

Kemampuan informasi akuntansi dan nonakuntansi pada “Si Pencabut Ruko Kosong”: Bertahan atau mundur?

Valensia Febrianti¹, Riesanti Edie Wijaya^{2*}, Maria Eugenia Hastuti³

^{1,2,3}Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.24123/jati.v17i1.6326>

Abstract

This research aims to explore the ability of accounting and nonaccounting information to support management decisions whether to stay or withdraw from the Mixue franchise. This research employs qualitative methods using the interpretivist paradigm, which prioritizing in-depth interpretation of data or findings to express the inside meaning explicitly by paying attention to related aspects holistically. The selected informant in this study has three Mixue franchise branches. Having access to financial and nonfinancial information is crucial for owners in making the right decisions about outlet operations. Moreover, strategic and innovative thinking plays an important role in maintaining and developing the business to survive in the market.

Keywords: Business; Franchise; Interpretivism; Mixue; Qualitative.

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan eksploratif untuk memahami lebih dalam tentang kemampuan informasi akuntansi dan nonakuntansi dalam mendukung keputusan manajemen tentang apakah akan tetap bertahan atau mundur dari franchise Mixue. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan paradigma interpretivisme, yang mengutamakan aspek interpretasi data atau temuan secara mendalam untuk mengungkapkan suatu makna yang terkandung secara eksplisit, dengan memperhatikan aspek yang terkait secara holistik. Narasumber yang dipilih memiliki tiga cabang franchise Mixue. Bagi pemilik, adanya informasi keuangan dan nonkeuangan sangat penting untuk mengoperasikan outlet dan membuat keputusan yang tepat. Selain itu, pemikiran strategis dan inovatif memainkan peran yang sangat penting dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis agar tetap bertahan di pasar.

Kata kunci: Bisnis; Interpretivisme; Kualitatif; Mixue; Waralaba

Riwayat artikel

Artikel masuk : 31 Desember 2023
Artikel direvisi : 25 Januari 2024
Artikel diterima : 4 Februari 2024

*Email korespondensi: riesanti@staff.ubaya.ac.id
Febrianti, V., Wijaya, R.E., & Hastuti, M.E. (2024). Kemampuan informasi akuntansi dan nonakuntansi pada “Si Pencabut Ruko Kosong”: Bertahan atau mundur? *Akuntansi dan Teknologi Informasi*, 17(1), 92-108.
<https://doi.org/10.24123/jati.v17i1.6326>

PENDAHULUAN

Bisnis adalah hal yang banyak dilakukan oleh orang-orang dalam mendapatkan suatu keuntungan atau profit yang diharapkan. Bisnis yang dijalankan tidak hanya berasal dari nol saja, melainkan juga terdapat cara lain untuk dapat membangun sebuah bisnis, yaitu dengan *franchise*. *Franchise* merupakan sebuah model bisnis yang banyak digunakan juga di berbagai dunia secara internasional (González-Márquez et al., 2023). Keberadaan waralaba sangat berperan penting bagi negara karena kemampuannya dalam memperkuat pondasi perkembangan perekonomian pada 49 negara maju dan berkembang (Lanchimba et al., 2021). Bisnis *franchise* memiliki *franchisor* yang merupakan pihak yang memberikan izin atas bisnis yang dimiliki. *Franchisor* tentunya akan memberikan dukungan kepada *franchisee* sebagai bentuk upaya dalam membantu mengembangkan bisnis untuk dapat beroperasi dengan stabil dan mengalami perkembangan dengan baik (Lee & Choi, 2023). Selain itu, Kementerian Perdagangan (2022) menyatakan bahwa bisnis *franchise* memiliki nilai kontribusi yang cukup besar dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia dan bisa menembus pasar internasional yang dapat mencapai sebesar 5,72% pada kuartal III tahun 2022.

Banyak orang beranggapan bahwa menjalankan bisnis di sektor *food and beverage* hanya memerhatikan pengelolaan produk yang disajikan dan pelayanan yang terbaik sehingga mengabaikan pada pengelolaan keuangan. Namun, menjalankan bisnis yang sukses, penting untuk tidak hanya memberikan produk dan pelayanan yang berkualitas, melainkan juga memerhatikan manajemen keuangan dengan menerapkan pembukuan atau akuntansi yang benar dan baik (Mussa et al., 2023). Menerapkan sistem keuangan atau pembukuan yang baik melibatkan proses memperkirakan dan menganalisis pendapatan, arus kas, persediaan, dan laporan keuangan untuk menilai kinerja bisnis tersebut (Mussa et al., 2023). Selain itu, penerapan akuntansi yang tepat juga memungkinkan pengolahan informasi secara efektif dan efisien untuk dapat menghasilkan sebuah informasi dalam menunjang operasional bisnis (Mussa et al., 2023). Rahman et al. (2022) juga menyatakan bahwa setiap bisnis yang dibangun harus memiliki sistem pengelolaan informasi akuntansi yang terstruktur dan jelas agar dapat menghasilkan pencatatan dan informasi yang berkualitas dan terorganisir, terutama bisnis *franchise* yang akan menghadapi tantangan khusus seperti risiko pemilihan *franchise*, penipuan, kejenuhan pasar, biaya yang tinggi, dan *royalty*. Menurut Seno et al. (2021), ekonomi yang memasuki dunia modern menggunakan sistem pajak untuk menegakkan kebijakan dan mendorong berbagai aktivitas yang selaras dengan kebijakan pemerintah. Pajak merupakan alat yang fundamental untuk mengelola pendapatan.

Terdapat salah satu usaha dari Tiongkok yang telah sukses sejak 1997. Nama “Mixue” berasal dari bahasa Mandarin. “Mi” berarti “madu” yang diambil dari kata “feng mi” dan “tian mi” yang berarti manis, sedangkan “Xue” berarti “salju”, sehingga menggambarkan “salju yang manis seperti madu” (Qothrunnada, 2023). Usaha ini berfokus pada penjualan es krim dan teh. Kesuksesan Mixue menginspirasi pemiliknya untuk membuka bisnis *franchise* pada 2008, yang kemudian memasuki pasar Indonesia pada 2020 dan menciptakan tren di kalangan masyarakat Indonesia dengan harga yang relatif murah dengan porsi yang terbilang cukup banyak, mulai dari Rp8.000 hingga Rp22.000, termasuk PPN (Nashrullah, 2023). Hal ini membuat produk Mixue menjadi diminati masyarakat dari berbagai kalangan.

