

Bisnis Waralaba Bidang Pendidikan Ditinjau Dari Perspektif *Tri Hita Karana*: Studi Literasi

I Gusti Agung Ayu Wulandari¹, I Nengah Suastika²

¹²Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja

¹ayu.wulandari@undiksha.ac.id

Abstract

This research is a literature study with a descriptive qualitative research type with library research which seeks to describe the franchise business in the field of education in terms of the perspective of Tri Hita Karana. In this literature study the author uses various written sources such as articles, journals and documents relevant to the study in this study. This study focuses on the description of the franchise business in the field of Education (Primagama, Kumon, Bimba Aiueo, And Go) and how it is applied in the perspective of Tri Hita Karana. The results of the study show that tutoring such as Ganesha Operation, Primagama, Bimba Aiueo, and Kumon have been developed based on Tri Hita Karana both explicitly and implicitly and not only concerned with profit. The form of franchise development in education based on Tri Hita Karana includes continuing to try to develop their franchise by continuing to believe in god (parahyangan), behaving well to students and workers (pawongan), and finally using electronic media to replace paper that will be used. impact on the environment (palemahan).

Keywords: Franchise; Education; *Tri Hita Karana*

Abstrak

Penelitian yang dilaksanakan ini termasuk studi literatur yakni jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan kajian kepustakaan (*library research*). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menggambarkan bisnis waralaba bidang pendidikan ditinjau dari perspektif *Tri Hita Karana*. Pada penelitian ini penulis dapat memakai beragam sumber diantaranya jurnal, artikel dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian ini berfokus pada deskripsi bisnis *waralaba* bidang Pendidikan (Primagama, Kumon, Bimba Aiueo, dan Go) dan bagaimana penerapannya dalam perspektif *Tri Hita Karana*. Hasil penelitian menunjukkan bimbingan belajar seperti Ganesha Operation, Primagama, Bimba Aiueo, dan Kumon sudah dikembangkan dengan berlandaskan *Tri Hita Karana* baik secara eksplisit maupun implisit dan telah terjadi hubungan yang saling menguntungkan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Bentuk pengembangan waralaba dalam pendidikan berlandaskan *Tri Hita Karana* diantaranya dengan terus berusaha untuk mengembangkan waralaba dengan terus yakin kepada Tuhan (parahyangan), berperilaku baik kepada peserta didik maupun tenaga kerja (pawongan), dan yang terakhir seperti penggunaan media elektronik untuk mengganti kertas yang akan berdampak pada lingkungan (palemahan).

Kata Kunci: Waralaba; Pendidikan; *Tri Hita Karana*

Pendahuluan

Pendidikan merupakan salah satu tolak ukur kualitas seorang manusia, semakin baik Pendidikan yang dikecap seseorang maka semakin baik pula kualitas diri orang tersebut. Tuntutan ini membuat banyak orang tua yang bekerja keras guna memenuhi kebutuhan

anak dibidang pendidikan. Namun karena kesibukan yang dimiliki, orang tua tidak dapat mendampingi dan membimbing anak ketika belajar (Fatimah *et al.*, 2016). Untuk mengatasi hal tersebut, tidak sedikit orang tua yang memberikan anak kesempatan untuk mengikuti pendidikan non formal yakni lembaga bimbingan belajar, atau yang sering disebut bimbel, yang diharapkan akan meningkatkan nilai dan motivasi belajar anak (Gideon, 2018).

Sejalan dengan bertumbuhnya keinginan para orang tua untuk meningkatkan prestasi akademik anaknya, maka jumlah bimbel dari tahun ke tahun semakin meningkat (Hariatama, 2021). Saat ini banyak bimbel terkemuka sudah tersebar di berbagai daerah (Swara & Ramadhan, 2017). Beberapa diantaranya adalah Primagama, Kumon, Bima Aiueo, dan Ganesha Operation. Keberadaan bimbel-bimbel tersebut tentu sangat membantu para orang tua yang sibuk dalam mendampingi dan membimbing anak sewaktu belajar.

Selain karena keinginan orang tua untuk meningkatkan prestasi akademik anaknya, menjamurnya bimbel-bimbel terkemuka itu dikarenakan banyaknya masyarakat yang berminat untuk membeli sistem bisnis tersebut. Hal ini dapat dikatakan sebagai bisnis waralaba atau *franchise* dibidang pendidikan. Waralaba artinya suatu perjanjian bidang usaha di mana perusahaan (pemberi waralaba) memberikan kewenangan kepada pihak penerima waralaba buat memasarkan menjual produk atau layanan perusahaan di bawah aturan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba. *Franchisee* memakai nama perusahaan *franchisor*, produk dan jasa, sistem penjualan, spesialisasi, sistem operasional, dan fasilitas pendukung pihak *franchisor*. Sebagai imbalannya, pihak penerima waralaba membayar biaya lisensi (biaya layanan manajemen) sesuai perjanjian yang telah diatur sebelumnya. (Hudiarini, dkk, 2016). Pada masa sekarang ini bidang usaha waralaba sangat bervariasi, termasuk dalam bidang pendidikan. Beberapa contoh waralaba bidang pendidikan adalah sebagai berikut. Dengan menjalankan bisnis waralaba, seseorang tidak perlu lagi memulai bisnis dari awal dan hanya perlu menjalankannya saja karena sistem bisnis tersebut sudah teruji dan siap dijalankan oleh pembeli (Vega, 2017).

