar negeri seperti KFC, CFC, Pizza Hut kini dilakukan oleh masyarakat Indonesia sendiri. Pemilik Kebab Turki yang dilakukan oleh pengusaha muda asal Surabaya dan di Makassar sendiri memiliki Big Bananas, brand lokal yang berdiri sejak September 2017 dan sangat diminati masyarakat Makassar dimiliki oleh wanita muda kelahiran Makassar. Waralaba ini menjual jenis makanan berupa pisang dengan aneka topping yang sangat digemari masyarakat Makassar. Saat ini Big Bananas memiliki 16 cabang yang tersebar di wilayah Makassar, penelitian ini dilakukan di Cabang BTP Makassar.

Penelitian mengenai laba sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian Blasi *et al* (2016) menganalisis keterkaitan antara metode insentif kelompok kompensasi (kepemilikan karyawan berbasis luas, pembagian laba dan opsi saham), praktik ketenagakerjaan, penilaian pekerja terhadap budaya tempat kerja, pergantian dan kinerja perusahaan di perusahaan Amerika. Penelitian Torslov *et al* (2020) menunjukkan bahwa afiliasi perusahaan multinasional asing adalah urutan besarnya lebih menguntungkan daripada perusahaan lokal di negara-negara pajak rendah. Sebaliknya, afiliasi perusahaan multinasional asing kurang menguntungkan dibandingkan perusahaan lokal di negara-negara dengan pajak tinggi. Penelitian mengenai bisnis waralaba telah

dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya antara lain penelitian Stanley (2016) yang meneliti usaha waralaba makanan di Semarang; Rusli (2015) tentang perjanjian kontrak waralaba pada Alfamart; Rahman (2015) meneliti di Restoran Ayam Bakar Wong Solo tentang kemitraan dalam sudut pandang Islam; serta Firdawati (2011) meneliti perjanjian Waralaba menurut Hukum Islam.

Sedangkan penelitian tentang makna laba dilakukan oleh Bandhaso, *et al.* (2019), yang melakukan penelitian pada para penenun di Mamasa; Mursy dan Rosidi (2013) melakukan penelitian pada sebuah rumah sakit dan menemukan bahwa laba dimaknai secara abstrak, Purnamasari dan Triyuwono (2010) melakukan penelitian pada sekolah yayasan, menemukan bahwa bentuk laba yang dimaknai sebagai laba materi; Subiyantoro dan Triyuwono (2004) menyatakan bahwa laba akuntansi hanya dipahami sebagai laba materi saja oleh manajemen karena tidak terlepas dari tekanan pihak pemilik modal yang kapitalis sehingga membentuk pola pikir diri (self) individu yang materialistik; serta penelitian Sari (2010) melakukan penelitian pada profesi dokter. Penelitian Triswiyanti *et al.* (2018) meneliti pemahaman mengenai makna laba bagi pedagang kaki lima dan penelitian Ubaidillah (2013) meneliti makna laba bagi pedagang keliling. Penelitian mengenai makna laba dalam bisnis waralaba belum pernah dilakukan. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena saat ini bisnis waralaba semakin diminati banyak usahawan di Indonesia. Pemaknaan laba dari sudut pandang pelaku bisnis waralaba di Makassar, belum tentu "keuntungan" berarti sebagai "laba". Pemaknaan dari sudut pandang yang berbeda inilah yang ingin diungkap dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, masalah penelitian ini adalah mengungkap makna laba bagi pelaku usaha dalam bisnis waralaba Big Bananas. Adapun tujuan penelitian yaitu mengungkap maknalahabagi pelaku usaha dalam bisnis waralaba Big Bananas.

Kegunaan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis: aspek teoritis, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai bisnis waralaba pada sektor makanan dengan mengungkap makna laba, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian mendatang, serta aspek praktis, bagi perusahaan, dapat menambah wawasan mengenai bisnis waralaba pada sektor makanan sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna keuntungan bagi pemilik usaha dalam bisnis waralaba Big Bananas dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Bungin, 2010; Gunawan 2013).

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yaitu suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks dunia nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan di mana multi sumber dimanfaatkan. Dalam penelitian ini studi kasus dilakukan untuk mengungkap makna laba bagi pelaku usaha waralaba Big Bananas.