Sebanyak 90% bahan baku Mixue dikirim langsung dari pusat, yang berarti diimpor dari Tiongkok untuk menjaga standar kualitas dan cita rasa produk agar konsisten dan tidak mengubah komponen produk (Ahmad, 2022). Mixue semakin populer dan dikenal oleh banyak orang, sehingga membuat orang penasaran untuk mencoba produknya, dan membuat semakin banyak *franchise* Mixue yang tersebar di berbagai kota, mulai dari kota besar hingga kota kecil. Bahkan, dalam satu kota, seringkali ditemukan lebih dari dua gerai Mixue yang jaraknya hampir berdekatan (Widayani, 2023). Oleh karena itu, Mixue dijuluki “Si Pencabut Ruko Kosong” karena di mana terdapat ruko yang kosong, di situlah *franchise* Mixue dibangun. Hal ini cukup membuktikan bahwa Mixue sangat digemari oleh banyak orang (Astika, 2023). Perkembangan Mixue di seluruh dunia telah mencapai 22.276 gerai, yang tersebar di negara-negara, seperti Tiongkok, Jepang, Korea, Filipina, Thailand, Vietnam, Singapura, Malaysia, dan Indonesia (Wijayanti, 2023). Sementara itu, di Indonesia, Mixue telah berkembang hingga mencapai 317 gerai dengan pendapatan mencapai Rp57,2 miliar dan laba bersih sebesar Rp5,04 miliar (Wijayanti, 2023). Dengan seiring berkembangnya *franchise* Mixue, Mixue menduduki peringkat kelima dengan gerai terbanyak dan terbesar di dunia dalam industri *food and beverage* pada tahun 2022 (Annur, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa Mixue telah menjadi *franchise* terbuka secara global dan mulai bersaing dalam industri *food and beverage*. Mixue juga telah memasuki industri *franchise* di Indonesia, yang membantu laju pertumbuhan ekonomi dan keterbukaan lapangan kerja.

Nyatanya dalam membangun sebuah *franchise* Mixue dapat dikatakan tidak murah, karena harga pembukaan franchise-nya mencapai sekitar Rp300 juta (Laras, 2022). Serta dalam mengelola bisnisnya, juga diperlukan sebuah strategi dan pengalaman yang luas dalam menjalankan bisnis karena banyak persaingan yang akan dihadapi. Biaya tersebut tidak masuk dalam biaya penyewaan bangunan yang nantinya akan dipilih menjadi tempat berdirinya

franchise Mixue tersebut. Modal dalam membangun sebuah bisnis memerlukan biaya yang tidak sedikit, terlebih dengan adanya berbagai pungutan pajak di Indonesia, seperti pajak sewa atas bangunan dan tanah, pajak usaha, pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai, dan sebagainya.

Terdapat beberapa standarisasi tempat operasional Mixue, yaitu luas bersih minimal 25 m², lebar muka 3,7 meter, dan tinggi plafon minimal 1,7 meter, serta terdapat sumber air bersih dan daya listrik 33.000 watt (Ira, 2023). Biaya ini tentunya cukup tinggi untuk membangun *franchise* yang hanya menjual makanan dan es krim. Hal ini membuat banyak orang mempertanyakan sistem akuntansi dalam pengelolaan bisnis Mixue, terlebih lagi produk Mixue dijual dengan harga yang relatif murah, padahal terdapat pajak impor yang dikenakan pada bahan baku yang diperoleh dari Tiongkok, biaya operasional, dan gaji karyawan.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pembahasan mengenai informasi keuangan pada kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini, khususnya pada persaingan antara para *franchisee* Mixue. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kemampuan informasi akuntansi dan nonakuntansi dalam memengaruhi keputusan *franchisee* Mixue.

TELAAH TEORETIS

Ketahanan Franchise

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba (2019) Pasal 1 Ayat 1, *franchise* adalah hak khusus yang dimiliki perseorangan atau badan usaha tertentu yang memiliki ciri khas usaha tersendiri dalam rangka mempromosikan barang atau jasa dan memberikan manfaat banyak orang sesuai dengan perjanjian yang telah ditentukan. Hal ini membuat calon *franchise* yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan apapun menjadi sangat penting dalam memulai bisnisnya untuk dapat lebih mudah dan cepat menghadapi persaingan pasar (Lee & Choi, 2023). Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba (2019) Pasal 2 Ayat 2 menyatakan bahwa terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh calon pebisnis dalam mendirikan *franchise*, yaitu memiliki suatu ciri khas usaha, memberikan bukti bahwa mampu memberikan keuntungan, memiliki standar pelayanan dan produk atau jasa yang ditawarkan secara tertulis, mudah untuk diaplikasikan, memiliki dukungan yang berkelanjutan, memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar, serta melakukan pengajuan

Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) yang diterbitkan oleh lembaga *Online Single Submission* (OSS) atas nama menteri, bupati, ataupun walikota.

Menjalankan sebuah bisnis *franchise* perlu adanya konsistensi yang kompeten dalam melakukan sebuah ketahanan yang menjadi salah satu sumber daya yang penting dalam mengatasi kondisi persaingan (Lee & Choi, 2023). Bisnis *franchise* yang bertahan lama adalah bisnis yang mampu menjalankan strateginya dengan menyoroti pentingnya dalam menargetkan pangsa pasar dan menilai peluang potensi yang dilakukan secara sistematis (González-Márquez et al., 2023). Maka dari itu, pemahaman untuk membangun sebuah ketahanan bisnis yang kuat adalah salah satu kunci utama dalam menghadapi berbagai peristiwa yang tidak terduga ataupun situasi negatif dalam persaingan bisnis (Lee & Choi, 2023). Pebisnis yang tangguh dalam menjalankan sebuah *franchise*, ditambah dengan adanya bantuan dan dukungan dari *franchisor*, akan cenderung lebih mampu mempertahankan dan memaknai bisnis yang dijalani (Lee & Choi, 2023).