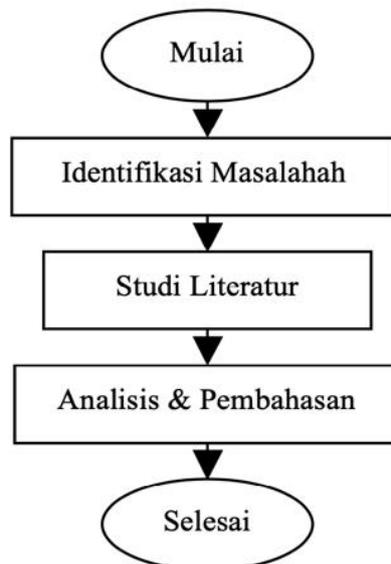
Banyaknya waralaba bidang pendidikan yang ada, meningkatkan persaingan antar bimbel. Masing-masing bimbel tentunya memiliki strategi pemasaran untuk menarik perhatian para orang tua dan anaknya. Banyak bimbel yang melakukan promosi melalui iklan (Mariyanto, 2017). Iklan memiliki banyak keunggulan untuk digunakan sebagai sarana promosi. Beberapa diantaranya adalah skala penyebaran dapat dilakukan tanpa batas, mudah, murah, dan cepat (Santoso & Larasati, 2019). Namun dengan penggunaan iklan, keberadaan waralaba di bidang pendidikan tersebut sangat terkesan hanya mencari keuntungan dan menjadikan pendidikan layaknya konsumerisme atau sesuatu yang dikonsumsi (Mariyanto, 2017). Dikatakan Baudrillard (dalam Nisrina *et al.*, 2020) bahwa konsumerisme mengubah rasionalitas kebutuhan lebih kepada pemenuhan keinginan. Pemenuhan keinginan dalam hal ini adalah keinginan dari para orang tua untuk menambah waktu belajar anak dengan mendaftarkannya ke salah satu waralaba bimbingan belajar guna meningkatkan prestasi tanpa memperdulikan keputusan anak. Sehingga banyak juga anak yang sudah mengikuti bimbingan pada salah satu waralaba pendidikan ternama tetapi tidak ada peningkatan prestasi akademik. Selain itu, salah satu faktor yang dapat diperkirakan juga adalah tidak seriusnya pihak waralaba atau bimbel dalam berusaha meningkatkan kompetensi anak tetapi lebih berfokus meningkatkan keuntungan.

Pemberi waralaba perlu memiliki aturan dalam kerja sama yang dilakukan dengan penerima waralaba, diantaranya dengan memasukan unsur *local genius* sebagai landasan bisnis. Salah satu diantaranya adalah *Tri Hita Karana*, *Tri Hita Karana* dapat dijadikan landasan pengembangan bisnis waralaba karena kearifan lokal tersebut dapat dijadikan acuan dalam menyelaraskan aspek-aspek pengembangan berbagai macam hal, termasuk

di dalamnya mengembangkan waralaba pendidikan (Dikta, 2020). Seperti yang dikatakan sebelumnya bahwa diperlukan *local genius* sebagai landasan, maka pengembangan waralaba pendidikan sebaiknya berlandaskan falsafah *Tri Hita Karana*. *Tri Hita Karana* artinya adalah tiga sebab kebahagiaan dengan menjaga hubungan harmonis dengan Tuhan (*parahyangan*), manusia (*pawongan*), dan lingkungan (*palemahan*) (Parmajaya, 2020). Dalam konteks pendidikan, dikatakan bahwa *Tri Hita Karana* sangat berperan dalam peningkatan kualitas, karakter dan relevansi pendidikan bagi peserta didik (Wiradnyana, 2020). Dengan berlandaskan *Tri Hita Karana*, diharapkan waralaba pendidikan tidak hanya mementingkan keuntungan semata, namun juga berorientasi dan menjaga baik hubungan dengan ketiga hal yang disebutkan sebelumnya sehingga hal-hal baik seperti keuntungan akan mendekat seiring berjalannya waktu.

Metode

Penelitian yang dilaksanakan ini termasuk studi literatur yakni jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan kajian kepustakaan (*liberary research*), dimana penelitian ini berupaya mendeskripsikan kenyataan fenomena yang terjadi dan telah berjalan di masa kini maupun masa lalu. Studi berikut mefokuskan pada pelaksanaan bisnis waralaba (*Ganesha Operation*, Primagama, Bimba AIUEO, dan Kumon) ditinjau dari perspektif *Tri Hita Karana* atau yang disingkat THK. Alur penelitian secara terperinci dapat dilihat pada gambar 1 seperti berikut ini.



