

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

#### **2.1.1 *Franchise***

Keputusan Menteri Perdagangan Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 pasal 1 menjelaskan bahwa waralaba atau *franchise* adalah sebuah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba

*Franchise* berasal dari bahasa Perancis kuno yang berarti bebas (Blake, 1996). Pada abad pertengahan *franchise* diartikan sebagai hak utama atau kebebasan (Sewu, 2004, p. 15). Sedangkan menurut Queen (1993:4-5) *franchise* adalah kegiatan pemberian lisensi dari pemegang usaha (*franchisor*) kepada pembeli merek usaha (*franchisee*) untuk berusaha dibawah nama dagang *franchisor* berdasarkan kontrak dan pembayaran royalti.

Selain pemberian hak untuk menjalankan usaha, Winarto (1995, p. 19) menjelaskan waralaba atau *franchise* dapat berupa hubungan kemitraan usaha yang kuat dan sukses dengan usahawan yang relatif baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan saling menguntungkan khususnya dalam bidang usaha penyediaan produk dan jasa langsung kepada konsumen

*European Code of Ethics for Franchising* ( Sewu, 2004, p. 5-6) memberikan definisi *franchise* sebagai berikut:

“*Franchise* adalah sistem pemasaran barang dan atau jasa dan atau teknologi, yang didasarkan pada kerjasama tertutup dan terus menerus antara pelaku-pelaku independent (maksudnya *franchisor* dan individual *franchisee*) dan terpisah baik secara legal (hukum) dan keuangan, dimana *franchisor* memberikan hak pada individual *franchisee*, dan membebankan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari *franchisor*”

PSAK no 19 mendefinisikan *franchise* sebagai Aset nonmoneter yang dapat diidentifikasi tanpa wujud fisik (contoh: piranti lunak komputer, paten, hak cipta, film, daftar pelanggan, hak pelayanan jaminan, hak memancing, kuota impor, waralaba, hubungan dengan pemasok atau pelanggan, kesetiaan pelanggan, pangsa pasar dan hak pemasaran). *Franchise* atau waralaba termasuk dalam golongan aset tidak berwujud (intangible aset) dikarenakan adanya sifat-sifat yang melekat didalam *franchise* yaitu :

1. dapat diidentifikasi
2. sifat perolehannya yang dapat diperoleh dari pihak lain, atau merupakan pengembangan internal
3. mempunyai masa manfaat yang diharapkan, dan

4. dapat dipisahkan dari keseluruhan perusahaan.

Adapun definisi yang berkembang saat ini menyarankan bahwa aset tidak berwujud dapat diklasifikasikan sesuai dengan sumber perolehannya apakah itu dari dalam (pengembangan secara internal) ataupun dari luar (melalui pembelian dari pihak lain). Dimana atas aset yang diperoleh dari dalam tidak dapat dikapitalisasikan oleh pewaralaba sehingga harus dibebankan sesuai dengan alokasi periode masa manfaat atas *franchise* tersebut berlaku. Sedangkan atas aset waralaba yang diperoleh dari luar dapat dikapitalisasikan oleh pemilik waralaba dengan mengacu kepada deskripsi penggolongan elemen dalam laporan keuangan yaitu sesuatu digolongkan sebagai aset adalah yang merupakan sesuatu yang dapat memberikan manfaat ekonomis kepada entitas di masa depan sebagai akibat dari transaksi atau kejadian masa lalu.

Dalam pengertian yang demikian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan menggunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. Kewajiban untuk mempergunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba, oleh penerima waralaba membawa akibat lebih lanjut bahwa suatu usaha waralaba adalah usaha yang mandiri yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha-usaha lainnya (milik penerima waralaba). Ini berarti pemberi waralaba menuntut eksklusivitas, dan bahkan dalam banyak hal mewajibkan terjadinya *non-competition clause* bagi penerima

waralaba, bahkan setelah perjanjian pemberian waralabanya berakhir, (Widjaja:2001) artinya penerima lisensi tidak diperkenankan untuk melaksanakan kegiatan yang sama, serupa, mirip ataupun yang secara langsung atau tidak langsung berkompetisi dengan kegiatan yang dilakukan oleh penerima lisensi dalam kaitannya dalam pemberian lisensi tersebut, baik dengan mempergunakan atau tidak mempergunakan satu atau lebih data, informasi maupun keterangan yang diperoleh dari pemberi lisensi.

Dari informasi diatas dapat disimpulkan bahwa Akuntansi *franchise* adalah sistem akuntansi yang memberikan informasi mengenai aktivitas ekonomi usaha *franchise* diantaranya penggunaan metode akuntansi, operasional perusahaan, kondisi keuangan dan manajerial perusahaan kepada *franchisor* dan *franchisee* yang berguna dalam pengambilan keputusan ekonomi

#### **2.1.1.1 Jenis *Franchise***

Waralaba luar negeri, cenderung lebih disukai karena sistemnya lebih jelas, merek sudah diterima diberbagai dunia, dan dirasakan lebih bergengsi. Waralaba dalam negeri, juga menjadi salah satu pilihan investasi untuk orang-orang yang ingin cepat menjadi pengusaha tetapi tidak memiliki pengetahuan cukup piranti awal dan kelanjutan usaha ini yang disediakan oleh pemilik waralaba. Secara umum, sistem pewaralabaan (*franchising*) dibedakan menjadi dua jenis kegiatan (Widjaja, 2001, p.13-14), yaitu :

a. Waralaba produk dan merek dagang (*Product/Trade-name franchising*)

Waralaba produk dan merek dagang adalah bentuk waralaba yang paling sederhana. Dalam waralaba produk dan merek dagang, pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai dengan pemberian ijin untuk menggunakan merek dagang dari pemberi waralaba. Pemberiaan ijin penggunaan merek dagang tersebut diberikan dalam rangka penjualan produk yang diwaralabakan tersebut. Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya pemberi waralaba memperoleh suatu bentuk pembayaran *franchise fee* dan selanjutnya pemberi waralaba memperoleh keuntungan (*royalti*) melalui penjualan produk yang diwaralabakan kepada penerima waralaba. Dalam bentuk yang sangat sederhana ini, waralaba produk dan merek dagang seringkali mengambil bentuk keagenan, distributor atau lisensi penjualan.

b. Waralaba format bisnis (*Business format franchising*)

Agak berbeda dengan waralaba produk dan merek dagang, waralaba format bisnis memberikan sebuah lisensi oleh seseorang (pemberi waralaba) kepada pihak lain (penerima waralaba), lisensi tersebut memberi hak kepada penerima waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang/nama dagang pemberi waralaba, dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih

dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan bantuan yang terus menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya

Format bisnis waralaba terdiri atas (Mandelson, 1997, p.48):

1. Konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba
2. Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis sesuai dengan pemberi waralaba
3. Proses bantuan dan bimbingan yang terus-menerus dari pihak pemberi waralaba.

#### **2.1.1.2 Pemberi Waralaba atau *franchisor***

Pemberi waralaba atau *franchisor* (Keputusan Menteri Perdagangan Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 pasal 1) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba.