Informasi Akuntansi dan Keuangan

Menurut Coronel & Morris (2014), informasi merupakan sebuah data mentah yang diproses untuk memberikan hasil data yang memiliki suatu makna tertentu. Informasi merupakan suatu hasil dari pengelolaan data dan fakta yang memiliki keterkaitan untuk membantu dalam mengambil sebuah keputusan yang akurat dan valid (Mussa et al., 2023). Sementara itu, akuntansi merupakan suatu aktivitas ekonomi dalam melakukan proses pencatatan, pengidentifikasian, dan pengkomunikasian kepada pihak penting yang berkaitan (Kieso et al., 2020). Kieso et al. (2020) menjelaskan bahwa informasi akuntansi *franchise* juga harus mencakup analisis biaya yang mencakup biaya produksi, biaya operasional, dan biaya *overhead*.

Informasi keuangan menjadi salah satu aspek informasi yang digunakan untuk membantu pengumpulan, penganalisisan, dan pengelolaan keuangan perusahaan secara efektif (O'Regan, 2015). Dengan begitu, sistem informasi keuangan menjadi kunci utama dalam mengontrol dan mengelola keuangan bisnis perusahaan.

Informasi Non-Akuntansi dan Non-Keuangan

Menurut Weygandt et al. (2018), non akuntansi merujuk pada bidang lain yang berkaitan dengan pengambilan sebuah keputusan manajerial dan operasional, seperti manajemen strategis, manajemen sumber daya manusia, manajemen kualitas, dan manajemen rantai pasokan. Aspek nonakuntansi tidak terkait langsung dengan pengukuran, pelaporan, dan

analisis keuangan, serta memiliki variasi yang dapat disesuaikan dengan konteks dan pihak pengguna (Louwers et al., 2014).

Informasi non keuangan merupakan suatu informasi yang berkaitan dengan segala bentuk aktivitas yang sedang berlangsung dan disampaikan secara nyata (relevan), sehingga informasi tersebut dapat disampaikan secara lengkap dan menyeluruh kepada suatu pihak untuk dapat membantu seorang investor dalam mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan selama proses operasional berlangsung (Kartikahadi et al., 2019). Segala bentuk pemikiran strategi dari pihak manajemen dalam mencapai sebuah tujuan akan diikuti dengan pencatatn laporan keuangan. Laporan keuangan memiliki nilai guna yang membantu para investor atau pengguna untuk memahami secara menyeluruh kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan serangkaian pengelolaan manajemen dan mengatasi berbagai risiko yang terjadi (Gunawan & Tin, 2018).

METODE

Penelitian ini menggunakan basis *basic research* dengan pendekatan kualitatif yang berfokus pada informasi akuntansi dan nonakuntansi dalam bisnis *franchise* Mixue. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kemampuan informasi akuntansi dan non-akuntansi dalam pembuatan keputusan mitra Mixue untuk terus mempertahankan bisnis waralaba tersebut. Paradigma interpretif merupakan pengumpulan data bersifat kualitatif yang rinci sehingga memperoleh sebuah pemahaman yang mendalam mengenai makna dari kasus yang dipilih (Neuman, 2014).

Situs penelitian merupakan lokasi dari objek yang dipilih yang digunakan peneliti untuk mendapatkan suatu informasi dan data yang dibutuhkan dalam pemenuhan isu yang dibahas. Objek yang dimaksud oleh peneliti, yaitu salah satu gerai *franchise* Mixue di Kota Sidoarjo. Gerai ini berlokasi di Jalan Untung Surapati Nomor 21, tepatnya di sebelah *store* Vapeboss.

Pemilihan informan yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* merupakan metode pengambilan sampel dengan menggunakan teknik analogi bola salju yang kecil yang kemudian menjadi lebih besar ketika berguling di atas salju lainnya (Neuman, 2014). Dengan kata lain, pengambilan sampel dilakukan secara bertahap. Sedangkan menurut Tracy (2019), *snowball sampling* merupakan metode dilakukannya identifikasi kepada peserta yang telah disesuaikan dengan kriteria yang kemudian digunakan sebagai bahan penelitian. Dalam penelitian ini, gerai *franchise* Mixue yang dipilih oleh peneliti didirikan dan dijalankan dengan menggunakan penanaman modal

bersama dari beberapa pemilik. Informan yang dipilih oleh peneliti adalah pemilik dari Mixue tersebut dan manajer.

Perolehan data dilakukan oleh peneliti untuk menunjukkan hasil yang menjadi penemuan dari objek yang diteliti, serta menguji keakuratan atau teori yang digunakan dengan menggunakan metode wawancara dengan *semi-structured*, dokumentasi, dan observasi (Patton, 2014). Selanjutnya, metode analisis data kualitatif melibatkan pembelajaran mendalam tentang data melalui pencarian dan pengorganisasian tema, makna, dan konstruksi sosial yang muncul dari wawancara, observasi, atau materi teks lainnya yang bertujuan untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan konteks sosial yang terkait dengan fenomena yang diteliti. Tabel 1 menggambarkan bagaimana peneliti melakukan justifikasi terkait dengan perolehan data dari wawancara. Adapun peneliti juga mencermati beberapa dokumentasi yang dilakukan perusahaan, seperti *form* setor harian, pencatatan *inventory*, pencatatan akhir bulan, dan pencatatan gaji karyawan.

Tabel 1. Metode Analisis Wawancara

Partisipan	Aspek Praktis	Kriteria	Tema Wawancara
Salah satu pemilik dan manajer dari <i>franchise</i> Mixue Untung Surapati.	Dua partisipan dengan waktu kurang lebih dua jam per hari.	Mengetahui pertahanan dari <i>franchise</i> Mixue dan praktik sistem informasi akuntansi dan nonakuntansi yang dilakukan oleh Mixue.	1. Praktik pertahanan Mixue. 2. Praktik dari pelaporan informasi akuntansi Mixue. 3. Praktik dari penerapan pelaporan informasi <i>non</i> -akuntansi Mixue.