Gambar 1. Alur Penelitian
(Sumber: Rumetna, 2018)

Tahapan pertama penelitian ini yaitu melakukan identifikasi masalah, masalah yang dikemukakan adalah apakah bisnis waralaba di bidang pendidikan (Primagama, Kumon, Bimba Aiueo, dan GO) sudah dijalankan berlandaskan *Tri Hita Karana*. Tahap selanjutnya adalah studi literatur dengan menggunakan berbagai sumber informasi yang ditemukan melalui artikel, jurnal dan dokumen-dokumen pendukung lainnya. Tahap selanjutnya adalah analisis dan pembahasan, dalam tahap ini penulis mengkaji bisnis waralaba bidang Pendidikan (Primagama, Kumon, Bimba Aiueo, dan GO) sudah dikembangkan menggunakan landasan *Tri Hita Karana* atau belum. Setelah semua sudah selesai dianalisis maka selanjutnya disusun dalam artikel ini hingga tahap publikasi.

Hasil dan Pembahasan

1. Hakikat Waralaba Bidang Pendidikan

Waralaba dalam referensi kamus besar bahasa Indonesia menyiratkan upaya terkoordinasi di berbagai bidang yang berhubungan dengan konveksi, kebebasan eksekutif, menampilkan keistimewaan. Diversifikasi dalam istilah yang tidak biasa disebut pendirian. Dilihat dari awal kata wara berarti lebih banyak dan laba memiliki manfaat, sehingga cenderung disimpulkan bahwa diversifikasi berarti bekerja sama untuk mendapatkan keuntungan (Munawaroh, 2012).

Hardjiwidagdo (Riva'i, 2018) menyebutkan waralaba adalah pertukaran jenis tenaga kerja dan produk yang memiliki kualitas tertentu dalam item atau struktur yang dikembangkan, dari atribut organisasi (logo, rencana, dan merek) dalam setiap acara, termasuk pakaian dan kehadiran pekerja organisasi, memamerkan rencana dan hadiah fungsional. Lebih lanjut dijelaskan bahwa waralaba adalah pertukaran tenaga kerja dan produk dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau organisasi untuk mempertahankan bisnis dengan merek, nama, kerangka kerja, kasus dan strategi yang telah dipilih. untuk periode tertentu yang mencakup wilayah tertentu.

Jenis-jenis waralaba ada banyak, yang sering di jumpai misalnya dalam bidang penjualan barang ada *franchise* Indomaret dan Alfamart. Nah dalam bidang jasa diantaranya pendidikan yang di temui diantaranya *franchise* Primagama, Ganesha Operation dan lainnya. Agar kolaborasi yang dibentuk melalui *franchise* ini berjalan dengan baik maka perlu dibentuk sebuah perjanjian *franchise*. Perjanjian waralaba berarti salah satu bagian dari jaminan yang sah untuk perkumpulan dari merugikan perkumpulan lain, mengingat untuk memberikan keamanan yang sah untuk hak inovasi berlisensi.

Melalui perjanjian yang telah disampaikan, hal tersebut sebagai pedoman untuk proteksi hukum berlaku untuk seluruh aspek yang berperan serta di sistem waralaba. Jika terdapat salah satu pihak yang tidak taat dengan perjanjian yang telah ditentukan, dapat dilakukan penuntutan terhadap pihak yang melanggar tersebut sesuai kewenangan yang ada. Berdasarkan perjanjian waralaba tersebut, dipahami yakni perjanjian tersebut mengontrol perihal proteksi hak dengan mendetail yaitu memakai margin eksklusif yang tidak boleh dilanggar sang *franchise*, yang secara pribadi juga tidak eksklusif mengarah buat melindungi hak kekayaan intelektual asal pemberi waralaba (Hanim, 2011). Menurut Trisna, (2018) pengertian waralaba harus memuat pernyataan yang diatur dalam pengaturan Pasal 5 UU No. 42 Tahun 2007 antara lain, (1) nama dan alamat perkumpulan, (2) macam-macam hak inovasi yang berizin, (3) latihan bisnis, (4) hak dan komitmen perkumpulan, (5) bantuan, jabatan, arahan fungsional, persiapan, dan pertunjukan yang diberikan oleh franchisor kepada *franchisee*, (6) wilayah usaha, (7) Jangka waktu pengaturan, (8) strategi untuk pembayaran angsuran, (9) kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan kebebasan penerima manfaat, (10) penyelesaian pertanyaan, (11) sistem untuk memperluas, mengakhiri, dan mengakhiri pemahaman.

Menurut Slamet (2011) di bidang usaha waralaba di Indonesia diatur dalam Buku III Kitab Undang-undang Hukum Perdata sebagai aturan umum dan Undang-undang Republik Indonesia. tanggal 23 Juli 2007 Nomor 42 tahun 2007 tentang pembedaan dan pedoman pendeta bursa Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal Jalan 29 tahun 2006 tentang tata cara pemberian badan usaha perjanjian pendaftaran.

Sebagaimana dinyatakan dalam pasal 1 ayat (1) undang-undang tidak resmi nomor 42 Tahun 2007 tentang diversifikasi, suatu waralaba adalah hak luar biasa yang dituntut oleh orang perseorangan atau unsur usaha terhadap suatu kerangka usaha dengan sifat-sifat usaha dalam rangka memamerkan produk atau potensi manfaat yang telah dimiliki. terbukti efektif apa lagi yang bisa digunakan dan juga dimanfaatkan oleh berbagai perkumpulan berdasarkan pengaturan pendirian.