##### **A. Keuntungan bagi pemberi waralaba (Widjaja: 2002,p. 26-31):**

- 1) Organisasi waralaba ini dapat menghasilkan keuntungan yang memadai tanpa perlu terlibat dengan resiko modal yang tinggi maupun dengan masalah-masalah detail sehari-hari yang timbul dalam pengelolaan dan manajemen outlet eceran yang kecil. Semua kegiatan administrasi dan pengelolaan jalannya bisnis serta produk yang

diwaralabakan akan diselenggarakan sepenuhnya oleh penerima waralaba.

- 2) Tidak ada kebutuhan untuk menyuntik sejumlah besar modal guna meningkatkan kecepatan pertumbuhan yang besar. Masing-masing *outlet* yang terbuka memanfaatkan sendiri sumber daya *financial* yang disediakan oleh setiap penerima waralaba.
- 3) Organisasi pemberi waralaba mempunyai kemampuan untuk memperluas jaringan secara lebih cepat pada tingkat nasional dan internasional dengan menggunakan modal yang risikonya seminimal mungkin
- 4) Pemberi waralaba akan lebih mudah untuk melakukan eksploitasi wilayah yang belum masuk dalam lingkup organisasinya.
- 5) Pemberi waralaba hanya mempunyai permasalahan staf yang lebih sedikit karena ia tidak terlibat dalam masalah staf pada masing-masing pemilik *outlet*. Setiap karyawan pada *outlet* bisnis penerima waralaba menjadi tanggung jawab penerima waralaba sepenuhnya.
- 6) Penerima waralaba akan mengkonsentrasikan diri secara lebih optimum pada bisnis yang diwaralabakan tersebut, oleh karena itu mereka adalah pemilik bisnis itu sendiri
- 7) Pemberi waralaba cenderung untuk tidak memiliki asset *outlet* dagang sendiri. Tanggung jawab bagi asset tersebut diserahkan pada penerima waralaba yang memilikinya.

- 8) Seorang pemberi waralaba yang melibatkan bisnisnya dalam kegiatan manufaktur/pedagang besar bisa mendapatkan distribusi yang lebih luas dan kepastian bahwa ia mempunyai *outlet* untuk produknya.
- 9) Tipe-tipe skema waralaba tertentu mampu menangani penerima waralaba secara nasional. Pemberi waralaba, dalam skala yang besar dapat bernegosiasi dengan pihak-pihak yang sangat menaruh perhatian dan mempunyai sejumlah pabrik, kantor, gudang, depot, atau tempat-tempat lain diseluruh negeri, dan mengatur masing-masing waralaba lokal untuk menangani pekerjaan yang muncul diperusahaan di wilayah waralabanya. Hal ini mengefisiensi waktu para penerima waralaba. Disamping itu tidak semua penerima waralaba memiliki kemampuan atau kapasitas untuk bernegosiasi atau pengaturan jasa mengenai hal ini. Dengan pengkoordinasian keseluruhan kegiatan dibawah satu pemberi waralaba, masing-masing penerima waralaba dapat menjamin bahwa kelompok nasional yang besar tanpa perlu menimbulkan pertentangan atau benturan kepentingan (*conflict interest*) di antara sesama penerima waralaba.

## **B. Kerugian pemberi waralaba**

1. Timbulnya kemungkinan kurang percayaan diantara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang berasal dari ketidak seimbangan antara penerima waralaba individu dalam organisasi

penerima waralaba dengan pihak-pihak yang harus dihubunginya dalam organisasi waralaba.

2. Terdapat kemungkinan dengan jumlah investasi yang sangat besar, suatu unit perusahaan yang dimiliki dan dikerjakan sendiri dapat memberikan keuntungan lebih besar dari keuntungan pemberi waralaba
3. Jika penerima waralaba membayar *fee*-nya sebagai presentase dari penjualan kotor, ada kemungkinan penerima waralaba akan bertindak secara tidak terbuka dalam menunjukkan penghasilan kotornya.
4. Kemungkinan terdapat kesulitan-kesulitan dalam rekrutmen orang-orang yang cocok sebagai penerima waralaba untuk bisnis tertentu.

### **C. Masalah-masalah yang potensial menghadang Pemberi Waralaba**

- 1) Adanya kemungkinan *franchisee* menurunkan reputasi nama atau merek *franchisor* akibat kegagalannya memenuhi baku mutu
- 2) Adanya kemungkinan pelayanan kepada masing-masing *franchisee* yang berbeda-beda sehingga memengaruhi loyalitas pelanggan
- 3) Kemungkinan terjadinya persaingan yang tidak sehat diantara sesama *franchisee* yang ikut merugikan *franchisor*

### **2.1.1.3 Penerima Waralaba atau *franchisee***

Penerima waralaba atau *franchisee* (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 pasal 1) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, peneruman atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba.

#### **a. Keuntungan penerima waralaba (Widjaja, 2002, p. 31-37)**

1. Penerima waralaba dapat mengatasi kurangnya pengetahuan dasar dan pengetahuan khusus yang dimiliki melalui program pelatihan yang terstruktur dari pemberi waralaba (support)
2. Penerima waralaba mendapat keuntungan dan aktivitas iklan dari promosi pemberi waralaba pada tingkat nasional dan atau internasional
3. Penerima waralaba mendapatkan keuntungan dan daya beli yang besar dari kemampuan negosiasi yang dilakukan pemberi waralaba atas seluruh penerima waralaba dan jejaringnya
4. Penerima waralaba mendapat pengetahuan khusus dan berkemampuan tinggi serta berpengalaman, organisasi dan manajemen kantor pusat pemberi waralaba, walaupun dia tetap mandiri dalam bisnisnya sendiri.

**b. Kerugian penerima waralaba**

1. Penerima waralaba harus membayar pemberi waralaba atas jasa yang didupatkannya dan untuk penggunaan sistem waralaba yaitu dengan dan dalam bentuk uang waralaba (*Franchise fee*) pendahuluan atau uang waralaba terus menerus.
2. Pemberi waralaba mungkin membuat kesalahan dalam kebijakan-kebijakannya. Dia mungkin mengambil keputusan berkaitan dengan inovasi bisnis yang berakhir pada kegagalan dan hal ini mungkin dapat memengaruhi aktivitas penerima waralaba
3. Reputasi, citra merek dan bisnis yang diwaralabakan mungkin menjadi turun, karena alasan-alasan yang mungkin berada di luar kontrol baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba.

**c. Kewajiban penerima waralaba adalah (Widjaja, 2002, p. 84-85):**

1. Melaksanakan seluruh interuksi yang diberikan oleh pemberi waralaba guna melaksanakan Hak atas Kekayaan Intelektual.
2. Memberikan kekuasaan bagi pemberi waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala ataupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa penerima lisensi telah melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik.
3. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dan pemberi waralaba

4. Membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dan pemberi waralaba
5. Menjaga kerahasiaan Hak atas Kekayaan Intelektual
6. Melaporkan segala pelanggaran Hak atas Kekayaan Intelektual
7. Melakukan pendaftaran waralaba
8. Tidak melakukan kegiatan sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual
9. Melakukan pembayaran *Royalty* dalam bentuk, jenis dan jumlah yang telah disepakati bersama
10. Atas pengakhiran waralaba, mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperolehnya
11. Atas pengakhiran waralaba, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba
12. Atas pengakhiran waralaba, tidak lagi melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual

**d. Hak penerima waralaba (Widjaja, 2002, p.86)**

1. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual
2. Memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual penemuan atau ciri khas usaha.

