

TINJAUAN IMPLEMENTASI FAKTOR PRODUKSI ISLAM PADA FRANCHISE ES TEH INDONESIA

Siti Robiatul Adawiyah

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri

Sunan Ampel Surabaya

Email : strobiatula03@gmail.com

Sri Wigati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email : sriwigati@uinsby.ac.id

Abstrak

Es teh Indonesia merupakan salah satu perusahaan high profile dengan profit yang menjanjikan pula, baru-baru ini ramai diperbincangkan dikalangan anak muda ternyata mereka membuka bisnis berbasis kemitraan (franchise) dengan harga yang terjangkau. Dengan itu penelitian ini bertujuan meninjau ulang bagaimana implementasi faktor produksi pada franchise es teh Indonesia dalam prespektif ekonomi islam. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana prosedur produksi dan faktor produksi apa saja yang digunakan dalam menjalankan franchise es teh Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan pemdekatan deskriptif melalui pemaparan dengan landasan penelitian terdahulu. Hasil penelitian dapat ditinjau bahwa pada cabang outlet franchise es teh Indonesia telah mengimplementasikan faktor produksi yang sesuai dengan syariat islam dikuatkan dengan labelisasi halal MUI dan lulus uji BPOM. Sehingga atau tinjauan implementasi ini es teh Indonesia diektahui bahwa telah memenuhi standar konsep faktor produksi dalam islam.

Katakunci: Faktor Produksi, *Franchisor*, *Franchisee*

Abstract

Indonesian iced tea is one of the high profile companies with promising profits as well, recently it has been discussed among young people that they have opened a partnership-based business (franchise) at an affordable price. With that, this study aims to review how the implementation of production factors in the Indonesian ice tea franchise in the perspective of Islamic economics. The aim is to find out how production procedures and what production factors are used in running the Indonesian iced tea franchise. The research method used in the research is a qualitative method with a descriptive approach through exposure to the foundation of previous research. The results of the study can be reviewed that the Indonesian iced tea franchise outlet branch has implemented production factors in accordance with Islamic law reinforced by MUI halal labeling and passed the BPOM test. So that or the review of this implementation of Indonesian iced tea is known to have met the standards of the concept of production factors in Islam.

Keywords: Production Factors, *Franchisor*, *Franchisee*

A. PENDAHULUAN

Baru-baru ini bisnis franchise atau waralaba tengah marak dan ramai diperbincangkan terutama dikalangan anak muda, karena dinilai menjadi bisnis yang mudah dan tidak ribet dengan tidak perlu memikirkan merek atau strategi marketing dalam membangun branding tetapi dengan penghasilan terjamin dan minim resiko. Franchise adalah sistem bisnis dimana 1 perusahaan selaku *franchisor* yang memiliki hak merek bekerjasama dengan mitranya selaku *franchisee* dengan memberikan hak berupa perizinan untuk memakai mereknya untuk membangun suatu bisnis yang sama. Atas kerjasama resmi dengan adanya royalti/fee yang harus diberikan *franchisee* kepada *franchisor*. Keuntungan dari pengusaha dalam berbisnis franchise yaitu perkembangan bisnis yang relatif cepat, karena dengan usaha franchise kita tidak perlu lagi untuk memikirkan segi perencanaan, sistem operasi, dan strategi bisnis. Kemudian, minim branding dengan melakukan branding atau promosi secara minimal sebab bisnis waralaba di awal lebih dulu punya branding yang kuat dan mudah dikenal oleh masyarakat maka menjadi keuntungan bagi franchisee menjalankan bisnis lebih mudah. Memiliki partner bisnis yang professional dan berpengalaman, serta menjadi wadah tempat belajar bisnis dalam berbagai aspek seperti marketing, cara membentuk sistem operasional, cara mengelola keuangan dengan baik dan rapi, dan lainnya untuk kebutuhan bisnis dan pengembangan diri di masa depan.¹ Es teh Indonesia merupakan salah satu dari banyak perusahaan F&B yang membuka sistem bisnis franchise atau kemitraan yang menjadi opsi paling banyak dilirik orang. Es teh Indonesia sendiri baru didirikan ditahun 2018 oleh Haidar

¹ Salsabilah, "Potensi Franchise terhadap Investasi dan Peluang Usaha Bisnis."

Hibatullah Wurjayanto, Dihya Nur Rifqy, Aussie Aundry, serta Edwin Widya sebagai founder. Perusahaan yang memperjual-belikan aneka minuman dengan berbagai topping ini sekarang telah banyak berkembang dengan jumlah total kurang lebih 800 outlet diseluruh Indonesia.