Penelitian ini dilakukan di bisnis waralaba Big Bananas Cabang BTP Makassar. Penelitian dilakukan pada bisnis waralaba ini karena merupakan salah satu waralaba yang terbilang baru tetapi mempunyai omzet besar dan outlet yang sudah menyebar di wilayah Makassar dan beberapa daerah di Sulawesi Selatan.

Informan penelitian ini adalah orang yang melakukan kegiatan bisnis waralaba Big Bananas Cabang BTP Makassar dalam hal ini adalah pemilik bisnis tersebut. Sesuai dengan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan sangat penting dan diperlukan secara optimal. Peneliti merupakan instrumen kunci dalam menangkap makna dan sekaligus sebagai alat pengumpul data. Dalam hal ini peneliti merupakan *human instrument* yaitu berperan aktif dan secara langsung mengamati dan mewawancarai informan penelitian, maka dalam penelitian ini peneliti langsung hadir di lokasi penelitian untuk melakukan wawancara, melakukan observasi (mengamati) subjek dan informan penelitian (Moleong, 2010; Sugiyono, 2010).

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data diperoleh. Penggunaan berbagai sumber data pada penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mendapatkan data yang terperinci dan komprehensif yang menyangkut objek yang diteliti. Sumber data utama atau primer dari penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, sebaliknya adalah kata tambahan seperti dokumen, literasi, dan lain-lain adalah sumber data sekunder.

Sumber Data Primer merupakan sumber data utama. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dan dapat diartikan sebagai data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan. Sumber data bisa dicatat melalui catatan tertulis, rekaman, atau pengambilan foto. Data ini diperoleh langsung dari Big Bananas Cabang BTP. Selain itu, peneliti juga akan mencari informasi terkait pembagian keuntungan terhadap pihak *franchisee* dengan mewawancarai langsung pihak yang terkait. Hal tersebut dilakukan agar mendapatkan jawaban dari informan yang berhubungan dengan pembagian keuntungan terhadap mitra dan makna laba bagi pelaku bisnis waralaba.

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah. Untuk memenuhi data yang dipergunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode sebagai berikut: 1) Observasi (pengamatan), yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Teknik pelaksanaan observasi ini dapat dilakukan secara langsung yaitu pengamat berada langsung bersama objek yang diteliti. Teknik ini berguna untuk mengetahui secara jelas terhadap pembagian keuntungan waralaba dan makna laba bagi pemilik waralaba. 2) *Deep Interview* (Wawancara mendalam), adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Sesuai jenis rancangan yang digunakan dalam penelitian ini, yakni studi kasus, maka

pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu yang bersifat lebih luwes dan terbuka serta lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur karena dalam melakukan wawancara dilakukan secara alamiah untuk menggali ide dan gagasan informan secara terbuka dan tidak menggunakan pedoman wawancara. Wawancara mendalam dilakukan secara terus menerus agar diperoleh data yang sah yang digali sehingga tercapai tujuan dari penelitian ini. 3) Dokumentasi, merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Metode dokumentasi untuk pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari data-data mengenai hal atau variable yang berkaitan dengan subyek maupun obyek penelitian berupa dokumen yang berada di lembaga tempat dilakukannya penelitian. Dokumentasi merupakan sumber sekunder yang bersifat umum. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari lembaga yang diteliti yaitu Waralaba Big Bananas Cabang BTP Makassar yang bersangkutan.

Dalam rangka memperoleh kesimpulan yang tepat dan objektif, diperlukan kredibilitas data. Kredibilitas data dimaksudkan untuk membuktikan bahwa apa yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan kenyataan apa yang ada dalam *setting*. Untuk memenuhi keabsahan data tentang makna laba bagi pelaku bisnis waralaba digunakan tiga macam teknik pengecekan sebagai berikut: a) *Triangulation*, data yang diperoleh dibandingkan, diuji dan diseleksi keabsahannya. Pertama menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan perolehan data pada teknik yang berbeda dalam fenomena yang sama. Kedua menggunakan triangulasi metode yaitu membandingkan perolehan data dari teknik pengumpulan data yang sama dengan sumber yang berbeda. Hal ini peneliti lakukan untuk membandingkan data hasil pengamatan, hasil wawancara, dan hasil dari data dokumen yang terkait. b) *Member check*, peneliti berupaya melibatkan sebagian informan atau responden untuk mengkonfirmasi data serta interpretasinya. Data yang diperoleh dikomunikasikan kembali kepada sumber data yaitu para penerima *franchise* menjadi informan guna memperoleh pengabsahan kebenaran, ketepatan dan keobjektifan data tersebut. c) *Peer debriefing*, data yang dikumpulkan didiskusikan dengan pihak-pihak yang berkompeten dalam rangka memelihara kredibilitas data.