**e. Masalah-masalah yang potensial dihadapi penerima waralaba**

1. Terjadinya kejenuhan pasar karena terlalu banyak *franchisee* dengan merek atau produk yang sama di wilayah tertentu.
2. Adanya hasrat *franchisor* yang berlebihan untuk memperluas waralaba-nya sehingga penghasilan potensial, keterampilan managerial dan inisiatif yang diperoleh para *franchisee* berkurang.
3. Pembatalan sepihak oleh *franchisor* bisa diberlakukan terhadap *franchisee* yang dipandang gagal memenuhi kesepakatan
4. Pada beberapa industri jangka waktu pemberlakuan waralaba terlalu singkat
5. Sebagian besar kontrak menyebutkan bahwa *royalty* yang harus dibayar *franchisee* hanya berdasarkan *gross sales* (penjualan bruto) tanpa memperhitungkan laba *franchisee*

### **2.1.2 Informasi Akuntansi**

Belkaoui (2000) mendefinisikan informasi akuntansi sebagai informasi kuantitatif tentang entitas ekonomi yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam menentukan pilihan-pilihan diantara alternatif-alternatif tindakan, selain itu penggunaan informasi akuntansi itu untuk perencanaan strategis, pengawasan manajemen dan pengawasan operasional (Anthony, 1965; Simons, 1991).

Informasi akuntansi pada dasarnya bersifat keuangan dan terutama digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan, pengawasan dan implemmtasi keputusan-keputusan perusahaan (Arnold and Hope, 1990). Agar data keuangan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh pihak internal maupun eksternal perusahaan, maka data tersebut harus disusun dalam bentuk-bentuk yang sesuai. Menurut Anthony & Reece (dalam Hadiyah Fitriyah: 2008) Informasi akuntansi digolongkan menjadi tiga jenis yaitu informasi operasi, informasi akuntansi manajemen, dan informasi akuntansi keuangan.

#### **a. Informasi Operasi**

Informasi ini menurut Mulyadi (1995 : 15) menyediakan data mentah bagi informasi akuntansi keuangan dan informasi akuntansi manajemen. Informasi operasi yang terdapat pada perusahaan manufaktur antara lain: informasi produksi, informasi pembelian dan pemakaian bahan baku, informasi penggajian, informasi penjualan, dan lain-lain.

## **b. Informasi Akuntansi Manajemen**

Menurut Anthony dan Reece (dalam Mulyadi, 1995 dan Hansen & Mowen, 2005). informasi akuntansi yang khusus ditujukan untuk kepentingan manajemen disebut informasi akuntansi manajemen. Informasi ini digunakan dalam tiga fungsi manajemen, yaitu: perencanaan, implementasi, dan pengendalian. Informasi akuntansi manajemen ini dihasilkan oleh sistem pengolahan informasi keuangan yang disebut akuntansi manajemen

Informasi akuntansi manajemen ini disajikan kepada manajemen perusahaan dalam berbagai laporan, seperti anggaran, laporan penjualan, laporan biaya produksi, laporan biaya menurut pusat pertanggungjawaban, laporan biaya menurut aktivitas, dan lain-lain.

## **c. Informasi Akuntansi Keuangan**

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI, 2001) menjelaskan Informasi akuntansi keuangan dapat digunakan baik oleh manajer maupun pihak eksternal perusahaan, dengan tujuan untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Informasi akuntansi keuangan untuk pihak luar disajikan dalam laporan keuangan yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, dan laporan perubahan posisi keuangan. Pihak luar yang menggunakan laporan keuangan meliputi pemegang saham, kreditur, badan atau lembaga pemerintah, dan masyarakat umum dimana

masing-masing pihak tersebut mempunyai kepentingan yang berbeda. Informasi ini disajikan dan disusun berdasarkan aturan dasar yang dinamakan Standar Akuntansi Keuangan (SAK). Standar akuntansi keuangan tersebut dipakai untuk menyusun laporan keuangan. Informasi ekonomi adalah informasi yang berkaitan dengan berbagai situasi yang melibatkan keterbatasan sumber daya. Proses akuntansi ini diakhiri dengan tersedianya laporan keuangan.

Laporan keuangan untuk pihak luar menyajikan suatu gambaran menyeluruh tentang kondisi keuangan dan hasil usaha suatu organisasi. Pihak manajemen memerlukan informasi akuntansi keuangan yang lebih rinci (Mulyadi, 1995 ; Hansen & Mowen, 2005).

Holmes dan Nicholls (1989) menjelaskan bahwa kekurangan informasi akuntansi dalam manajemen perusahaan dapat membahayakan operasional perusahaan. Kondisi keuangan yang memburuk dan kekurangan catatan akuntansi akan membatasi akses untuk memperoleh informasi yang diperlukan, sehingga akan menyebabkan kegagalan perusahaan. Oleh karena itu penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap perencanaan dan pengendalian perusahaan

Beberapa penelitian lain mengungkapkan bahwa kelemahan keuangan dan faktor-faktor yang mempengaruhi merupakan salah satu alasan utama kegagalan perusahaan kecil dan menengah (Peterson, Kometsky & Ridgway, 1993; Hadiyah Fitriyah, 2008). Kekurangan catatan akuntansi akan menimbulkan masalah perpajakan atau institusi pemerintah lainnya, dan juga menyulitkan manajer perusahaan untuk mengukur prestasi perusahaan. Wichman (1983) menjelaskan

bahwa kapabilitas akuntansi merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan perusahaan kecil dan menengah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada perusahaan kecil dan menengah menurut Holmes dan Nicholls (1988) antara lain pengetahuan akuntansi, skala usaha, jenis usaha dan pengalaman usaha. Holmes dan Nicholls (1988) mengklasifikasikan informasi akuntansi dalam tiga jenis yang berbeda menurut manfaatnya bagi para pemakai, yaitu:

- a) *statutory accounting information*, merupakan informasi yang harus disiapkan sesuai dengan peraturan yang ada,
- b) *budgetary information*, yaitu informasi akuntansi yang disajikan dalam bentuk anggaran yang berguna bagi pihak internal dalam perencanaan, penilaian dan pengambilan keputusan,
- c) *additional accounting information*, yaitu informasi akuntansi lain yang disiapkan perusahaan guna meningkatkan efektifitas pengambilan keputusan manajer.

Konsep informasi akuntansi Holmes dan Nicholls inilah yang digunakan dalam penelitian ini, karena konsep informasi akuntansi Holmes dan Nicholls mencakup seluruh informasi akuntansi yang dibutuhkan oleh unit usaha.