Sesuai dengan pasal 4 undang-undang tidak resmi nomor 42 tahun 2007 bahwa diversifikasi dilakukan karena adanya pengaturan yang tersusun antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dengan memperhatikan peraturan Indonesia. Jika pengaturan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam suatu dialek yang tidak diketahui, pemahamannya harus diubah ke dalam bahasa Indonesia.

Menurut pasal 7 Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 jo pasal 11 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat tanda pendaftaran usaha waralaba, Pengaturan pendirian bersama dengan pernyataan tertulis harus didaftarkan ke *chief general of homegrown exchange di service of exchange* jika penerima waralaba utama mulai dari *franchisor* luar negeri diperlukan dan ke *top of the assistance* yang bertanggung jawab untuk pertukaran terdekat misalnya penerima waralaba utama dimulai dari pemberi waralaba asal. pemberi waralaba dalam negeri dan pembukaan dengan penerima waralaba mulai dari luar negeri dan pemberi waralaba tumbuhan dalam negeri wajib, selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari sejak disahkannya kuasa pendirian untuk memperoleh surat tanda daftar usaha pendirian (STPUW). Pendaftaran ini dilakukan sehubungan dengan dan untuk mendukung kemajuan bisnis melalui suatu perusahaan. Surat pernyataan pendaftaran usaha pendirian (STPUW) bersifat substansial untuk jangka waktu 5 tahun dan dapat diperpanjang dalam hal jangka waktu pengurusan pendirian tersebut belum sah. Dalam hal pemberi waralaba mengakhiri pengertian pendirian sebelum lewatnya jangka waktu sahnya dan kemudian memilih pendirian lain, maka penerbitan STPUW bagi pendirian baru tersebut dapat diperbolehkan apabila pemberi waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul karena penyelesaian tersebut. dinyatakan sebagai pernyataan bersama (pemisahan total). Demikian persetujuan tersebut dipaksakan oleh pasal 14 pedoman pendeta bursa Republik Indonesia No. 12/MDAG/PER/3/2006.

2. Waralaba Bidang Pendidikan Ditinjau dari Perspektif *Tri Hita Karana*

Fakta yang ada di Bali menjadikan *Tri Hita Karana* sebagai adat. *Tri Hita Karana* jika dilihat dari akar kata terdiri dari tiga kata yaitu tri, hita dan karana. Kata tri berarti tiga, kata hita berarti kebahagiaan dan kata karana berarti sebab. Jadi kata *Tri Hita Karana* menyiratkan tiga alasan kerukunan dan keharmonisan sepanjang kehidupan sehari-hari. Ada bagian-bagian dari *Tri Hita Karana* antara lain, (1) *parhyangan*, yaitu hubungan yang harmonis antara manusia dengan Tuhan), (2) *pawongan*, yaitu hubungan persahabatan antara manusia dan manusia lainnya atau dengan sesama, (3) *palemahan*, khususnya sebuah hubungan antara manusia dengan lingkungan (Mahardika, Sindu and Suyasa, 2019). *Tri Hita Karana* adalah hubungan atau kehidupan yang sesuai dan selaras antara keabadian/surgawi pada Tuhan Yang Maha Esa, komitmen terhadap individu (sosial) dan cinta terhadap habitat biasa dalam kaitannya dengan gagasan yadnya. Melalui pelaksanaan pelajaran *Tri Hita Karana*, penting untuk memiliki pilihan untuk membentuk kepribadian siswa di sekolah menjadi pemuda yang cerdas dan memiliki pribadi yang terhormat, tegas, peduli terhadap iklim umum, peduli pada orang lain (Widya, 2017).

Implementasi *Tri Hita Karana* pada elemen bisnis dapat dilihat dari 3 unsur yaitu (1) *parahyangan*: bagaimana bisnis tersebut dijalankan dengan selalu menunjukkan perilaku bersyukur kepada keberadaan Tuhan dan percaya bahwa Tuhan selalu memberikan jalan terbaik dalam pengembangan bisnisnya, (2) *pawongan*: bagaimana bisnis harus dikembangkan dengan memelihara hubungan baik antar subjek pelaku bisnis tersebut, bagaimana selayaknya atasan terhadap bawahan, begitu juga sebaliknya, (3) *palemahan*: dalam menjalankan bisnis tentu tidak terlepas dari rasa sukur terhadap lingkungan sekitarnya, missal limbah produksi tidak dibuang sembarangan yang membuat

lingkungan tercemar. Berkaitan dengan hal tersebut, maka selanjutnya akan dibahas tentang implementasi bisnis waralaba bidang pendidikan ditinjau dari perspektif THK.