Analisis data adalah rangkaian kegiatan, penelaah, pengelompokan, sistematis, verifikasi data agar sebuah data memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah. Analisis ini dilakukan setelah data yang diperoleh dari sampel melalui instrumen yang dipilih dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan Teknik Analisis Miles dan Huberman (2014) yaitu: a) Pengumpulan data, yaitu data dikumpulkan dari lapangan melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Observasi diperlukan untuk mengetahui dan memahami kegiatan pemilik waralaba berkaitan dengan wawancara yang dilakukan. b) Reduksi data, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian, dan penyerdehanaan data kasar yang muncul dan catatan tertulis di lapangan. Reduksi data ini merupakan bentuk dari analisis yang menajamkan, menyaranakan, membuang yang tidak perlu, dan mengumpulkan data dengan cara serupa sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. c) Penyajian Data, yaitu penyajian sekumpulan suatu informasi

yang telah tersusun dan memungkinkan adanya suatu kesimpulan yang ditarik dan pengambilan suatu tindakan. Sehingga peneliti akan memahami apa yang telah terjadi dan bagaimana ia bertindak. d) Penarikan Kesimpulan, yaitu langkah akhir dari sebuah penelitian dalam menganalisis suatu data atau informasi saat pengumpulan data dan setelah data terkumpul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Big Bananas adalah salah satu bisnis waralaba yang didirikan oleh perempuan muda asal Makassar INL pada bulan September 2017. Big Bananas menjual produk berupa cemilan pisang yang merupakan sumber pendapatan perusahaan. Pada saat awal bisnis ini berdiri Big Bananas dipromosikan melalui sosial media instagram. Seiring dengan perkembangan usaha ini, pemiliknya kemudian membuka dua outlet yang beroperasi di Jalan Andi Djemma dan jalan Urip Sumoharjo yang kemudian berkembang menjadi beberapa outlet di berbagai wilayah di kota Makassar dan di luar kota Makassar. Outlet Big Bananas yang terdapat di Makassar sebanyak 16 outlet. Sedangkan outlet Big Bananas yang terdapat di luar Makassar adalah di Kabupaten Rappang, Galesong, Palopo, Polewali, Soppeng, Toraja Utara, Pangkep, Mamuju, Kendari, Gorontalo, Ternate, Sorowako, Ambon, dan Jayapura.

Outlet-outlet yang ada di luar kota Makassar saat ini dioperasikan dengan sistem waralaba/franchise yaitu pemilik Big Bananas bekerja sama dengan berbagai pihak yang diikat oleh perjanjian kerjasama untuk mengembangkan perusahaan dengan beberapa aturan yang mengikat. Dalam hal promosi, Big Bananas menggunakan sosial media berupa Go Food, Go Bis, dan Instagram sebagai media utama promosi online dan memudahkan pembeli untuk memperoleh produk ini dengan berbagai promo menarik.

Big Bananas memiliki visi sebagai berikut: "Menjadi Perusahaan nasional yang dapat meningkatkan kualitas hidup konsumen dan mitra usahanya sebagai tempat yang aman dan menyenangkan serta sekolah kewirausahaan bagi para pekerjanya sehingga dapat bersama-sama berperan dalam meningkatkan ekonomi bangsa."

Adapun Misi Big Bananas sebagai berikut: 1). Memberikan pelayanan terbaik serta menyajikan produk yang berkualitas namun terjangkau kepada para konsumen, 2). Memberikan pelayanan serta pembinaan wirausaha yang terbaik kepada para mitra sehingga menjadikan Big Bananas usaha yang dapat diandalkan bagi masa depan, 3) Menumbuhkan rasa kepedulian rasa memiliki serta minat wirausaha kepada pekerja sehingga dapat membentuk karyawan yang mandiri, 4) Melakukan pengembangan dan inovasi secara periodic terhadap kegiatan usaha yang ada ataupun menciptakan jenis usaha baru dalam rangka memajukan ekonomi bangsa.