Informasi akuntansi yang dihasilkan oleh pihak manajemen perusahaan mempunyai beberapa karakteristik kualitatif yang harus dimiliki. Pembagian karakteristik kualitatif tersebut akan membedakan informasi yang bermanfaat

dengan informasi yang kurang bermanfaat bagi penggunaannya. Dalam pemilihan metode akuntansi yang akan digunakan perusahaan, karakteristik tersebut harus menjadi salah satu dasar pertimbangan pemilihan metode akuntansi yang akan digunakan.

Menurut *Statement of Financial Accounting* (SFAC) No. 2 karakteristik kualitatif dari informasi akuntansi adalah sebagai berikut :

1. Relevan maksudnya adalah kapasitas informasi yang dapat mendorong suatu keputusan apabila dimanfaatkan oleh pemakai untuk kepentingan memprediksi hasil di masa depan yang berdasarkan kejadian waktu lalu dan sekarang. Ada tiga karakteristik utama yaitu:
  - a. Ketepatan waktu (*timeliness*), yaitu informasi yang siap digunakan para pemakai sebelum kehilangan makna dan kapasitas dalam pengambilan keputusan
  - b. Nilai prediktif (*predictive value*), yaitu informasi dapat membantu pemakai dalam membuat prediksi tentang hasil akhir dari kejadian yang lalu, sekarang dan masa depan
  - c. Umpan balik (*feedback value*), yaitu kualitas informasi yang memungkinkan pemakai dapat mengkonfirmasi ekspektasinya yang telah terjadi di masa lalu.
  
2. *Reliable*, maksudnya adalah kualitas informasi yang dijamin bebas dari kesalahan dan penyimpangan atau bias serta telah dinilai dan disajikan secara layak sesuai dengan tujuannya. *Reliable* mempunyai tiga karakteristik utama yaitu:
  - a. Dapat diperiksa (*verifiability*), yaitu konsensus dalam pilihan pengukuran akuntansi yang dapat dinilai melalui kemampuannya untuk meyakinkan bahwa apakah informasi yang disajikan berdasarkan metode tertentu- memberikan hasil yang sama apabila diverifikasi dengan metode yang sama oleh pihak independen.
  - b. Kejujuran penyajian (*representation faithfulness*), yaitu adanya kecocokan antara angka dan diskripsi akuntansi serta sumber-sumbernya;

- c. Netralitas (*neutrality*), informasi akuntansi yang netral diperuntukkan bagi kebutuhan umum para pemakai dan terlepas dari anggapan mengenai kebutuhan tertentu dan keinginan tertentu para pemakai khusus informasi.
3. Daya Banding (*comparability*), informasi akuntansi yang dapat dibandingkan menyajikan kesamaan dan perbedaan yang timbul dari kesamaan dasar dan perbedaan dasar dalam perusahaan dan transaksinya dan tidak semata-mata dari perbedaan perlakuan akuntansinya.
4. Konsistensi (*consistency*), yaitu keseragaman dalam penetapan kebijaksanaan dan prosedur akuntansi yang tidak berubah dari periode ke periode.

### **2.1.3 Unsur-Unsur Akuntansi**

Pada dasarnya proses akuntansi adalah membuat output berupa laporan laba rugi, laporan perubahan modal, dan laporan neraca pada suatu entitas usaha atau organisasi lainnya. Berdasarkan PSAK No.1 Paragraf 47 menjelaskan :

Laporan keuangan yang menggambarkan dampak keuangan dari transaksi dan peristiwa lainnya yang diklasifikasikan dalam beberapa kelompok besar menurut karakteristik ekonominya. Unsur-unsur yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran posisi keuangan adalah aktiva, kewajiban, dan ekuitas. Sedangkan unsur yang berkaitan dengan pengukuran kinerja dalam laporan laba rugi adalah penghasilan dan beban. Laporan perubahan posisi keuangan biasanya mencerminkan berbagai unsur laporan laba rugi dan perubahan dalam berbagai unsur neraca. Dengan demikian, kerangka dasar ini tidak mengidentifikasi unsur laporan perubahan posisi keuangan secara khusus.

Lebih lanjut, PSAK No.1 Paragraf 49 menjelaskan :

Unsur-unsur yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran posisi keuangan adalah aktiva, kewajiban, dan ekuitas. Unsur-unsur ini didefinisikan sebagai berikut :

1. Aktiva

Aktiva adalah sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan diharapkan akan memberi manfaat ekonomi bagi perusahaan di masa depan

2. Kewajiban

Kewajiban merupakan hutang perusahaan masa kini yang timbul dari peristiwa masa lalu, yang penyelesaiannya diharapkan akan mengakibatkan arus keluar dari sumber daya perusahaan yang mengandung manfaat ekonomi

3. Ekuitas

Ekuitas adalah hak residual (residual interest) atas aktiva perusahaan setelah dikurangi seluruh kewajiban (aktiva bersih).

Lebih lanjut dijelaskan pula unsur-unsur kinerja keuangan yang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan akuntansi ialah :

a. Penghasilan (Income)

Penghasilan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi (setoran) penanam modal.

b. Beban (Expense)

Beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa unsur akuntansi dalam pelaporan informasi keuangan untuk pengukuran posisi keuangan meliputi aktiva, kewajiban, dan ekuitas. Sedangkan untuk pengukuran kinerja dalam pelaporan laba rugi adalah penghasilan dan beban.

#### **2.1.4 Prinsip-prinsip Akuntansi**

Prinsip akuntansi adalah pedoman umum yang dipakai di dalam penyelenggaraan akuntansi. Prinsip-prinsip tersebut berupa semua konsep, ketentuan, prosedur, metoda, dan teknik yang tersedia secara teoritis maupun praktis yang berhubungan dengan persoalan tentang pengidentifikasian, mengukur, mencatat dan menyajikan aktiva, hutang, modal, pendapatan, dan biaya-biaya dalam laporan keuangan.

Laporan keuangan diolah dari ratusan atau ribuan transaksi-transaksi dengan cara yang sistematis dengan suatu dasar tertentu. Dasar ini dinamakan prinsip-prinsip akuntansi yang lazim (*General Accepted Accounting Principles*). Karena sifat yang tidak eksak dari akuntansi ini maka diperlukan “prinsip-prinsip akuntansi yang lazim”. Tanpa adanya prinsip yang berfungsi sebagai patokan atau pedoman ini, maka kemungkinan masing-masing akuntan akan menggunakan caranya sendiri, sehingga laporan keuangan yang dihasilkan akan menjadi simpang siur.

Profesi akuntansi telah berusaha mengembangkan sekumpulan standar yang pada umumnya diterima dan secara universal dipraktikkan. Usaha-usaha itu

telah menghasilkan seperangkat aturan dan prosedur umum yang disebut sebagai prinsip akuntansi berterima umum yang merupakan *guideliness* (standar) yang menunjukkan tentang tata cara melaporkan kejadian ekonomis.