3. Ganesha Operation

a. Sejarah Lembaga Bimbingan Belajar Ganesha Operation

Ganesha Operation atau yang lebih dikenal sebagai GO adalah sebuah bimbel yang awalnya didirikan di kota Bandung pada 1 Mei 1984. Melalui ketekunan bimbel ini telah berkembang sampai saat ini memiliki 788 outlet ydan telah tersebar di 272 kota besar de-Indonesia. Sejarah munculnya bimbel GO adalah adanya ketimpangan informasi bagi siswa-siswa yang saat itu akan menamatkan diri dari sekolah lanjutan tingkat atas (SLTA) yang masih bingung memilih tujuan perguruan tinggi negeri (PTN). Hal inilah yang mendorong GO untuk dapat menjembatani para siswa tersebut dengan berbagai informasi berkaitan dengan PTN seperti (prospek dan tingkat persaingannya), membantu siswa memberikan latihan soal sesuai ruang lingkup jurusan yang dipilih. Hal ini sangat membantu para siswa sehingga banyak yang lulus PTN sesuai dengan keinginan .

Pengembangan secara serius *franchise* GO dimulai pada tahun 1995, sejak saat itu banyak cabang-cabang yang telah dibuka di seluruh penjuru nusantara, dengan adanya *treck record* yang baik mengakibatkan bimbel ini selalu penuh dengan siswa yang ingin mendaftar dan mengikuti pembelajaran disana. Pasarannya semakin diperluas dengan membuka kelas diberbagai tingkatan pendidikan, mulai dari tingkat sekolah dasar, sekolah menengah pertama, hingga sekolah menengah atas.

Beberapa elemen pendukung dalam proses pembelajaran berupa berbagai teknologi seperti audio visual, sistem informasi manajemen berbasis komputer dengan perangkat *touch screen*, pencatatan kehadiran secara *real-time*, pembelajaran dengan bantuan komputer, internet dan jaringan area lokal (LAN) adalah alat yang dipergunakan oleh bimbel Ganesha Operation. Dalam perjalanannya, GO tidak lagi hanya sebatas melatih siswa kelas 3 SMA untuk menghadapi UAN dan SPMB, namun kini menerima siswa kelas 2 dan 1 SMA; kelas 3, 2 dan 1 sekolah menengah pertama; untuk kelas 6, 5 dan 4 sekolah dasar.

b. Ganesha Operation Ditinjau Dari Perspektif THK

1) Parhyangan (interaksi dengan Tuhan)

Sesuai perspektif THK komponen *parhyangan*, Ganesha Operation mengembangkan usaha dengan serius dan diikuti dengan doa, sehingga tuhan memberikan jalan. Ganesha Operation dipercaya oleh banyak orang, dan setiap cabang memiliki banyak siswa. Ganesha Operation melakukan usaha dengan sungguh-sungguh dan percaya dengan kehendak Tuhan merupakan implementasi *parhyangan*.

2) Pawongan (interaksi dengan sesama manusia)

Sesuai dengan perspektif THK komponen *pawongan* Ganesha Opreation memiliki cita-cita mulia untuk membantu siswa agar dapat memasuki PTN. Hal tersebut merupakan implementasi *Pawongan*. Selain itu Ganesha Operation menyediakan berbagai fasilitas yang menunjang pembelajaran siswanya, salah satunya yaitu pencatatan kehadiran secara *real time* untuk memastikan kehadiran para siswanya dalam mengikuti kegiatan belajar. Dapat disimpulkan bahwa Ganesha Operation memiliki hubungan baik antar sesama sebagai implementasi Pawongan.

3) Palemahan (interaksi dengan alam)

Terdapat banyak fasilitas yang disediakan oleh GO untuk mendukung kenyamanan dan proses belajar siswa yaitu konsultasi pemilihan SMA *favorit*, *try out*, evaluasi hasil *try out*, *opscan 4 U scanner* (OMR) dan DMR, GO *smart* (GO *executive*) dan lainnya.

GO *smart* yaitu *id card* yang digunakan untuk melakukan pencatatan kehadiran. Sesuai perspektif THK komponen *parhyangan*, absensi menggunakan teknologi akan mengurangi penggunaan kertas yang artinya juga meminimalisir penebangan pohon yang diambil serat-seratnya untuk dijadikan kertas. Dengan menjalin hubungan baik dengan alam maka alam atau lingkungan akan tetap lestari. Hal tersebut sebagai implementasi *palemahan*. Berdasarkan pemaparan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa bimbingan belajar Ganesha Operation telah menunjukkan persepektif TKH dalam usaha yang dijalankan. Hal tersebut menunjukkan bahwa telah terjadi harmonisasi antara perolehan keuntungan melalui bisnis waralaba dengan implementasi THK melalui waralaba bidang pendidikan.

4. Primagama



Gambar 2. Logo Lembaga Pendidikan Primagama
(Sumber: Primagama, 2014)

a. Sejarah Singkat Primagama

Primagama merupakan salah satu lembaga pembinaan yang paling dikenal oleh sebagian besar wali di Indonesia, karena hampir semua wilayah perkotaan di Indonesia memiliki lembaga pembinaan ini. Primagama didirikan oleh Purdie Candra dan kawan-kawan pada *walk* 10 tahun 1982. Saat itu Purdie masih menjadi mahasiswa di 4 narasumber di UGM dan IKIP Yogyakarta. Orang yang lahir di Lampung pada 9 September 1959 itu putus asa meninggalkan sekolah untuk melanjutkan pekerjaan. Purdie telah dikaitkan dengan dunia bisnis sejak sekolah menengah dengan beternak ayam dan bebek, dan setelah itu menjual telur dengan hati-hati.