Informan penelitian. ini adalah INL, yang merupakan pendiri/pemilik bisnis waralaba Big Bananas. Pendapatan merupakan suatu aspek terpenting dalam perusahaan, baik itu yang berasal dari kegiatan operasional perusahaan maupun yang berasal dari luar perusahaan. Berikut ini adalah sumber pendapatan yang diperoleh dari Big Bananas. Pemilik bisnis Waralaba Big Bananas memiliki 16 outlet di Makassar yang langsung dikelola sendiri. Penjualan produk harian Big Bananas merupakan sumber pendapatan yang diperoleh dari

hasil penjualan sehari-hari kepada konsumen. Omset penjualan setiap outlet adalah Rp 5.000.000 hingga Rp 7 000.000 per hari. Menurut INL selaku pemilik dari Big Bananas: "Saat ini outlet BB sudah menapai 16 outlet di Makassar yang langsung saya kelola sendiri di mana sumber pendapatan sebagian besar dari penjualan sehari-hari. Kalau outlet di luar Makassar ditangani oleh francisee sendiri. Saya hanya mengontrol kualitas produk. Pada umumnya omset penjualan setiap outlet berkisar 5 juta-7 juta per bulan."

Pendapatan ini merupakan pendapatan pokok atau utama perusahaan. Pendapatan ini terjadi berulang-ulang selama kegiatan perusahaan masih terus berlangsung.

Pemilik juga menjual franchise bagi pelaku bisnis di luar Makassar. Adapun *Franchise* yang dijual adalah sebesar Rp 25.000.000 (dua puluh lima juta rupiah) di mana harga ini sudah termasuk paket *Starter Pack* yang berisi kompor, peralatan dan perlengkapan masak, *dos* produk, dan bahan-bahan untuk pembuatan produk misalnya minyak goreng, pisang, tepung roti, tepung kanji, dan berbagai varian rasa. Untuk sistem pencatatan waralaba sendiri berdasarkan hasil wawancara dengan INL mengatakan bahwa: "Setiap cabang ada karyawan yang tangani pencatatan penjualan, pemasukan dan pengeluaran sehari-hari tetapi saya tetap kontrol. Setelah toko tutup saya terima rekap pencatatan penjualan sehari-hari. Lalu laporan harian itu saya rekap lagi untuk laporan laba rugi di akhir bulan sehingga saya tau bulan ini penjualan naik atau turun. Beban yang saya keluarkan untuk *stater pack* waralabanya ya saya akui di biaya, untuk laporannya saya tidak pisahkan pendapatan baik itu hasil penjualan sehari-hari dengan penjualan franchise jadi saya gabung setelah menerima bukti transfer karena kebanyakan pembelian franchise melalui transfer baru saya akui, begitu juga dengan biaya persediaannya, kalau untuk pencatatan persediaan seluruh cabang yang saya pegang Cuma satu sumber dari pusat. Jadi setiap bulan saya terima mentahan biaya-biaya untuk keperluan persediaan dari masing-masing cabang, kalau untuk gaji pegawai dan seluruh keperluan operasional tetap masih diatas kendali saya, kalau untuk biaya-biaya tidak terduga seperti ada kerusakan di kantor cabang tetap di catat dalam bentuk biaya".

Pendapatan dari penjualan waralaba ini juga termasuk pendapatan dari kegiatan operasional karena Big Bananas juga memfokuskan perusahaan agar lebih dikenal oleh masyarakat luas serta dapat dinikmati oleh masyarakat luas di dalam maupun di luar kota Makassar dengan cara memfranchisekan produk beserta mereknya.

Dalam menjalankan bisnisnya pemilik Big Bananas memiliki ikatan kerjasama dengan francise yang tersebar di luar wilayah Makassar untuk melakukan pembelian bahan dari Big Bananas pusat yang berpusat di jalan Andi Djemma Makassar. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas dan rasa produk agar tidak menyimpang dari asalnya. Penjualan bahan produk ini juga merupakan sumber pendapatan dari perusahaan.

Menurut INL, "Untuk persediaan keluar daerah yang sistem penjualan franchisanya beli-pisah, tidak ada pencatatan khusus untuk itu, hanya saja tetap tanggal dan jumlah persediaan dicatat oleh admin persediaan setiap pembelian untuk fungsi kontrol dan menghindari penyimpangan perjanjian."