Lebih lanjut menurut Ely Suhayati ( 2009 : 6 ) dalam buku Akuntansi Keuangan menjelaskan prinsip-prinsip akuntansi, yaitu :

1. *Going Concern* ( Kelangsungan Usaha )

Konsep ini mengatakan bahwa suatu entitas usaha akan beroperasi secara terus menerus melakukan kegiatan, meskipun kenyataannya banyak perusahaan yang gagal setelah baru saja didirikan. Konsep ini memberikan alasan penggunaan beban historis sebagai dasar utama untuk melakukan pengakuan akuntansi.

2. *Business Entity* (Kesatuan Usaha)

Konsep ini mengatakan bahwa perusahaan merupakan suatu kesatuan yang berciri terpisah dari para pemilik. Konsep ini lebih sulit diterapkan dalam perusahaan perseorangan, sebab pada perusahaan perseorangan tanggung jawab dan kekayaan perusahaan adalah tanggung jawab dan kekayaan pribadi. Tidak demikian dengan perseroan terbatas, tanggung jawab dan kekayaan perusahaan secara hukum dengan jelas ditetapkan terpisah dengan para pemilik.

3. *Accounting Period* (Periode Akuntansi)

Periode akuntansi adalah suatu cara yang paling baik untuk mengukur hasil-hasil yang diperoleh perusahaan, seperti periode tahunan.

4. *Measurement Unit* (Kesatuan Pengukuran)

Hasil akhir dari akuntansi adalah laporan keuangan perusahaan yang nantinya disampaikan kepada pihak berkepentingan. Objek atau sarannya adalah transaksi atau kejadian-kejadian keuangan yang dapat diukur dengan uang.

5. *Historical Cost Measurement* (Pengukuran Berdasarkan Nilai Historis)

Akuntansi sebagai mana yang dipraktikkan sekarang ini didasarkan atas prinsip nilai historis. Penggunaan konsep ini akan menutup segala lubang kesalahan dan juga memberikan keyakinan bahwa akuntansi telah dilakukan dengan benar.

6. *Objective Evidence* (Bukti yang Objektif)

Informasi yang tercantum didalam laporan keuangan harus didasarkan atas suatu fakta yang dibuktikan kebenarannya serta bersifat objektif.

7. *Full Disclosure* (Pengungkapan Sepenuhnya)

Semua laporan keuangan dan semua informasi yang mempunyai pengaruh terhadap laporan keuangan harus diungkapkan secara jelas, apabila informasi yang cukup berarti tersebut tidak diungkapkan secara jelas, maka laporan keuangan tersebut cenderung akan salah arah.

8. *Consistency* (Konsisten)

Artinya yaitu penerapan yang sama atas prinsip, prosedur dan metode-metode akuntansi disetiap periode akuntansi, sehingga laporan keuangan dari berbagai periode dapat diperbandingkan.

9. *Conservatism* (Hati-hati/waspada)

Konsep ini didasarkan atas suatu pendapat yang menyatakan bahwa setiap pendapatan tidak boleh diakui dan dicatat sebelum pendapatan tersebut benar-benar diperoleh, tapi semua kerugian dan beban walaupun belum terjadi asalkan sudah dapat diperhitungkan boleh dicatat dan diakui. Tujuan utama prinsip ini adalah untuk mencegah jangan sampai pendapatan bersih dicatat terlalu tinggi (*over stated*)

10. *Materiality* (Nilai Yang Cukup Penting)

Ukuran *materiality* atas perusahaan tidaklah sama, hal ini tergantung pada besar-kecilnya perusahaan dan kebijakan yang berlaku di dalamnya.

11. *Matching Expense With Revenue*

Artinya untuk mengetahui seberapa jauh hasil yang telah dicapai oleh suatu perusahaan, maka total pendapatan dikurangkan dengan beban perusahaan dalam suatu periode akuntansi.

12. *Revenue Recognition* (Pengakuan Pendapatan)

Pada umumnya pendapatan diakui pada saat :

- a. Menerima uang (*cash basis*)
- b. Terjadinya transaksi tidak secara tunai (*accrual basis*)
- c. Terjadinya penjualan (*sales basis*)

Menurut Suwardjono (2002 : 20 ) pada dasarnya prinsip-prinsip akuntansi yang lazim dapat di klasifikasikan, sebagai berikut :

- a. Prinsip Harga Perolehan (*Cost Principle*)  
Prinsip ini dipakai karena harga pokok atau harga perolehan mempunyai nilai yang pasti dan dapat ditentukan secara objektif.
- b. Prinsip Realisasi Pendapatan (*Revenue Realization Principle*)  
Prinsip ini menyangkut cara penentuan pendapatan berkala yang dapat memenuhi kebutuhan untuk penyusunan laporan keuangan yang tepat pada waktunya.
- c. Prinsip Mempertemukan Pendapatan dan Biaya-biaya (*Matching Principle*)  
Prinsip ini bertujuan untuk menyajikan laba bersih (*Net Income*) yang wajar pada setiap periode akuntansi.
- d. Prinsip Pengungkapan Penuh/Pelaporan (*Fulldisclosure/Financial Reporting Principle*)

Prinsip ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Laporan Keuangan harus dapat memberikan cukup informasi yang dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan yang dibuat oleh para pemakai laporan keuangan tersebut. Prinsip ini mengakui bahwa sifat dan banyaknya informasi yang disajikan dalam laporan keuangan menggambarkan hasil dari serangkaian pertimbangan untuk tercapainya kesepadanan antara biaya yang diperlukan dengan manfaat yang diberikan oleh informasi tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka informasi akuntansi yang disampaikan harus memenuhi prinsip-prinsip harga perolehan, realisasi pendapatan, pengungkapan penuh/pelaporan, serta mempertemukan pendapatan dan biaya-biaya.

### 2.1.5 Pembinaan oleh *Franchisor*

Dalam perluasan dan meningkatnya sistem *franchise* diperlukan sebuah invasi manajerial dalam improvisasi peningkatan energi dan pembagian sumberdaya agar optimal dalam mengelola *franchise* diperlukan kualitas kerjasama yang baik. Sehingga improvisasi perusahaan dapat dinyatakan dalam hubungan *franchisor* dan *franchiseenya* dalam jangka panjang untuk membentuk jaringan yang kuat.

Undang-Undang No 42 Tentang Waralaba Pasal 8 menjelaskan bahwa Pemberi Waralaba (*Franchisor*) wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan. Pembinaan yang diberikan Pemberi Waralaba dilaksanakan secara berkesinambungan, termasuk melakukan pengendalian mutu dan evaluasi terhadap bisnis yang dilakukan oleh Penerima Waralaba. Dalam prakteknya *Franchisor* berkewajiban memberikan pembinaan dan dukungan berupa:

#### *a. training*

*Franchisor* memberikan kontribusi kepada *franchisee* pengetahuan yang diperlukan dalam pengembangan dan pemenuhan konsep bisnis dimana yang utama mengacu pada transfer kepemilikan *know-how* mengenai produksi dan operasi pelayanan (Rubin,1978; Shane, 1996; Bradach 1998 Lashley, 2000; Michael, 2000; Teegen, 2000; Monroy dan Alzola, 2005: 585 dalam Marselia Herma Hapsari : 2008). Lebih dari itu *franchisor* memberikan semangat kepada *franchisee* untuk menggunakan program pelatihan tanpa menurun (Bradach, 1998).