Awalnya, tujuan Purdie adalah membantu siswa kelas tiga yang sore harinya keluar dari SMA untuk masuk ke jenjang PTN. Modal awal yang ia miliki adalah Rp 300.000, kemudian ia mendirikan Yayasan Arah Uji Primagama di Yogyakarta. Bisnis mentoring ini tidak diragukan lagi sangat potensial dan pada saat itu relatif sedikit yang memilikinya. Pada awal usaha ini, banyak kendala yang dihadapi, antara lain daerah yang masih minim yang memahami bahwa pengajaran di luar sekolah penting untuk perbaikan dan lebih selektif arahnya. Kemajuan Primagama yang awalnya hanya memiliki 1 outlet mulai berkembang secara bertahap, Purdie sangat terbantu oleh saudaranya yang umumnya pergi bersamanya keliling Indonesia untuk membuka cabang Primagama.

Secara bertahap mahasiswa Primagama telah menjadi lebih dari 100 ribu orang setiap tahun, dengan banyak outlet di berbagai wilayah metropolitan di Indonesia. Berkat peningkatan ini, Primagama akhirnya dinobatkan sebagai pembinaan terhebat di Indonesia oleh MURI (lobi pajangan rekor Indonesia). Yang pasti, bahkan oleh dan oleh Primagama telah menjelma menjadi *holding association* yang mengkoordinir lebih dari 20 pembantu yang aktif dengan berbagai bidang, misalnya bimbingan belajar formal, persiapan non formal, media transmisi, *travel service*, *bistro*, supermarket, asuransi, *furniture*, hijau, dan lain-lain menang karena menghasilkan omzet Primagama hampir 70 miliar secara konsisten, dengan 200 gerai lebih dari 106 wilayah metropolitan.

Pada awal berdirinya, Primagama hanya berpusat pada membantu rencana siswa sekolah menengah atas untuk PTN yang cintai, namun di samping kebutuhan daerah akan lembaga pendidikan yang dapat mengarahkan anak-anak untuk mencapai target pendidikan yang paling ekstrem, Primagama hadir dengan serius. bantuan belajar di semua tingkat pelatihan.

b. Primagama Ditinjau Dari Perspektif *Tri Hita Karana*

Pada sub bagian ini akan dibahas waralaba bidang pendidikan ditinjau dari perspektif THK, seperti yang di ketahui bahwa THK terdiri dari 3 komponen utama yaitu:

1) *Parhyangan* (interaksi dengan Tuhan)

Sesuai perspektif THK komponen *parhyangan* maka bisa dikatakan Purdie tergolong percaya dengan keberadaan Tuhan, terbukti dia tidak pernah berputus asa dan kembali membangun primagama dari masa jatuh bangun tersebut. Terbukti dengan kerja kerasnya bimbingan belajar Primagama telah mengalami perkembangan pesat hingga saat ini.

2) *Pawongan* (interaksi dengan sesama manusia)

Sesuai dengan perspektif THK komponen *pawongan* maka niat baik Purdie Candra mendirikan bimbel untuk membantuk siswa SMA yang akan masuk perguruan tinggi merupakan salah satu implementasi THK yaitu *pawongan*. Selain itu dengan banyaknya cabang yang dimiliki oleh Primagama, hal tersebut juga menambah peluang dan kesempatan kerja bagi masyarakat sehingga mampu memenuhi kebutuhan hidup pekerjanya.

3) *Palemahan* (interaksi dengan alam)

Bimbingan belajar Primagama memiliki banyak kegiatan untuk menunjang kegiatan belajar siswanya, salah satu kegiatan yang rutin dilakukan adalah suplemen khusus yang diberikan oleh kantor Primagama, antara lain: *outbound training*, AMT, dll. pada konsep THK komponen *palemahan* maka kegiatan *outbound* merupakan salah satu implementasinya. Melalui kegiatan *outbound* siswa bisa diajak melakukan berbagai *games* dilingkungan terbuka untuk mereshop kepenatan yang sudah dilalui selama belajar. *Outbound* juga salah satu kegiatan yang mengasah kepedulian seseorang terhadap lingkungan sekitarnya, menjaga lingkungan tetap bersih dan terawat.

Setelah membaca pemaparan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa bimbingan belajar Primagama telah menunjukkan perseptif TKH dalam bisnis yang dijalankan. Hal ini mengisyaratkan bahwa telah terjadi harmonisasi antara meraup keuntungan melalui bisnis waralaba dengan implementasi THK melalui waralaba bidang pendidikan.

5. Bimba-Aiueo

Bimba-Aiueo adalah asisten dengan panduan ulasan yang membantu anak-anak untuk tertarik membaca dan belajar anak-anak. Bimba-Aiueo adalah organisasi pendidikan nonformal yang didirikan oleh yayasan persekolahan anak indonesia (YPAI), yang didirikan pada tahun 1996. Bimba-Aiueo bukanlah tempat untuk pembinaan, melainkan unit hierarkis yang menggunakan strategi mbaaiueo, dan itu menyiratkan suatu teknik untuk pengajaran dan persiapan yang mengarah pada minat yang mendorong dalam membaca. juga belajar anak-anak pada drive sendiri, tanpa intimidasi orang tua. Berikut adalah gambaran Bimba-Aiueo yang lebih lengkap.