Dengan perkembangan usaha yang sangat pesat tentu es teh Indonesia tidak lepas dari kegiatan produksi yang berjalan baik. Kegiatan produksi adalah mata rantai dari konsumsi sampai dengan distribusi. Dalam jurnal ini, penulis ingin mengkaji faktor produksi dari segi prespektif islam. Lain dengan produksi menurut prespektif konvensional, produksi dalam islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga harus mengandung nilai ibadah. Produksi secara islam, menekankan pada aspek pengoptimalan efisiensi dan keuntungan (manfaat), serta etika.² Menurut prespektif Islam aktivitas menciptakan kemakmuran dimuka bumi bagi semua makhluk merupakan suatu kewajiban. Sehubungan dengan hal tersebut, dikuatkan oleh pendapat Al Syaibani menjelaskan bahwa kerja merupakan unsur pokok dalam kehidupan demi mendukung pelaksanaan ibadah, karena hal tersebut bekerja hukumnya wajib (Syaibani 1986). Hal ini dilandasi pada dalil QS: Al-Jumu'ah ayat 10

كَثِيرًا لِلَّهِ وَأَذْكُرُوا اللَّهَ فِضْلٍ مِّنْ وَابْتَعُوا الْأَرْضَ فِي فَأَنْتَشِرُوا الصَّلَاةُ قُضِيَتْ فَإِذَا
١٠ تَفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.

Produksi adalah kegiatan dimana suatu proses menghasilkan suatu barang/mengubah suatu barang menjadi memiliki nilai kemanfaatan. Itulah mengapa produksi menjadi salah satu rukun dalam kegiatan ekonomi. Pada proses produksi, faktor produksi sebagai (input) sangat berperan terhadap kualitas produk yang dihasilkan (output). Terdapat 5 faktor dalam kegiatan produksi, meliputi faktor alam, modal, tenaga kerja/sdm, manajemen dan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apa saja dan bagaimana implementasi faktor produksi pada franchise es teh Indonesia dalam prespektif ekonomi islam.

B. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang mana peneliti terlibat langsung untuk mengumpulkan data dari objek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-analitik, yaitu penelitian yang menggambarkan secara jelas dan rinci fenomena yang menjadi pokok permasalahan tanpa melakukan hipotesa atau melakukan penghitungan secara statistik (Sudarto, 2006). Dengan sumber data yang digunakan data primer dan sekunder melalui website resmi es teh Indonesia dan literatur-literatur terdahulu dari buku, jurnal, dan internet yang terkait dengan judul dan relevansi lainnya. Literatur diakses dari basis data google cendekia, dan banyak situs lainnya, jurnal

² Febriyanni and Majid, “Analisis Faktor Produksi dalam Perspektif Islam (Studi Kasus.”

yang diambil antara lain kurun waktu publikasi kurang lebih 5 tahun dengan teori yang dibahas mengenai franchise dan faktor produksi islam.

Teknik pengumpulan data yang telah diperoleh dalam bentuk penelitian sebelumnya kemudian data tersebut dianalisis menggunakan cara berfikir induktif dengan cara meresume hasil riset dan informasi yang didapat sebelumnya, lalu mengelola menjadi data pendukung sehingga kesimpulan didasarkan pada teori empiris yang kuat. Penelitian ini mengamati tentang apa saja faktor produksi yang digunakan, teori produksi islam dan franchise dari prespektif islam.

C. HASIL

Implementasi Faktor Produksi pada Franchise Es Teh Indonesia

Es teh Indonesia merupakan perusahaan yang menjual aneka varian minuman dengan olahan dasar teh, es teh Indonesia berhasil membranding ulang nama es teh yang awalnya terdengar biasa saja dengan membawa trend baru aneka cara mengonsumsi teh. Banyak orang tertarik untuk membuka franchise es teh Indonesia karena disamping penghasilan yang signifikan, es teh memiliki target market yang luas, biaya kemitraan yang terjangkau, produk berkualitas, setelah menjadi mitra tetap dikontrol dan diawasi pihak tim handal dan profesional dan perusahaan ini termasuk high profile dengan keuntungan yang tinggi juga. Meski franchise tentu dalam proses penjualannya harus ada proses produksi dimana proses mengolah bahan baku mentah menjadi bahan jadi, tetapi untuk franchise segala bahan peralatan sudah dipersiapkan oleh perusahaan es teh Indonesia sehingga sudah terhitung bahan yang digunakan adalah bahan setengah jadi.