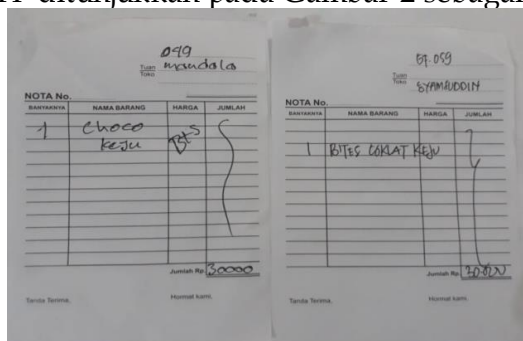
Sehubungan dengan sumber pendapatan yang diperoleh perusahaan informan INL mengatakan: “Yang penting saya tau bahwa apa yang saya jalankan ini menguntungkan karena kita buat usaha pasti untuk mencari keuntungan, semua hasil penjualan dan pendapatan saya catat sesuai yang saya pahami, karena kebetulan saya yang mengontrol seluruh proses keuangan dan manajemennya”.

Berdasarkan pemaparan dari informan di atas selaku pengelola keuangan dan pemilik dari Big Bananas dapat disimpulkan bahwa untuk pencatatan Akuntansi Big Bananas menggunakan sistem pencatatan yang digunakan ialah pencatatan berdasarkan dengan yang dipahami pemilik yang dicatat dalam bentuk laporan laba rugi.

Dengan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa belum ada sistem pencatatan yang khusus untuk penjualan waralaba karena transaksi yang belum terlalu banyak sehingga pencatatannya masih memungkinkan untuk di gabung dengan pencatatan penjualan harian. Seperti halnya dengan biaya baik itu biaya produksi, biaya operasional serta biaya-biaya lainnya diakui menjadi biaya, kemudian pencatatan yang dilakukan untuk pendapatan sehari-hari maupun biaya dalam penjualan waralaba dimulai dari pencatatan beban biaya untuk *package* atau alat dan bahan pertama untuk calon pembeli waralaba, kemudian pendapatan di akui setelah menerima bukti pembayaran.

Adapun terkait format pencatatan dan penyusunan laporan keuangan yang dilakukan untuk perusahaan adalah bukti transaksi, dinyatakan dalam bentuk dokumen, sebagai berikut: 1) Laporan tanda terima barang masuk yang merupakan suatu dokumen yang berisi tentang bahan yang telah diterima oleh bagian persediaan dan siap disalurkan ke cabang untuk diolah sesuai permintaan pelanggan, 2) Nota yaitu bukti pembayaran secara tunai atau *cash* yang dibuat oleh perusahaan kepada pembeli. Setelah *closing* nota-nota tersebut akan di kumpuldan direkap di dalam suatu buku yang akan di laporkan setiap harinya.

Adapun contoh nota penjualan harian sederhana yang digunakan Big Bananas Cabang BTP ditunjukkan pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Nota Penjualan Harian Big Bananas Cabang BTP

Sumber: Data Penelitian, 2020

Laba merupakan sebuah kata yang sangat diharapkan manusia dalam berbisnis. Setiap individu, terutama bagi mereka yang mempunyai suatu usaha, tentu menginginkan laba. Tetapi seringkali mereka hanya memaknai laba sebatas “keuntungan” belaka. Laba hanyalah pengurangan pendapatan terhadap biaya.

Sekedar kelebihan pemasukan dibanding dengan pengeluaran. Tetapi makna laba tidak sesempit itu, laba tidak sekedar laba akuntansi (Purnamasari, Triyuwono, 2010).

Pemilik Big Bananas mengakui bahwa bisnis yang telah ia bangun sejak September 2017 bukan hal yang mudah. Jika sekarang dalam kurun waktu dua tahun ia mampu mengembangkan menjadi 16 outlet miliknya sendiri yang langsung dikelola sendiri, serta puluhan outlet lainnya yang tersebar di daerah merupakan francise merupakan hasil kerja kerasnya selama ini. Francise ini dijual dengan harga Rp 25.000.000 termasuk *starter pack* yang berisi kompor, peralatan dan perlengkapan masak, dos produk, dan bahan-bahan untuk pembuatan produk misalnya minyak goreng, pisang, tepung roti, tepung kanji, dan berbagai varian rasa.