Rancangan peraturan pemerintah tentang pendidikan anak usia dini (RPP PAUD) yang mengatur pelatihan pemuda belum berjalan sesuai harapan. Pendiri yayasan pengembangan anak indonesia (YPAI), khususnya Bapak Ir. Bambang Suyanto, secara definitif pada tanggal 3 Desember 1996. Ia sering memikirkan tentang peningkatan generasi muda dengan membuat suatu teknik untuk menumbuhkan cara-cara

mempersiapkan dan mendorong minat membaca dan belajar bagi generasi muda, khususnya bagi anak-anak kecil. muda (usia 3-6 tahun). Teknik ini disebut Mba-Aiueo. Pada tahun 2007 memulai sebagai kaki tangan karena YPAI adalah pemilik dan penulis Bimba-Aiueo (arahan untuk memahami minat dan keuntungan anak-anak aiueo dalam belajar) (Rahma, 2015).

Sampai saat ini, sekolah tidak terlepas dari komitmen belajar. Oleh karena itu, banyak siswa merasa telah gagal karena sistem pendidikan yang melelahkan dan melelahkan. Instruktur menengahi kerangka pembelajaran akan sering mengerikan, yang mengkhawatirkan siswa. Jadi, sangat penting untuk mengamati jawaban untuk mempelajari potensi pintu terbuka yang menyenangkan dan memberi energi. Rendahnya kualitas bacaan anak muda saat ini dipengaruhi oleh tidak adanya perhatian dari otoritas publik tentang pengajaran anak muda. Investasi negara dalam pelaksanaan pelatihan pemuda tidak sebanding dengan jumlah anak muda (Rahma, 2015).

Biaya pendaftaran Bimba-Aiueo adalah Rp 250.000, dengan biaya pendidikan bulan ke bulan mulai dari Rp 150.000 - Rp 350.000. Biaya yang dirujuk untuk setiap unit cabang dapat berubah, karena Bimba-Aiueo juga mengembangkan bisnis ini dengan plot pendirian. Mengenai waralaba bidang pendidikan ditinjau dari perspektif *Tri Hita Karana*. Adapun 3 komponen utama THK ada 3 yaitu:

a. *Parhyangan* (interaksi dengan Tuhan)

Sesuai dengan perspektif THK komponen *parhyangan* Bimba-Aiueo percaya dengan Tuhan sebagai maha pencipta. Tuhan menciptakan setiap anak dengan kepribadian yang unik. Sehingga setiap individu memiliki kelebihan tersendiri. Maka dari itu di Bimba-Aiueo anak belajar dengan kemauan sendiri dan tanpa paksaan, karena setiap anak merupakan ciptaan tuhan yang unik. Pada konsep THK hal tersebut merupakan implementasi *parhyangan*.

b. *Pawongan* (interaksi dengan sesama manusia)

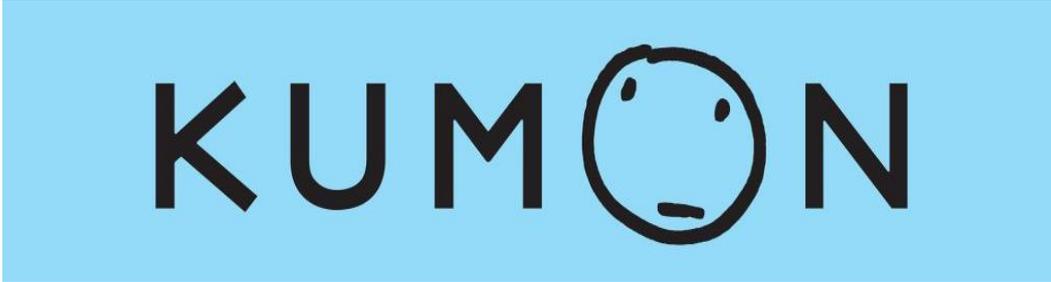
Sesuai dengan perspektif THK komponen *pawongan* maka kepedulian YPAI terkait perkembangan anak usia dini merupakan implementasi dari *pawongan*. Selain itu Bimba-Aiueo memiliki beberapa metode belajar salah satunya yaitu metode *fun learning*. Metode ini merupakan metode dengan proses belajar yang menyenangkan dengan penerapan 5s yakni sambut, senyum, sapa, salam, serta sebut nama. Kegiatan belajar didominasi dengan permainan yang tidak membebani anak. Sehingga menciptakan kenyamanan bagi anak dalam mengikuti pembelajaran. Hal tersebut merupakan implementasi *pawongan*.

c. *Palemahan* (interaksi dengan alam)

Untuk menjadi mitra Kumon cukup mendaftar menggunakan *link*. Pada konsep THK komponen *palemahan* maka kegiatan pendaftaran melalui *link* tersebut merupakan salah satu implementasinya. Pendaftaran untuk menjadi mitra dengan memanfaatkan teknologi, merupakan salah satu kegiatan yang dapat dikatakan mengurangi penggunaan kertas. Sehingga hal tersebut juga mengurangi penebangan pohon yang umumnya digunakan sebagai bahan untuk membuat kertas. Dalam hal ini terjalin hubungan yang baik antara manusia dengan alam.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa bimbingan belajar Bimba-Aiueo telah menunjukkan persepektif TKH dalam usaha yang dijalankan. Hal tersebut menunjukkan bahwa telah terjadi harmonisasi antara perolehan keuntungan melalui bisnis waralaba dengan implementasi THK melalui waralaba bidang pendidikan.