Kualitas Produk

Menjaga kualitas produk meski dari sektor kemitraan menjadi suatu yang harus terus dipantau dan dibenahi agar kualitas disetiap outletnya tetap terjaga. Oleh karena itu sistem kemitraan di es the Indonesia sangat terstruktur meliputi 1) Mengikuti setiap prosedur dan regulasi yang telah management pusat tetapkan 2) Melakukan comitment fee 25.000.000 yang tidak dapat dikembalikan atau dibatalkan secara sepihak. (DP Hangus) 3) Melakukan controlling dan evaluasi secara rutin dioutlet setiap harinya 4) Dapat bekerjasama secara profesional serta menjaga nama brand ES TEH INDONESIA secara baik dan bertanggung jawab. 5) Wajib menggunakan desain dan jasa kontraktor yang direkomendasikan oleh esteh indonesia untuk pembangunan outletnya. 5) Wajib membuka PO perdana raw material/bahan baku pre-opening setara 4.000 cup tanpa terkecuali.

Sumber Daya Alam (SDA)

Faktor alam merupakan faktor dasar dalam berproduksi. Alam yang dimaksud adalah bumi dan segala isinya, baik yang ada diatas permukaan bumi maupun yang terkandung di dalam bumi itu sendiri. Dalam proses produksi, semua itu dikelompokkan sebagai sumber alam yang dapat dimanfaatkan bagi kesejahteraan dan

kemakmuran seluruh umat manusia (Marthon & Sa'ad, 2004). Pada cabang franchise faktor produksi yang digunakan adalah barang setengah jadi yang disortir dari pusat, sehingga dalam jual beli para karyawan tinggal mengolah menjadi minuman siap saji. Bahan-bahannya antara lain berupa serbuk teh, cream cheese, sea salt cream, topping, susu dan lain-lain.

Sumber Daya Manusia (SDM)

Buruh/tenaga kerja bukan hanya merupakan suatu jumlah usaha atau jasa yang ditawarkan untuk dijual pada perusahaan, sehingga yang mempekerjakan buruh/karyawan/tenaga kerja mempunyai tanggung jawab moral dan sosial, sehingga dasar penetapan nilai upah yang dibayarkan harus mampu meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang bersangkutan akan tetapi tidak menghilangkan tingkat efisiensi kerja sehingga dapat menurunkan biaya produksi (Gitosudarmo, 2002) Tenaga kerja menjadi salah satu faktor produksi yang juga berperan penting dalam menjaga kualitas produk, dalam 1 outlet memiliki sekitar 4-6 karyawan yang bertugas mengoperasikan outlet. Dalam proses recruitment karyawan harus melakukan trainee selama 6 hari yang dilakukan oleh es teh Indonesia.

Modal

Meskipun tergolong kategori usaha franchise atau kemitraan, mitra es teh Indonesia diharuskan memiliki modal usaha yang cukup besar karena es the tidak menyediakan franchise berbentuk booth, sehingga untuk membuka outlet yaitu berjumlah Rp120.000.000 (License Fee (4 thn) & Equipment) belum termasuk pembangunan/renovasi.

Teknologi (Peralatan)

Peralatan yang sudah diberikan oleh pusat sesudah membayar lunas, pihak pemilik franchise mendapatkan fasilitas peralatan seperti kulkas, freezer, dispenser, water boiler, timbangan digital, towel, ice scoop, sugar jar, shaker, cup sealer dan sebagainya.

Manajemen

Dalam proses manajemennya pemilik franchise/franchisee diwajibkan untuk mengecek outlet disetiap harinya, apalagi untuk 10 hari pertama buka. Pemilik bertugas Organizing dan controlling, pengorganisasian dilakukan dengan memberikan pembagian tugas pada karyawan sesuai dengan jobdesk masing2. Sedangkan untuk pengawasan dilakukan dengan menerapkan kedisiplinan yang tinggi atas kinerjanya.setiap karyawan diwajibkan menyelesaikan pekerjaannya dengan tepat waktu dan sesuai target penjualan.

Implementasi faktor produksi dalam industri franchise es the Indonesia dalam prespektif islam

1.) Faktor sumber daya alam (SDA)

Setelah pemaparan diatas dan studi lapangan disalah satu outlet, es teh Indonesia menggunakan bahan yang baik, sehat dan premium. Bahan-bahannya bersumber dari bahan yang bersih dan halal, dibuktikan dari adanya labelisasi dari MUI dan BPOM.