Hasil pejualan dari francise itu sendiri tidak diambil oleh pemilik (*Francisor*) tetapi semuanya diambil oleh *Francisee*. Namun sesuai perjanjian, *Francisee* mengambil/membeli bahan-bahan dari *Francisor* agar kesamaan rasa dan kualitas tetap terjaga. Hingga saat ini jumlah *Francise* di daerah sebanyak 14 outlet yang tersebar di daerah Sulawesi Selatan dan Jayapura serta Ambon. *Francisor* juga wajib memberi pelatihan bagi calon *franchisee* dan karyawan yang akan bekerja di outlet Big Bananas.

Dari semua hasil ini rata-rata omset yang dicapai per hari sebesar 5 juta rupiah di setiap outlet. Omset setiap bulan dari 16 outlet Makassar saja mencapai 1,2 milyar rupiah. Ini diluar penghasilan dari pembukaan francise di daerah-daerah.

Ada satu hal yang unik yang dilakukan pengusaha muda ini yaitu ia hanya memberikan franchise kepada orang yang sudah ia kenal sebelumnya karena pengelolaan usaha ini berdasarkan kepercayaan semata. Melihat catatan keuangan bisnis ini memperoleh laba yang sangat besar.

Melalui wawancara mendalam dengan pemilik maka makna laba adalah sebagai berikut: Laba materi merupakan istilah yang paling sering didengar di zaman kapitalis ini. Perolehan laba seringkali hanya ditinjau berdasarkan penambahan laba materi belaka. Menurut tinjauan akuntansi, informasi kinerja perusahaan terutama profitabilitas, diperlukan untuk menilai perubahan potesial sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan dimasa depan. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa laba, atau disebut pula sebagai profitabilitas, merupakan salah satu tujuan dari pelaporan keuangan perusahaan yaitu sebagai informasi kinerja perusahaan.

Laba materi merupakan bentuk laba yang paling mudah dikenali dan diukur oleh suatu komunitas. Pengertian laba seperti ini memang begitu melekat. Bagi pemilik, laba materi berarti perolehan uang, peningkatan kinerja karyawan/perusahaan, dan peningkatan kesejahteraan bagi seluruh perusahaan, baik sebagai pemilik maupun francise dan para karyawannya. "Kita tidak munafik bahwa memang melakukan bisnis tujuan akhirnya adalah materi. Dengan perolehan laba yang besar tentu saja akan meningkatkan kesejahteraan buat saya sebagai pemilik dan juga bagi orang lain. Memang penghasilan yang dicapai oleh bisnis saat ini sangat besar, tetapi kita tidak boleh menutup mata pada pesaing-pesaing kita. Oleh sebab itu saya selalu memantau perolehan

pendapatan perusahaan, jika ada outlet yang mengalami penurunan, saya akan memberi promo agar penjualan naik lagi.”

Dalam Teori Kebutuhan Maslow dikatakan bahwa kebutuhan manusia tingkat tertinggi adalah *self esteem* dimana ada lima tingkat kebutuhan dasar manusia yaitu, kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan akan rasa memiliki dan kasih sayang, kebutuhan akan penghargaan serta kebutuhan akan aktualisasi diri/*self esteem*. Maslow memberi hipotesis bahwa setelah individu memuaskan kebutuhan pada tingkat terbawah, individu akan terdorong untuk mencapai kebutuhan terakhir (Sari dan Dwiarti, 2018).

Menurut informan: “Saya juga ingin membuktikan bahwa mencari uang tidak harus menjadi ASN atau bekerja kantoran, tetapi juga melakukan bisnis dengan modal yang tidak begitu besar dan olahan sederhana dapat mencapai hasil yang maksimal.”

Hal ini menunjukkan bahwa pemilik waralaba Big Bananas mempunyai dorongan dalam diri sendiri untuk membuktikan kemampuannya sebagaimana disebutkan Maslow.

Laba Sosial Wawancara dengan pemilik Big Bananas pada suatu siang. “Bisnis Big Bananas mempunyai visi dan misi untuk memajukan dan meningkatkan SDM. Selain itu bisnis waralaba mempunyai banyak keuntungan dibanding bisnis lain. Itulah kekuatan kami.”