#### b. *Support*

*Franchisor* bersedia mendukung dan menyarankan *franchisee* dalam setiap konsep bisnis *start-up* dan operasional. Kebanyakan *franchisor* mau menyediakan praktek pendukung kepada *franchisee* pemilihan letak dan asistensi secara umum dalam bisnis *start-up* (Rubun, 1978; Baucus, 1993; Shane, 1996; Ring, 1995; Bradach, 1998; Fulop, 2000; Lashley, 2000; Teegen, 2000; Marselia, 2008). Oleh karena itu *franchisee* memperoleh kebebasan untuk mengoperasikan dalam kontrol, asistensi dan didukung lingkungan, sementara itu pada saat yang sama diperoleh juga manfaat dari merek, manajemen profesional (Fulop, 2000: 27). Pada kenyataannya informasi yang cukup terbuka oleh pihak *franchisor* akan memberikan kontribusi pada tingkat kemampuan *franchisee* dalam melakukan pembelian dan operasional outlet *franchise* (Hing, 1999)

Asistensi (bantuan) oleh *franchisor* cukup penting menolong *franchisee* dalam bentuk keuangan, *supply*, dan saran pemasaran.

#### a. *Supply*

*Franchisor* yang menyediakan *franchisee* dengan berbagai material dan produk akan meningkatkan kewajiban kontrak dengan efektif. Kontrak *franchise* memerlukan *franchisee* agar membeli input spesifik dari *franchisor* (Lafontaine dan Shaw, 1999; Michael, 2000). *Franchisee* juga dapat menggunakan eksternal supplier dengan pemberian daftar nama supplier oleh *franchisor* (Bradach, 1998). Namun seringkali *franchisee* menggunakan distribusi rantai internal dalam kegiatan operasi dengan harga dan pelayanan lebih baik (Bradach, 1998).

#### b. *Fasilitas Financial*

*Franchisor* bersedia menyediakan bantuan *financial* untuk *franchisee* tidak secara langsung maupun secara langsung dengan menyediakan pinjaman (Baucus, 1993; Hing, 1995; Fulop, 2000; Teegen, 2000; dalam Marselia Herma Hapsari : 2008).

#### c. *Asistensi Manajemen*

*Franchisor* membantu *franchisee* dalam pengelolaan bisnis, *franchisor* menyediakan bantuan dengan menyediakan dukungan praktek dalam manajemen, akuntansi dan pelayanan pemasaran dan bantuan yang lain (Hing, 1995; Dessai, 1997; Teegen, 2000 dalam Monroy dan Alzola, 2005:585)

d. *Accesbility* (Kemudahan Jalan)

*Accesbility* mengacu pada hubungan *franchisor* dengan *franchisee*. Pada saat *Franchisee* bergabung rantai hubungan akan menjaga hubungan secara konstan (Bradach, 1997). Adanya komunikasi yang teratur dengan *franchisee* merupakan salah satu sumber ketersediaan kekuatan tanpa paksaan oleh *franchisor* (Fulop, 2000)

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan no 31 tahun 2008 Pemberi waralaba (*franchisor*) wajib memberikan pembinaan secara berkesinambungan. Pembinaan yang dilakukan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba adalah :

1. Pendidikan dan pelatihan tentang sistem manajemen pengelolaan waralaba yang dikerjasamakan sehingga Penerima Waralaba dapat menjalankan kegiatan Waralaba dengan baik dan menguntungkan;
2. Secara rutin memberikan bimbingan operasional manajemen, sehingga apabila ditemukan kesalahan operasional dapat diatasi dengan segera;
3. Membantu pengembangan pasar melalui promosi, seperti melalui iklan, *leaflet*/katalog/brosur atau pameran;
4. Penelitian dan pengembangan pasar dan produk yang dipasarkan, sehingga sesuai dengan kebutuhan dan dapat diterima pasar dengan baik.

Selain itu *franchisor* bertanggung jawab untuk pengembangan dan pelaksanaan strategi pemasaran nasional dan atau lokal dan mereka berkomunikasi untuk *franchisee* mereka (Kathy Davidson). Pihak pewaralaba (*franchisor*) wajib memberikan dukungan penuh diantaranya dalam hal

manajemen, teknis, operasional dan standardisasi atau kontrol kualitas (seperti pasokan bahan baku, peralatan, training), pemilihan lokasi, periklanan, pemasaran bahkan promosi sebagai tanggung jawab terhadap reputasi perusahaan (Kristi Gayatri : 2010)

## **2.1.6 Kelangsungan Usaha (*Going Concern*)**

### **2.1.6.1 Pengertian Kelangsungan Usaha (*Going Concern*)**

Kelangsungan usaha (*going concern*) adalah kemampuan entitas dalam mempertahankan kelangsungan hidup usaha. Kelangsungan hidup entitas dipakai sebagai asumsi dalam pelaporan keuangan sepanjang tidak terbukti adanya informasi yang menunjukkan hal yang berlawanan. Kelangsungan hidup entitas adalah kemampuan entitas dalam memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo tanpa melakukan penjualan sebagian besar aktiva kepada pihak luar melalui bisnis biasa, restrukturisasi utang, perbaikan operasi, yang dipaksakan dari luar, dan kegiatan serupa lainnya.

Suatu entitas usaha akan terus berlangsung kecuali jika manajemen bermaksud melikuidasi entitas tersebut atau menghentikan operasi, atau tidak mempunyai alternatif lain kecuali melakukan hal-hal tersebut. Ketika manajemen menyadari hal ini, dalam membuat penilaian tentang ketidakpastian material terkait dengan peristiwa atau kondisi yang mengakibatkan keraguan signifikan terhadap kemampuan entitas untuk melanjutkan usaha, entitas harus

mengungkapkan ketidakpastian tersebut. Ketika entitas tidak menyiapkan laporan keuangan berdasarkan kelangsungan usaha, fakta tersebut harus diungkapkan, bersama dengan dasar penyiapan laporan keuangan dan alasan mengapa entitas tidak dipandang dalam kelangsungan usaha

*Going concern* adalah asumsi bahwa sebuah entitas usaha akan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya secara berkesinambungan.