2.) Faktor tenaga kerja

Dalam ekonomi islam, hakikat bekerja ada 2 yaitu mengenai kewajiban bekerja dan hak pekerja. Islam memerintahkan untuk setiap muslim melakukan pekerjaan dengan memaksimalkan potensi yang dimiliki. Islam juga mengharuskan para pengusaha/pemilik bisnis membayar gaji secara adil, tepat waktu, dan tanpa adanya unsur eksploitasi pekerja. Sebagaimana besar karyawan yang bekerja sebagai barista di es teh Indonesia adalah lulusan SMP-SMA/SMK sederajat..

3.) Faktor Modal

Dalam islam, hal permodalan menggunakan sistem kerjasama dengan skema mudharabah atau musyarakah. Dengan pendekatan kerjasama ini, Islam menyeimbangkan antara hak produsen dan hak pemilik modal, melindungi hak masing-masing, agar tercapai suatu kebaikan bersama dalam suatu aktivitas produksi. Islam menghendaki kerjasama yang dibangun, bisa saling menguntungkan tanpa merugikan salah satu pihak. Pada praktik usaha franchise ini pihak franchisee membayar secara cash kepada pihak franchisor sebelum membuka outlet sehingga dalam proses transaksinya sudah dipastikan tidak adanya unsur gharar/riba.

4.) Faktor manajemen

Dengan terbukti bahwa semakin banyaknya cabang outlet es teh Indonesia menjadikan es teh Indonesia termasuk bisnis franchise yang banyak peminat. Pihak pemilik outlet (franchisee) berhasil mempertahankan kualitas dan kepercayaan konsumen. Mulai dari tahapan perencanaan, penyiapan bahan sampai dengan proses produksi-distribusi.

D. PENUTUP /CONCLUSION

Dalam islam, yang dimaksudkan produksi adalah mewujudkan suatu barang & jasa yang digunakan tidak hanya sebagai kebutuhan fisik tetapi juga non fisik, dengan kata lain tujuan produksi tidak hanya menghasilkan suatu barang tetapi juga bertujuan memenuhi kebutuhan umat dan menciptakan mashlahah bagi banyak orang. Es the Indonesia menjadi salah satu perusahaan F&B ternama dengan high profile dan high profit, tentu dengan begitu dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang luas dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi karyawan yang bekerja disana. Faktor produksi hingga proses konsumsi yang digunakan di es teh Indonesia juga tidak bertentangan dengan apa yang sudah diatur dalam syariat islam sehingga termasuk halal. Dengan adanya penerapan bisnis, konsep produksi dan distribusi secara perspektif islam tentu membantu terciptanya kesatuan antara kegiatan ekonomi yang menghasilkan profitabilitas yang kemudian memberikan dampak baik pula bagi pelaku usaha. Kemudian peranan dari etika bisnis islam, konsep produksi dan distribusi yang dijalankan dengan baik akan memaksimalkan penghasilan profitabilitas yang memiliki tujuan untuk kepentingan kemakmuran atau kesejahteraan pedagang/wirausaha secara keseluruhan dan

timpang serta menekankan adanya keseimbangan yang adil antara pemilik usaha dan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA/REFERENCES

- Febriyanni, Rani, and M. Shabri Abd Majid. "Analisis Faktor Produksi dalam Perspektif Islam (Studi Kasus: UKM Keripik Cinta Mas Hendro)." *Jurnal EMT KITA* 7, no. 1 (January 1, 2023): 25–31. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.719>.
- Marathon, S., S. (2004). *Ekonomi Islam Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, terjemahan oleh Akhmad khrom dan Dimyauddin. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Salsabilah, Sisca Aryananta. "Potensi Franchise terhadap Investasi dan Peluang Usaha Bisnis." Preprint. Open Science Framework, January 19, 2023. <https://doi.org/10.31219/osf.io/2fras>.
- Syaibani, & M. b. (1986). *Al Iktisab Fi Al Rizq Al Mustahab*. Medan: Beirut: Dar Al Kutub Al Imiyah.
- Siti Amelia, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. "PENGARUH IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS, KONSEP PRODUKSI DAN DISTRIBUSI PADA UMKM TERHADAP PROFITABILITAS DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 1, no. 4 (January 1, 2022): 305–13. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.729>
- Reksohadiprodjo, Sukanto, Gitosudarmo, I. (1995). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta:BPFE.
- "Pemikiran Ekonomi Islam Al-Syaibani Tentang Aktivitas Produksi." *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam* 3, no. 2 (December 5, 2021). <https://doi.org/10.30596/aghniya.v3i2.7242>.