Menurut INL dengan adanya visi/misi perusahaan antara lain meningkatkan kualitas hidup konsumen dan mitra usahanya sebagai tempat yang aman dan menyenangkan serta sekolah kewirausahaan bagi para pekerjanya sehingga dapat bersama-sama berperan dalam meningkatkan ekonomi bangsa, merupakan laba sosial.

Beberapa keunggulan dalam bisnis waralaba yang dilakukannya dalam masyarakat misalnya dapat memperluas jaringan usaha dengan cepat, menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan, meningkatkan lapangan kerja baru, mampu mempercepat alih teknologi dan meningkatkan peluang berusaha bagi Usaha Kecil Menengah (UKM), serta merupakan pilihan berwiraswasta dengan risiko yang kecil; merupakan sesuatu yang dapat dikategorikan sebagai laba, dalam hal ini laba sosial. “ Karena banyak keuntungan yang dicapai dengan membangun bisnis waralaba ini maka bagi saya merupakan suatu keuntungan sosial di mana saya dapat membantu orang lain untuk memperoleh pendapatan yang layak. Orang yang tadinya tidak tahu apa-apa mengenai bisnis dapat belajar dengan cepat karena sistem ini sederhana, dapat dilakukan semuaorang. Memang memerlukan ketekunan agar dapat mencapai target laba yang direncanakan.”

Dengan demikian bagi INL, hal ini merupakan laba sosial karena ia dapat membantu orang lain untuk menjadi lebih baik. Jadi tujuan pemilik bisnis ini bukan hanya berhasil seorang diri namun juga secara bersama-sama, meningkatkan taraf hidup masyarakat secara berkelanjutan.

Menurut Informan: “kami memberikan potongan harga kepada para rekanan kami yang membantu mengantarkan makanan. Banyaknya potongan-potongan harga bagi saya tidak masalah. Bagi saya laba bukan hanya sekedar materi, tetapi kepuasan dari berbagai aspek. Melihat kemajuan karyawan, kesejahteraan dan kepuasan karyawan dalam bekerja, memperlakukan

karyawan dengan baik, partner bisnis senang bekerja dengan kita, semua itu merupakan laba. Istilahnya saya tidak naik sendiri tetapi bersama-sama.”

Terkait dengan semua hal di atas, INL selaku pemilik bisnis Waralaba Big Bananas melalui Visi dan Misi perusahaan, berusaha merangkul semua pihak, baik itu karyawan, *franchisee*, pengantar dalam hal ini *Grab/Gojek online* yang juga merupakan rekanan bisnis, bahkan pesaing, untuk bersama berkembang untuk kemajuan bersama dan meraih masa depan yang lebih baik.

SIMPULAN

Dalam pengertian masyarakat umum laba merupakan keuntungan yang dianggap merupakan selisih lebih dari pendapatan setelah dikurangi dari biaya biaya yang telah dikeluarkan, dan ini sejalan dengan teori akuntansi, yang dimknai oleh informan adalah labba materi. Namun informan juga mempunyai pemahaman dalam memaknai laba atau keuntungan dalam artian yang lain yang merupakan kepuasan batin dan membantu sesama. Bagi pemilik makna laba adalah Laba Materi, Laba Kepuasan dan Laba Sosial. Waralaba Big Bananas melalui Visi dan Misi perusahaan, juga mencakup konsekuensi lain atas penyelenggaraan perusahaan bisnis, yakni terkait aspek sumber daya karyawan, aspek kepemimpinan, aspek lingkungan, serta aspek persaingan dalam dunia bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian, maka disarankan bahwa hendaknya bisnis waralaba Big Bananas melakukan pencatatan akuntansi dalam mengelola outlet yang semakin berkembang agar laba materi dapat dihitung secara akurat. Hal ini akan memudahkan para pengelola toko dalam menyajikan laporan. Selain itu pihak yang berkepentingan dapat memperoleh informasi mengenai perkembangan dan kondisi keuangan usaha untuk pengambilan keputusan. Di samping itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan objek yang berbeda sehingga dapat melihat perbedaan bagaimana informan memahami dan memaknai laba sehingga penelitian mengenai makna laba semakin kaya.