Dalam penelitian ini, diperlukan sumber informan yang nyata dan akurat terkait dengan isu bisnis *franchise* Mixue. Dengan begitu, peneliti memerlukan narasumber yang berkaitan langsung dengan topik yang dibahas agar dapat menjawab pertanyaan dan memperoleh informasi yang valid. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan tidak adanya perbedaan persepsi yang terjadi antara satu dengan yang lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mixue Untung Surapati telah mendaftarkan dirinya pada Google. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk strategi bisnis agar memudahkan orang untuk menemukan dan mengetahui keberadaan dari gerai Mixue tersebut. Gerai Mixue Untung Surapati ini merupakan cabang kedua dari pemiliknya. Pada awalnya, pemilik membuka *franchise* Mixue di Dharmawangsa kawasan Kota Surabaya. Setelah melihat potensi dan mengalami

perkembangan yang sangat baik, pemilik membuka cabang kedua dan ketiga yang berlokasi di Kabupaten Sidoarjo yaitu di Jalan Untung Surapati dan Sukodono. Pemilihan tempat pada Mixue tersebut didasarkan pada lokasi tempat yang cukup strategis sehingga mendorong banyak orang untuk datang ke gerai tersebut.

Pada dasarnya, Mixue merupakan bisnis *food and beverage* yang diminati konsumen kategori *family* dan anak-anak. Oleh karena itu, pemilihan lokasi untuk pembangunan gerai Mixue Untung Surapati ini sangat cocok dengan keberadaannya yang dekat dengan sekolah dan berada pada pusat keramaian. *Franchise* Mixue ini merupakan bisnis yang dijalankan bersama keluarga sehingga pemegang saham yang turut berinvestasi merupakan keluarga dan orang terdekat saja. Menurut pemilik gerai ini, apabila tersedia dana yang cukup untuk menutupi seluruh biaya yang diperlukan dalam keberlangsungan bisnis dan memenuhi ekspektasi dari profit yang akan diterima, maka mendirikan *franchise* Mixue adalah hal yang mudah. Akan tetapi, dalam membangun *franchise* ini, calon *franchisee* harus memenuhi seluruh persyaratan pembangunan *outlet* yang telah disepakati, seperti pemilihan *design*, pengaturan Standar Operasional Prosedur (SOP), keberlangsungan operasional, dan sebagainya.

Operasional Gerai Mixue Untung Surapati

Operasional bisnis yang dilakukan yang cukup berbeda dengan *franchise* lainnya. Bahan baku dan mesin yang digunakan harus berasal dari Mixue karena tidak diperbolehkan untuk menggunakan dari luar merek Mixue. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas, cita rasa, dan standarisasi dari setiap *outlet* Mixue. Mixue telah menyediakan suatu *platform* yang terhubung ke berbagai kota dan negara untuk pemesanan bahan baku, peralatan, dan *merchandise*. Transaksi yang dilakukan oleh gerai Mixue Untung Surapati melalui *website* tersebut menggunakan mata uang Rupiah (IDR) dikarenakan pemesanan ini dilakukan oleh cabang Mixue yang akan disambungkan dengan pusat Mixue, yang kemudian dari pusat Mixue akan dihubungkan secara langsung dengan Mixue di Tiongkok. Setelah dipesan, barang akan dikirimkan dan diambil dari gudang Mixue. Mixue telah memiliki gudang di Kabupaten Sidoarjo sehingga menjadikan proses pengiriman menjadi lebih cepat. Mixue Untung Surapati menggunakan kurir sebagai jasa pihak ketiga untuk membantu pengiriman pesanan dari gudang menuju *outlet*.

Hal utama yang perlu diperhatikan dalam membangun *franchise* ini adalah adanya ketersediaan air bersih yang digunakan dalam proses pemasakan dan pencucian peralatan yang digunakan. Yang dapat dikategorikan sebagai air bersih adalah air yang berwarna putih bening

(transparan), tidak terdapat kotoran yang menempel pada air tersebut, dan tidak berbau. Hal ini untuk menjaga kualitas dan kebersihan dari produk dan *outlet*. Sebagai bentuk dari kebersihan *outlet*, pemilik harus memastikan bahwa ruangan selalu wangi, tidak adanya sampah yang berserakan, tidak ada kotoran ataupun genangan air di lantai, dan perabotan yang tertata dengan rapi. Selain itu, pemilik juga harus memastikan bahwa peralatan yang digunakan bersih tanpa adanya kotoran yang menempel, tidak berkarat, selalu dicuci, dan diletakkan di tempat yang semestinya, serta bahan baku yang selalu terlindungi dari debu ataupun kotoran. Pemilik *franchise* juga tidak boleh memperbaiki atau mengganti mesin yang mengalami kendala secara sembarangan. Pemilik harus melapor kepada pusat Mixue untuk dilakukannya *maintenance* mesin tersebut.

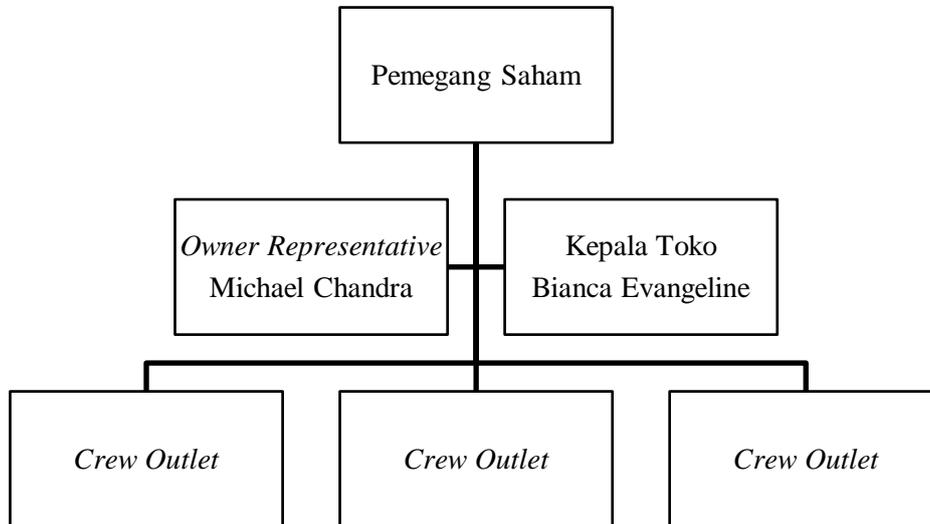
Selain produk yang perlu diperhatikan, pelayanan yang diberikan juga harus memenuhi kriteria, seperti ramah, bertanggung jawab, cekatan, sopan, teliti, dan disiplin. Setiap karyawan akan memiliki catatan dan penilaian dari atasan untuk menentukan denda dan bonus yang akan didapatkan. Inisiatif dan ide dari setiap karyawan untuk melakukan promosi juga menjadi bahan pertimbangan untuk mendapatkan poin tambahan dalam memenuhi kriteria bonus yang akan diberikan. Kriteria bonus yang dimaksudkan adalah tidak melakukan pelanggaran dalam ketentuan yang telah ditetapkan dan selalu patuh pada setiap aturan yang berlaku. Oleh karena itu, Mixue Untung Surapati sering melakukan promosi melalui pemberian *voucher* dan pembuatan konten media sosial untuk menarik perhatian *customer*.

Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat dibentuk secara formal ataupun informal. Struktur organisasi yang formal dibentuk sangat lengkap, rinci, dan mencakup pemegang saham atau pemilik bisnis. Sementara itu, struktur organisasi yang informal biasanya hanya sebatas untuk kegiatan sosial yang tidak memiliki pemegang saham. Mixue Untung Surapati memiliki struktur organisasi yang formal, tetapi tetap sederhana.

Struktur organisasi Mixue Untung Surapati hanya meliputi pemegang saham, *owner representative*, kepala toko, dan *crew outlet*. Pemegang saham Mixue hanya berasal dari keluarga dan orang terdekat saja. Pemegang saham juga melakukan kunjungan ke tempat bisnis untuk melakukan pemantauan secara mendadak untuk memastikan kondisi operasional bisnis telah berjalan dengan baik secara *real-time*. Sementara itu, *owner representative* merupakan seseorang yang ditunjuk oleh pemegang saham untuk menjadi wakil dari pemilik *franchise* untuk bekerja di lapangan dan mengontrol bisnis secara terus-menerus. Dengan kata lain, *owner representative* sama seperti pihak manajemen sehingga tanggung jawabnya cukup besar

untuk keberlangsungan bisnis. Oleh karena itu, *owner representative* dibantu oleh kepala toko untuk mengontrol *outlet* secara lebih detail dan menyeluruh karena kepala toko dapat mengawasi kinerja *crew outlet* secara langsung, serta mengatasi keluhan dan permasalahan yang terjadi di gerai.



Gambar 1. Struktur Organisasi Mixue Untung Surapati

Keberlangsungan Outlet Mixue

Merek Mixue yang telah populer ini memberikan potensi dan peluang yang cukup besar sehingga dapat menarik banyak *franchisee* untuk membuka cabang *franchise* di setiap daerahnya masing-masing. Hal tersebut juga dirasakan oleh *owner* gerai Mixue Untung Surapati yang memang merupakan seorang pebisnis di bidang *food and beverage*. *Owner* gerai Mixue Untung Surapati awalnya hanya mendirikan di kawasan Dharmawangsa, Surabaya, kemudian disusul dengan pembukaan gerai di kawasan Untung Surapati Sidoarjo dan Sukodono. Hal tersebut karena *owner* melihat prospek bisnis *franchise* Mixue yang menjanjikan dan selalu mencapai *profit* yang diharapkan bahkan melebihinya, sehingga menciptakan peluang yang besar bagi para pebisnis lainnya. Pemberian nama “Mixue Untung Surapati” menjadi sebuah *intangible asset* bagi pemilik gerai karena hanya satu individu yang memiliki nama gerai tersebut dan tidak memperbolehkan gerai lain untuk menggunakan nama yang sama. Oleh karena itu, segala bentuk media sosial yang dimiliki harus memiliki unsur nama “Mixue Untung Surapati”.

Pemikiran yang strategis dan inovatif sangat penting dan dibutuhkan untuk mempertahankan dan mengembangkan sebuah bisnis *franchise*. Mempertahankan atau bertahan yang dimaksudkan merujuk pada kemampuan untuk terus *survive* di pasar dan

mengalahkan para kompetitornya, serta menjaga kelangsungan usaha. Hal ini dianggap cukup mudah oleh pemiliknya karena pengalamannya yang luas dalam dunia *franchise*, terutama di bidang *food and beverage*, yang memberinya pengetahuan dan wawasan yang cukup luas mengenai cara mengelola dan mengatasi berbagai permasalahan bisnis.

Franchise Mixue Untung Surapati memiliki perbedaan dengan *franchise* Mixue lainnya, yaitu dalam hal kebersihan. Kebersihan menjadi hal utama di *outlet* tersebut. Dengan memprioritaskan kebersihan, pelanggan merasa lebih nyaman saat berkunjung dan kualitas bahan baku terjaga. Walaupun *franchise* Mixue lainnya juga melakukan hal yang sama, tetapi banyak orang lebih mempercayakan Mixue Untung Surapati dalam hal ini, seperti yang tercermin dari ulasan pelanggan di Google.

Pemilihan lokasi yang strategis, dekat dengan alun-alun kota, memungkinkan banyak orang yang berlibur atau berkunjung ke alun-alun kota untuk mengunjungi gerai Mixue tersebut. Selain itu, Mixue Untung Surapati juga menyediakan berbagai macam *merchandise* yang siap dibeli. Stok *merchandise* ini terkadang kurang atau tidak tersedia di beberapa *franchise* Mixue lainnya.

Keunikan lain dari gerai *franchise* ini adalah dekorasi yang selalu disesuaikan dengan perayaan hari raya sehingga menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan yang tidak ditawarkan oleh gerai-gerai lainnya. Sumber utama dalam mempertahankan bisnis *franchise* adalah uang. Pemilik dengan modal yang cukup dapat melakukan berbagai macam inovasi dan kreativitas yang dapat menarik perhatian pelanggan, seperti membuat konten di media sosial, membuat *event*, dan promosi. Kecukupan modal mencakup dana yang tersedia untuk menutupi keperluan kegiatan yang akan dilakukan.