Dalam SPAP SA seksi 341 menjelaskan bahwa indikator kelangsungan usaha (*going concern*), adalah perusahaan yang tidak mengalami atau terhindar dari hal-hal dibawah ini :

1. Tren negatif, yaitu kerugian operasi yang berulang kali terjadi, kekurangan modal kerja, arus kas negatif dari kegiatan usaha, rasio keuangan penting yang jelek
2. Petunjuk lain tentang kemungkinan kesulitan keuangan, yaitu kegagalan dalam memenuhi kewajiban utangnya atau perjanjian serupa, penunggakan pembayaran deviden, penolakan oleh pemasok terhadap pengajuan permintaan pembelian kredit biasa, restrukturisasi utang, kebutuhan untuk mencari sumber atau metode pendanaan baru, atau penjualan sebagian aktiva.
3. Masalah intern, yaitu pemogokan kerja atau kesulitan hubungan perburuhan yang lain, ketergantungan besar atas keberhasilan suatu proyek tertentu, komitmen jangka panjang yang tidak bersifat ekonomis, kebutuhan untuk memperbaiki operasi secara signifikan.
4. Masalah luar yang telah terjadi, yaitu pengaduan gugatan pengadilan, keluarnya undang-undang, masalah-masalah lain yang kemungkinan membahayakan kemampuan untuk beroperasi, kehilangan *franchise*, lisensi atau paten penting, kehilangan pelanggan atau pemasok utama, kerugian akibat bencana besar, yang tidak diasumsikan namun dengan pertanggungungan yang tidak memadai

Evaluasi terhadap kemampuan entitas dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam periode waktu pantas, tidak lebih dari satu tahun sejak tanggal laporan keuangan yang sedang diaudit (selanjutnya periode tersebut akan disebut dengan jangka waktu pantas). Evaluasi auditor berdasarkan atas pengetahuan tentang kondisi dan peristiwa yang ada pada atau yang telah terjadi sebelum pekerjaan lapangan selesai. (SPAP SA seksi 341)

Auditor mempertimbangkan apakah unit usaha tersebut memiliki indikasi adanya masalah kesulitan keuangan yang signifikan, yang mungkin dapat mempengaruhi kelangsungan hidup entitas tersebut. Indikasi akan kesulitan keuangan ini dapat dilihat dari apakah terdapat kegagalan dalam memenuhi kewajiban utangnya atau perjanjian serupa, penunggakan pembayaran deviden, penolakan oleh pemasok terhadap pengajuan permintaan pembelian kredit biasa, restrukturisasi utang, kebutuhan untuk mencari sumber atau metode pendanaan baru, atau penjualan sebagian aktiva.

#### **2.1.6.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kelangsungan Usaha (*Going Concern*)**

Sebuah unit usaha didirikan dengan harapan akan tetap bisa mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dibutuhkan dukungan internal maupun eksternal sebuah manajemen yang cukup baik dalam mengelola usaha tersebut. Seluruh bagian dalam sebuah entitas usaha dapat mengambil perannya masing-masing guna mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Oleh karena itu dalam

menghadapi sebuah kondisi terburuk berupa ketidakpastian kelangsungan usaha suatu organisasi atau entitas usaha perlu memperhatikan analisis kelangsungan usaha (*Going Concern*).

SPAP SA (seksi 341) membahas berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan usaha suatu unit usaha, sebagai berikut :

- a. Kerugian usaha secara berulang atau kekurangan modal kerja.
- b. Tidak mampuan suatu unit usaha untuk membayar kewajiban pada saat jatuh tempo.
- c. Kehilangan pelanggan utama.
- d. Terjadi bencana yang tidak diasuransikan seperti gempa bumi atau banjir yang merugikan aset perusahaan.
- e. Masalah perburuhan seperti pemogokan kerja buruh.
- f. Perkara pengadilan, atau masalah serupa yang telah terjadi yang dapat membahayakan kemampuan perusahaan untuk beroperasi.

Lenard dkk (1998) menyatakan bahwa Kondisi keuangan suatu perusahaan dalam audit tahunan auditor harus menyediakan laporan audit untuk digabungkan dengan laporan keuangan perusahaan salah satu dari hal-hal penting yang harus diputuskan adalah apakah perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut menerangkan bahwa laporan keuangan suatu unit usaha merupakan faktor yang sangat berperan dalam kelangsungan usaha (*going concern*) suatu unit usaha.

### **2.1.6.3 Fungsi Analisis Kelangsungan Usaha (*Going Concern*) Bagi Perusahaan *Franchise***

Kelangsungan Usaha (*Going Concern*) merupakan asumsi dasar dalam penyusunan laporan keuangan, suatu perusahaan diasumsikan tidak bermaksud atau berkeinginan melikuidasi atau mengurangi secara material skala usahanya . (Standar Akuntansi Keuangan, 2002)

Analisis kelangsungan usaha (*Going Concern*) sangat penting bagi para pelaku usaha *Franchise*. Karena dengan analisis ini para pelaku usaha dapat lebih bijak dalam mengelola usahanya dan menjalankan operasional kerja usahanya dengan strategi bisnis yang baik.

Pengelolaan operasional Perusahaan *Franchise* pada umumnya masih dilakukan secara konvensional dan belum menjadikan pertimbangan kelangsungan usaha (*Going Concern*) sebagai suatu *point* penting dalam upaya menunjang kontinuitas operasional usaha. Dengan adanya analisis kelangsungan usaha ini diharapkan perusahaan *Franchise* di Kota Bandung dapat lebih profesional mengelola usahanya baik dalam bidang produksi maupun keuangan, dan mampu mewujudkan kelangsungan usaha yang di jalannya.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

Dalam kerangka pemikiran perlu dijelaskan secara teoritis antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Lubis (2008:42) kerangka

pemikiran merupakan gambaran ringkas dan lugas mengenai keterkaitan satu konsep dengan konsep lainnya yang akan diteliti.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah kelangsungan usaha (sebagai *variable dependen*) yang dipengaruhi oleh akuntansi *franchise* dan pembinaan *franchisor* sebagai pelaku usaha *franchise* di Kota Bandung.

Akuntansi *franchise* didefinisikan sebagai sistem akuntansi yang menghasilkan laporan keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan (Niswonger, 1996 : 6). Dalam kajian ini pihak yang menggunakan informasi tersebut adalah *franchisee* dan *franchisor* untuk menjalankan operasional perusahaan.

Akuntansi *franchise* juga dapat berupa sistem akuntansi yang memberikan informasi mengenai aktivitas ekonomi usaha *franchise* diantaranya penggunaan metode akuntansi, operasional perusahaan, kondisi keuangan dan manajerial perusahaan kepada *franchisor* dan *franchisee* yang berguna dalam pengambilan keputusan ekonomi

Disamping implementasi akuntansi *franchise* dalam operasional bisnis *franchise*, para pelaku *franchise* perlu memenuhi kewajiban-kewajiban mereka dalam menunjang kelangsungan usaha mereka, karena kesuksesan *franchise* tidak hanya terletak pada keberhasilan *franchisor* menjalankan usaha mereka. Bagi *franchisee*, kunci kesuksesan justru terletak pada kemampuan dan kedisiplinan *franchisor* dalam memenuhi kewajiban-kewajibannya.

Menurut Bije Widjanto, setidaknya ada 4 kewajiban yang harus ditunaikan oleh *franchisor*, yakni:

1. Menyediakan *supply* bahan baku
2. Menyediakan petunjuk bisnis secara terperinci
3. Membangun strategi branding
4. Melakukan aktivitas support

Selain itu *franchisor* juga harus memberikan prospektus penawaran waralaba dan melakukan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, pengembangan kepada *franchisee* secara berkesinambungan.