REFERENSI

- Aditantra I.A, D. Mu'id. (2011). Analisis Pemahaman Laba dalam Penentuan Laba Optimal (studi kasus pada Pedagang Keliling). *Skripsi tidak dipublikasikan*.
- Bandhaso, M, Tandirerung, J, Paranoan, N. (2019). Revealing The Meaning of Profit of Woven Fabric Weavers in Mellangka Padang Village, Mamasa Regency. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*. Vol. 11, Issue 8.
- Belkaoui, A.R. (2000). *Accounting Theory*. Marwata dkk. (penerjemah).Teori Akuntansi. Salemba Empat. Jakarta.
- Blasi J, R Freeman, D.Kruse. (2016). Do Broad-based Employee Ownership, Profit Sharing and Stock Options Help the Best Firms Do Even Better?. *An Internal Journal of Employment Relation*. Vol 54, Issue 1. 55-82.
- Bungin. B. (2010). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Raja Grafindo, Jakarta.

- Collins, J. (2011). *Good to Great, Why Some Companies Make The Leap and Other Don't*, Harper Collins Publisher Inc. New York.
- Firdawati, L.(2011). Perjanjian Waralaba menurut Hukum Islam, *Jurnal ASAS*, Vol.3, No.1, Januari.
- Gunawan. I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif- Teori & Praktek*. Bumi Aksara, Jakarta. 80-93
- Miles A.B. & A.M Huberman (2014). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Sage Publications.
- Moleong, L.J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mursy A.L. dan Rosidi. (2013). Sentuhan Rasa di balik Makna Laba. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. Vol. 4. No. 2, hal. 165-176.
- Purnamasari, D dan I. Triyuwono. (2010). Tafsir Hermeneutikan Intensiolisme atas Laba Yayasan Pendidikan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. Vol. 1. No. 3, hal. 489-513.
- Rahman T. (2015). Sistem Bisnis Waralaba Restoran Ayam Bakar Wong Solo Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maraji :Jurnal Studi Keislaman*, Vol 1, No. 2, Maret.
- Riduwan, A. (2009). Tafsir Sosial Laba Akuntansi: Kajian Semiotika Dekonstruktif Berbasis Filsafat Jacques Derrida. *Disertasi tidak dipublikasikan*. Program Doktor Ilmu Akuntansi Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya: Malang.
- Rusli,T.(2015). " Analisis Terhadap Perjanjian Waralaba (Franchise) Usaha Toko Alfa Mart", *Jurnal Keadilan Progresif*, Vol 6 Nomor 1, Maret.
- Uripi C.R.dan W. Wijayanto. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Hubungan Bisnis Waralaba Makanan Lokal. *Anynomous*.
- Sari E. dan R. Dwiarti. (2018). Pendekatan Hierarki Abraham Maslow Pada Prestasi Kerja Karyawan PT. Madubaru (PG. Madukismo) Yogyakarta. *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*. Volume 6. No.1, hal. 58-77.
- Sari, D. P. (2010). Tarif Kentungan Bagi Profesi Dokter Dengan Pendekatan Hermeneutika Intensionalisme. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Pasar Modal*, SNA 13. Purwokerto.
- Simamora, H. (2000). *Akuntansi: Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanley. (2016). Analisis Usaha Makanan yang Dijalankan dengan Sistem Waralaba Pada Mie Pangsit ABC Di Kota Semarang. *Sripsi*. Universitas Katholik Soegiyapranata.
- Subiantoro, E.B. dan I.Triyuwono. (2004). *Lab Humanis: Tafsir Sosial atas Konsep Laba dengan Pendekatan Hermeneutika*, Bayumedia Publishing. Malang.
- Suwardjono. (2005). *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*, BPFE. Yogyakarta.
- Torslov T, Wier L, Zucman G. (2020). The Missing Profits of Nations. *The National Bureau of Economic Research*. NBER Working Paper Series. Cambridge MA.

- Tiswiyanti W, Desriyanto, dan R.Y. Sari. 2018. Pemahaman Makna Laba dan Penentuan Laba Bagi Pedagang Kaki Lima (Depan Kampus Universitas Jambi Mendalo) *Jurnal Unsika*. Vol. 3 No. 02.
- Ubaidillah. A., S. Mulyani, D.E. Effendi. (2013). Makna Keuntungan bagi pedagang Kaki Lima (Studi pada Pedagang Kaki Lima di Bangsri Jepara), *Jurnal Akuntansi & Investasi* . Vol. 14 No. 1, halaman: 65-77.