Bentuk promosi yang diberikan tidak hanya berasal dari *franchisee* saja. *Franchisor* pun turut memberikan dorongan sebagai upaya dalam mempertahankan bisnis. Selain itu, dalam penerapannya, peningkatan pelayanan dan kualitas produk menjadi hal utama yang harus diperhatikan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk yang ditawarkan dan sistem kinerja karyawan dalam melayani *customer* karena *customer* adalah yang utama dan harus dilayani dengan sepenuh hati.

Masing-masing bisnis *franchise* memiliki target pasar yang berbeda. Mixue memiliki target konsumen yang difokuskan pada keluarga dan anak-anak dikarenakan produk yang dijual berupa es krim dan *the* disukai oleh berbagai generasi. Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang strategis, berada pada pusat keramaian dan di dekat sekolah, menjadi strategi *owner representative* Mixue Untung Surapati agar bisnisnya diketahui banyak orang. Pemilik juga

telah mendaftarkan bisnisnya di Google Maps, Gojek, ShopeeFood, dan Grab untuk memudahkan *customer* dalam menemukan lokasi *outlet*, serta melakukan pemesanan dan pengiriman jarak jauh. Hal ini dilakukan agar bisnis dapat semakin berkembang dan memenuhi permintaan pasar.

Praktik Pelaporan Akuntansi

Untuk membuka bisnis *franchise*, dibutuhkan biaya yang tidak sedikit karena bisnis yang dibangun diharapkan akan bertahan dalam jangka panjang, serta adanya biaya tambahan seperti pajak sewa bangunan. Namun dalam hal ini, Mixue Untung Surapati tidak membayar pajak sewa karena sudah ditanggung secara langsung oleh pemilik tanah atau bangunan sehingga pihak Mixue hanya membayar biaya sewa saja. Tidak hanya biaya operasional yang harus dibayarkan kepada *franchisor*, tetapi terdapat juga *management fee* yang harus dibayarkan setiap tahun yang nominalnya berbeda di setiap kota. Bahan baku dibeli dari pihak *franchisor*, mengikuti aturan yang telah dibuat. Hal ini sebenarnya menguntungkan *franchisee* karena harga bahan baku yang ditawarkan lebih murah dibandingkan harga dari pihak luar.

Produk yang ditawarkan kepada *customer* dapat tergolong murah, mulai dari Rp8.000 hingga Rp22.000 per produk, termasuk PPN, sehingga *customer* tidak perlu membayar tambahan lagi karena harga sudah *include* dengan pajak. Walaupun demikian, hasil penjualan ini telah mampu menutupi biaya operasional dan gaji karyawan, serta *fixed cost* dan *variable cost* lainnya. *Fixed cost* gerai Mixue Untung Surapati meliputi *utilities*, internet, gaji, pajak, sewa gedung, dan sebagainya. Sementara itu, yang termasuk dalam *variable cost* adalah bahan baku, *maintenance cost*, iuran kebersihan, biaya kurir, alat tulis kantor, dan sebagainya.

Sekitar 30% sampai 40% hasil penjualan Mixue Untung Surapati setiap bulan dapat menutupi *cost* penjualan. Biaya yang digolongkan *fixed cost* akan dimasukkan ke dalam modal awal, sedangkan biaya yang berasal dari tagihan bulanan akan langsung dimasukkan ke dalam pengeluaran bulanan. Sebagian pendapatan bulanan atau tahunan akan digunakan kembali untuk membeli keperluan operasional atau kebutuhan *outlet*. Sistem pencatatan laporan keuangan gerai Mixue Untung Surapati dilakukan secara sederhana. Laporan keuangan yang dihasilkan tidak selengkap laporan keuangan pada umumnya, serta tidak adanya laporan terpisah seperti laporan penyusutan. Pencatatannya hanya mencakup hal-hal seperti laporan penjualan, laporan bulanan, laporan *inventory (stock opname)*, dan laporan gaji karyawan.

Sistem pencatatan laporan keuangan dilakukan menggunakan aplikasi Microsoft Excel karena dianggap lebih praktis. Pencatatan laporan penjualan dilakukan dengan nama “Setoran Harian”. Setiap hari, pencatatan setoran harian dilakukan untuk mencatat jumlah pendapatan

harian, yang kemudian akan diakumulasikan pada akhir bulan. Setoran harian ini mencakup jumlah produk dan *merchandise* yang terjual, baik secara *online* (Grab, Gojek, dan ShopeeFood), melalui aplikasi digital (Youtap dan YUKK), maupun *on-site* (*cash* dan EDP).

Selain itu, terdapat juga pencatatan *inventory* yang dilakukan setiap harinya yang dilakukan agar kepala toko dan *owner representative* mengetahui stok bahan baku dan *merchandise outlet*. Hal tersebut dilakukan agar *outlet* tidak mengalami kehabisan stok bahan baku saat beroperasi. Setiap akhir bulan, Mixue Untung Surapati akan melakukan evaluasi untuk mengetahui profit bersih sebulan. Profit ini dapat dilihat dari seluruh produk yang terjual, baik secara *online* maupun *on-site*, yang dikurangi dengan pengeluaran selama satu bulan tersebut. Pengeluaran yang dimaksudkan adalah biaya operasional dan kurir pengiriman barang. Gaji karyawan dihitung dari gaji pokok, ditambah dengan jumlah kehadiran, dikurangi dengan denda atau sanksi masing-masing karyawan. Bonus karyawan diberikan berdasarkan omzet bulanan, biasanya sekitar Rp250.000 hingga Rp500.000. Selain itu, terdapat juga biaya manajemen, berupa gaji dari *owner representative*.