Harapan semua pelaku usaha *franchise* ialah tercapainya keberlangsungan usaha yang berkelanjutan. Kelangsungan usaha adalah suatu asumsi akuntansi bahwa perusahaan akan berjalan terus sampai pada masa yang tidak dapat di tetapkan, atau cukup lama untuk melaksanakan rencananya ( Sujana Ismaya , 2006 ). Dengan adanya kelangsungan usaha, maka suatu entitas dianggap akan mampu mempertahankan kegiatan usaha dalam jangka panjang, tidak akan dilikuidasi dalam jangka waktu pendek.

Menurut Aji Dedi Mulawarman, ” *going concern* atau kelangsungan usaha adalah suatu keadaan di mana perusahaan dapat tetap beroperasi dalam jangka waktu ke depan, dimana hal ini dipengaruhi oleh keadaan *financial* dan *non financial*”. Konsep kelangsungan usaha mengasumsikan bahwa perusahaan tidak

diharapkan untuk dilikuidasi dalam masa yang akan datang yang dapat diketahui dari sekarang.

Akuntansi menyediakan jasa yang penting di dalam lingkungan bisnis untuk membantu pengambilan keputusan alokasi sumber daya yang terbatas, dan informasi yang disediakan akuntansi bersifat kuantitatif yang dapat digunakan dengan evaluasi kualitatif dalam pengambilan keputusan ekonomi meskipun akuntansi melaporkan apa yang telah terjadi tetapi berguna untuk pengambilan keputusan di masa mendatang (Smith, Skousen, dan Stice, 1997).

Prinsip akuntansi adalah pedoman umum yang dipakai di dalam penyelenggaraan akuntansi. Prinsip-prinsip tersebut berupa semua konsep, ketentuan, prosedur, metode, dan teknik yang tersedia secara teoritis maupun praktis yang berhubungan dengan persoalan tentang mengidentifikasi, mengukur, dan mencatat dan menyajikan aktiva, hutang, modal, pendapatan, dan biaya-biaya dalam laporan keuangan.

Akuntansi *Franchise* dapat didefinisikan sebagai sistem informasi yang menghasilkan laporan keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan (Niswonger, 1996 : 6).

#### Penggunaan

Holmes dan Nicholls (1989) menjelaskan bahwa kekurangan informasi akuntansi dalam manajemen perusahaan dapat membahayakan operasional perusahaan. Kondisi keuangan yang memburuk dan kekurangan catatan akuntansi akan membatasi akses untuk memperoleh informasi yang diperlukan, sehingga

akan menyebabkan kegagalan perusahaan. Oleh karena itu penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap perencanaan dan pengendalian perusahaan (Roberts, Dunne, dan Ezell ; 1980).

Beberapa penelitian lain mengungkapkan bahwa kelemahan keuangan dan faktor-faktor yang mempengaruhi merupakan salah satu alasan utama kegagalan perusahaan kecil dan menengah (Peterson, Kometsky & Ridgway, 1993; Monk, 2000). Kekurangan catatan akuntansi akan menimbulkan masalah perpajakan atau institusi pemerintah lainnya, dan juga menyulitkan manajer perusahaan untuk mengukur prestasi perusahaan. Wichman (1983) menjelaskan bahwa kapabilitas akuntansi merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan perusahaan kecil dan menengah.

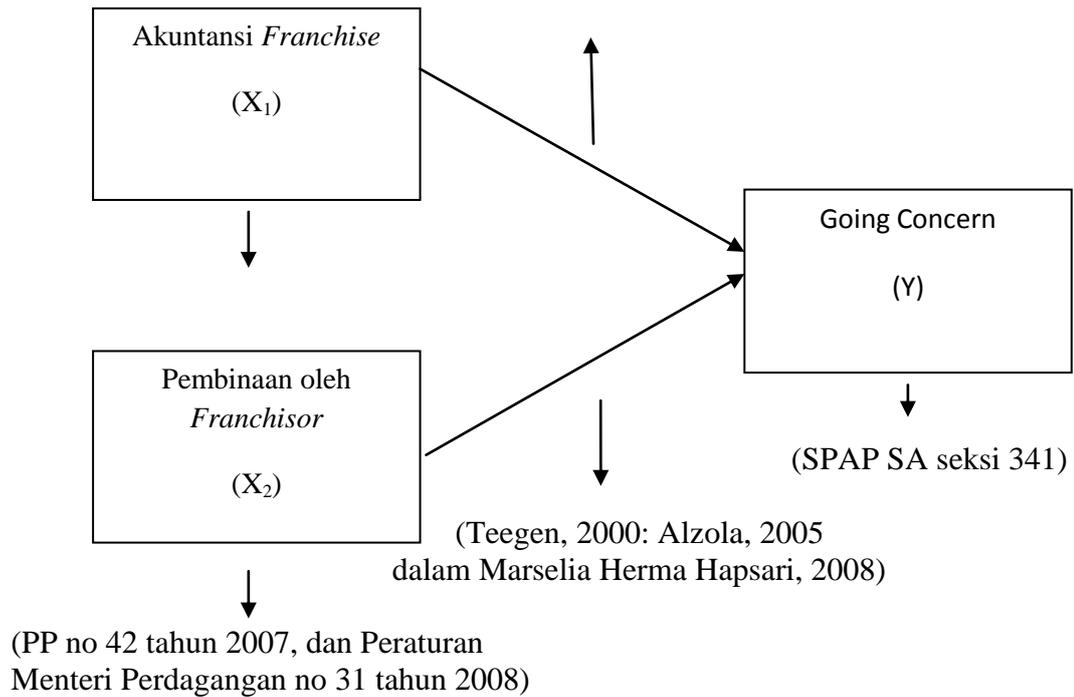
**Tabel 2.1****Analisis Penelitian Terdahulu**

<b>Persamaan</b>	<b>Ika Yuliani</b>	<b>Penelitian Saat ini</b>
Instrumen Penelitian	Wawancara, Observasi, Angket	Wawancara, Observasi, Angket
Teknik Sampling	<i>Non probability/non random sampling</i>	<i>Non probability/non random sampling</i>
Objek Penelitian	Perusahaan <i>Franchise</i>	Perusahaan <i>Franchise</i>
<b>Perbedaan</b>	<b>Ika Yuliani</b>	<b>Penelitian Saat ini</b>
Topik Penelitian	Perlakuan Akuntansi dan Pajak Penghasilan atas <i>Franchise</i> pada Perusahaan Pemegang <i>Franchise</i>	Peranan Akuntansi <i>Franchise</i> dan Pembinaan oleh <i>Franchisor</i> Dalam Menunjang <i>Going Concern</i> Perusahaan <i>Franchise</i> Di Kota Bandung
Subjek Penelitian	Akuntansi dan PPh	Akuntansi <i>Franchise</i> dan <i>Franchisor</i>
Periode Data	2005	2012
Skala Pengukuran	Ordinal, Rasio	Ordinal

**Gambar 2.1**

**BAGAN KERANGKA PEMIKIRAN**

( Holmes dan Nicholls, 1989; Roberts, Dunne, dan Ezell ; 1980)



**2.3 Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penulis mengemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut :

“Terdapat peranan akuntansi *franchise* dan pembinaan *franchisor* dalam menunjang kelangsungan usaha.”