Biaya manajemen merupakan persentase profit yang telah dikurangi pengeluaran sebulan dan gaji karyawan, sehingga akan diperoleh laba bersih yang kemudian akan dibagikan kepada para pemilik sebagai dividen sesuai kepemilikan sahamnya. Sementara itu, dalam membuka sebuah gerai *franchise*, tentu terdapat *management fee* yang harus dibayar kepada pihak *franchisor*. Namun hal ini tidak dilakukan secara manual, sehingga *franchisor* dapat secara langsung melihat seluruh omzet dari masing-masing *outlet franchise*-nya. Laporan *management fee* disusun secara otomatis, dengan *franchisor* yang memiliki akses langsung untuk melihat penghasilan setiap gerai, sehingga tidak diperlukan pembuatan laporan secara khusus yang harus disetorkan kepada pihak pusat. Oleh karena itu, diperlukan pertimbangan yang matang untuk membuka bisnis *franchise*, dengan melakukan survei ke beberapa *outlet* dan melihat *customer traffic*, serta mengestimasi *customer spending*, BEP, biaya operasional, dan gaji karyawan. Setelah mempertimbangkan semuanya serta disetujui oleh pemegang saham dan *owner representative*, langkah selanjutnya adalah melakukan tindak lanjut untuk menyetujui kesepakatan bisnis. Mixue memiliki beberapa pemegang saham yang turut berinvestasi di dalamnya, tetapi dari setiap pemegang saham tersebut akan dipilih satu individu sebagai perwakilan kepemilikan bisnis, yang disebut sebagai *owner representative*.

Praktik Pelaporan Nonakuntansi

Setiap gerai Mixue diwajibkan untuk membeli bahan baku langsung dari Mixue sebagai bentuk kepatuhan terhadap persyaratan yang telah ditetapkan. Untuk memudahkan proses

pembelian bahan baku, Mixue telah menyediakan *website* yang memungkinkan tiap gerai untuk melakukan pemesanan bahan baku yang dibutuhkan. Setiap *franchisee* akan melakukan pemesanan kepada *franchisor*, sedangkan *franchisor* akan melakukan pemesanan ke pusat Mixue di Tiongkok. Mixue Untung Surapati menggunakan kurir untuk mengantarkan barang dari gudang ke *outlet*. Setelah barang yang dipesan tiba di *outlet*, akan dilakukan pendataan jumlah barang yang telah datang. Data ini kemudian dicocokkan dengan pesanan yang telah diajukan sebelumnya untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam pengiriman barang.

Bisnis *food and beverage* memerlukan inovasi untuk menciptakan produk baru dalam rangka menarik konsumen. Namun dalam *franchise* Mixue, tidak semua produk baru dapat dijual atau ditawarkan secara langsung kepada konsumen. Variasi menu yang ditawarkan selalu sama di setiap cabang agar tidak terjadi perbedaan antar gerai. Setiap peluncuran produk baru harus melalui proses perizinan dari pusat Mixue terlebih dulu. Oleh karena itu, di dalam system pengendalian dan pembuatan keputusan, diperlukan adanya pembagian tugas dan tanggung jawab di setiap jabatan, serta struktur organisasi yang jelas.

Pemilihan karyawan di setiap *outlet* tidak dilakukan secara sembarangan. Karyawan telah diberikan pelatihan oleh pusat Mixue. *Training* tidak dilakukan di *outlet* di daerah masing-masing agar setiap karyawan dapat memiliki pengetahuan dan pengalaman yang konsisten dalam menjalankan operasional Mixue. Pusat meminta agar setiap *outlet* Mixue menerapkan SOP yang telah ditetapkan, seperti penggunaan seragam, resep, dan metode pembuatan produk. Selain mematuhi SOP dari pusat, setiap gerai diperbolehkan untuk memiliki aturan tambahan sendiri untuk meningkatkan disiplin, tanggung jawab, dan kepemilikan bisnis bersama.

Setiap orang tentu saja memiliki karakter dan kepribadian yang berbeda-beda. Oleh karena itu, terdapat pencatatan khusus untuk setiap karyawan, yang digunakan untuk mencatat segala bentuk kinerja, seperti keterlambatan, ketepatan waktu, bonus, dan denda. Evaluasi akan dilakukan setiap akhir bulan. Bonus karyawan didasarkan pada omzet bulanan, sedangkan besaran gaji ditetapkan oleh masing-masing *outlet*. Mixue Untung Surapati menggunakan metode tengah, dengan *owner representative* yang melakukan survei untuk menentukan *range* gaji di setiap *outlet* untuk kemudian diambil nilai tengahnya.

Untuk mengatasi kejadian yang tiba-tiba dan tidak terduga, Mixue Untung Surapati menggunakan CCTV sebagai alat pemantauan secara *real-time*. Selain itu, terdapat grup WhatsApp dengan *crew* untuk berkomunikasi jarak jauh saat kepala toko sedang tidak ada di gerai. Hal ini juga merupakan upaya pemantauan untuk memeriksa kondisi *outlet* dengan

melampirkan laporan harian, termasuk laporan kejadian dan laporan penjualan, disertai dengan bukti yang jelas dan akurat seperti foto.

SIMPULAN

Untuk mempertahankan bisnisnya, Mixue Untung Surapati memanfaatkan peluang yang dimilikinya. Pada saat yang bersamaan, Mixue sangat digemari oleh banyak orang, terutama dengan menjual produk es krim dan the dengan harga yang terjangkau dan porsi yang besar. Pengalaman pemilik gerai Mixue Untung Surapati dalam dunia bisnis *franchise* memudahkan pengelolaan bisnis ini, didukung oleh fasilitas seperti *website* dan desain interior.

Informasi akuntansi dan nonakuntansi berpengaruh pada keputusan pemilik bisnis dalam berbagai aspek. Pertama, Mixue menawarkan bahan baku dan *merchandise* dengan harga yang lebih terjangkau untuk menjaga standar dan kualitas produk. Dengan demikian, pemilik dapat menetapkan harga jual yang terjangkau sambil tetap mempertahankan profitabilitas. Kedua, pengetahuan tentang biaya operasional yang meliputi biaya karyawan, bonus karyawan, dan *management fee* memungkinkan pemilik untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam mengelola keuangan. Selanjutnya, pemahaman terhadap target pasar, yang terutama adalah keluarga dan anak-anak, memengaruhi strategi pemasaran dan pengembangan produk Mixue untuk meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggan. Selain itu, adopsi struktur organisasi yang jelas dan penerapan SOP oleh pusat memastikan konsistensi operasional di seluruh gerai Mixue. Penerapan sistem pengendalian melalui CCTV dan grup WhatsApp memungkinkan pemilik untuk melakukan *monitoring* secara *real-time* terhadap kinerja *outlet*. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam pengumpulan data, yang perlu diperhatikan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2022). *90% Bahan Baku Mixue Diimpor dari China*. Hidayatullah.Com. <https://hidayatullah.com/berita/nasional/2022/12/31/242592/90-bahan-baku-mixue-diimpor-dari-china.html>
- Annur, C. M. (2022). *Mixue Punya Gerai Terbanyak ke-5 di Dunia, Burger King Kalah*. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/29/mixue-punya-gerai-terbanyak-ke-5-di-dunia-burger-king-kalah>
- Astika, A. (2023). *Profil Mixue, Sosok Malaikat Pencabut Ruko Kosong*. Sonora.Id. <https://www.sonora.id/read/423669890/profil-mixue-sosok-malaikat-pencabut-ruko-kosong>
- Coronel, C., & Morris, S. (2014). *Database Systems: Design, Implementation, and Management* (11



- (ed.). Boston: Cengage Learning.
- González-Márquez, R., Rosa-Díaz, I. M., Caro-González, F. J., & Galán-González, J. L. (2023). Where to internationalise and why: Country selection by restaurant franchises. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103287>
- Gunawan, J., & Tin, S. (2018). The development of corporate social responsibility in accounting research: evidence from Indonesia. *Social Responsibility Journal*, 15(3), 671–688. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0076>
- Ira, L. (2023). *Franchise Mixue: Modal, Syarat, dan Cara Daftarnya*. Bisnis Tempo. <https://bisnis.tempo.co/read/1791047/franchise-mixue-modal-syarat-dan-cara-daftarnya>
- Kartikahadi, H., Sinaga, R. U., Wahyuni, E. T., Siregar, S. V., & Syamsul, M. (2019). *Akuntansi Keuangan Berdasarkan SAK Berbasis IFRS* (3rd ed.). Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, (2019). <https://peraturan.bpk.go.id/Details/128632/permendag-no-71-tahun-2019>
- Kementerian Perdagangan. (2022). *Pembukaan Franchise License Expo Indonesia (FLEI) ke-19*. <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/pembukaan-franchise-license-expo-indonesia-flei-ke-19>
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2020). Intermediate Accounting. In *John Wiley & Sons, Inc.* (4th ed.). New York: Wiley.
- Lanchimba, C., Porras, H., Salazar, Y., & Windsperger, J. (2021). Franchising and country development: evidence from 49 countries. *International Journal of Emerging Markets*, 19(1).
- Laras, A. (2022). *Segini Perkiraan Modal Buka Gerai Es Krim Mixue, yang Lagi Viral*. Bisnis.Com. <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220811/263/1565931/segini-perkiraan-modal-buka-gerai-es-krim-mixue-yang-lagi-viral>
- Lee, J.-H., & Choi, H.-M. (2023). Sustainable restaurant franchising: Franchisor social support for franchisee resilience and intention to retain business during the COVID-19 pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54(4), 415–425. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.02.002>
- Louwers, T. J., Ramsay, R. J., Sinason, D., Strawser, J. R., & Thibodeau, J. C. (2014). *Auditing & Assurance Services*. New York: McGraw Hill.
- Mussa, N., Yuliana, Y., Ismiyar, I., Tjahjadi, E., & Munandar, A. (2023). Restaurant Accounting System Studies in Indonesia 2021-2022: A Systematic Literature Review. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting*, 4(1), 26–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.52728/ijtc.v4i1.668>
- Nashrullah, N. (2023). *MUI Tetapkan Mixue Ice Cream & Tea Halal, Termasuk di Semua Outlet-nya*. Republika Online. <https://ameera.republika.co.id/berita/rq7p5m370/mixue-dapat-sertifikat->

halal-mui-ini-menu-yang-sering-diborong-pembeli

- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Essex: Pearson Education Limited.
- O'Regan, P. (2015). *Financial Information Analysis* (3rd ed.). London: Routledge.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4 (ed.)). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Qothrunnada, K. (2023). *Kisah Sukses Pemilik Mixue, Zhang Hongchao, Intip Profilnya di Sini*. DetikFinance. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6815810/kisah-sukses-pemilik-mixue-zhang-hongchao-intip-profilnya-di-sini>
- Rahman, N. L. A., Yusuf, N. H. M., Shah, N. S. B., & Hisham, W. N. N. (2022). Determinants of Company Efficiency Performance in Franchise Industry. *International Journal of Accounting, Finance, and Business (IJAFB)*, 7(40), 116–125. <https://doi.org/10.55573/IJAFB.074011>
- Seno, R., Hashim, H. A., Taha, R., & Hamid, S. A. (2021). The influence of Hofstede's cultural dimension on tax compliance behaviour of tax practitioners. *Asian Review of Accounting*, 30(1), 77–96. <https://doi.org/10.1108/ARA-10-2020-0153>
- Tracy, S. J. (2019). *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact* (2nd ed.). New York: Wiley.
- Waluyo, T. (2020). Pemeriksaan Terhadap Wajib Pajak yang Tidak Menyampaikan SPT, Ketentuan dan Pemilihannya Sesuai SE-15/PJ/2018. *SIMPOSIUM NASIONAL KEUANGAN NEGARA*, 677–698. <https://jurnal.bppk.kemenkeu.go.id/snkn/article/view/576/307>
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2018). *Financial Accounting with International Financial Reporting Standards* (4th ed.). New York: Wiley.
- Widayani, T. A. (2023). *Gerai Ice Cream Mixue yang Menghebohkan Masyarakat Indonesia, Ada Apa Yah?* Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/tia3034/63bfe60e11a35222a407b682/gerai-ice-cream-mixue-yang-menghebohkan-masyarakat-indonesia-ada-apa-yah>
- Wijayanti, R. I. (2023). *Berapa Jumlah Gerai Mixue di Indonesia? Franchise Es Krim yang Kini Menjamur*. IDX Channel. <https://www.idxchannel.com/milenomic/berapa-jumlah-gerai-mixue-di-indonesia-franchise-es-krim-yang-kini-menjamur>