6. Kumon



Gambar 3. Logo Kumon
(Kumon Institute of Education Co, 2021)

a. Sejarah

Ada cerita dibalik berdirinya lembaga belajar bernama Kumon. Pada tahun 1954, ibu dari Takeshi Kumon yang saat itu masih duduk di bangku sekolah dasar melihat hasil tes matematika di saku anaknya. Hasil dari tes tersebut ternyata tidak sebagus biasanya. Dilakukan diskusi dengan ayah dari Takeshi yang bernama Toru Kumon. Toru Kumon merupakan seorang guru matematika SMA. Toru Kumon ingin perubahan terjadi pada anaknya. Beberapa lembar kerja matematika dibuat oleh Toru Kumon untuk anaknya dengan tujuan membangun atau mengembangkan pola pikir belajar mandiri.

Setelah mencoba beberapa cara dan terus gagal, Toru Kumon membuat soal-soal hitungan dasar untuk Takeshi pada lembaran kertas. Ternyata hal tersebut dapat membuat kemampuan Takeshi berkembang pesat dengan latihan setiap hari selama 30 menit. Hal yang menakjubkan adalah Takeshi dapat mencapai pelajaran kalkulus diferensial dan integral pada saat masih di kelas 6 SD.

Keberhasilan Takeshi membuat Toru Kumon mengajak beberapa anak di sekitar tempat tinggalnya untuk belajar di rumahnya dengan tujuan mengembangkan sebanyak mungkin potensi anak dengan metode belajar yang sama dengan Takeshi. Beberapa anak tersebut ternyata berhasil mengembangkan kemampuan berhitungnya sama seperti Takeshi Kumon. Pada tahun 1958 Toru Kumon berinisiatif untuk membuka bimbingan belajar pada kelas matematika di Osaka dan sejak saat itu siswa yang tertarik untuk menjadi bagian dari Kumon semakin meningkat.

Menurut Toru Kumon, semua anak memiliki potensi untuk berubah dan berkembang lebih baik melalui latihan membaca, menulis, dan berhitung. Visi Kumon yakni melatih dan menggali potensi dan kemampuan anak untuk membentuk seorang individu yang dapat berkontribusi kepada masyarakat luas. Sedangkan misinya adalah menjadikan banyak individu belajar dan berlatih dengan metode Kumon agar dapat membangun pola pikir belajar mandiri. Tujuan Kumon adalah untuk berkontribusi kepada masyarakat global melalui pendidikan perseorangan.

b. Kumon Ditinjau Dari Perspektif *Tri Hita Karana* (Kumon)

Pada sub bagian ini dibahas mengenai waralaba bidang pendidikan ditinjau dari perspektif *Tri Hita Karana*. Adapun 3 komponen utama THK ada 3 yaitu:

1) *Parhyangan* (interaksi dengan Tuhan)

Berdasarkan latar belakang didirikannya Kumon, jika ditinjau dari perspektif THK komponen *parhyangan*, Toru Kumon percaya akan anugerah Tuhan bahwa setiap anak dibekali kemampuan masing-masing. Sehingga setiap anak memiliki kemampuan yang berbeda dan anugerah Tuhan tersebut sepatutnya di syukuri. Hal tersebut merupakan implementasi *parhyangan*.

2) *Pawongan* (interaksi dengan sesama manusia)

Sesuai dengan perspektif THK komponen *pawongan* maka sikap mulia Toru Kumon yaitu membimbing anak-anak dilingkungannya untuk belajar dan tanpa membeda-

bedakan setiap anak merupakan implementasi *pawongan*. Selain itu pada tahun 1958, Toru Kumon memutuskan untuk mendirikan usaha di Osaka dan membuka lebih banyak kelas matematika. Sejak saat itu, jumlah siswa Kumon perlahan-lahan meningkat.

Sesuai dengan perspektif THK komponen *pawongan*, dengan didirikan Kumon banyak siswa yang terbantu dengan metode belajar yang diterapkan oleh Toru Kumon. Selain itu usaha Kumon yang didirikan juga menyerap tenaga kerja, sehingga banyak orang yang mendapat pekerjaan dengan adanya usaha Kumon tersebut. Ini juga merupakan implementasi THK komponen *pawongan*.

3) *Palemahan* (interaksi dengan alam)

Syarat untuk menjadi mitra kumon yaitu, Kumon mewajibkan untuk mengisi formulir online yang telah disediakan di webnya. Sesuai dengan perspektif THK komponen *palemahan* formulir yang di sediakan di web dan dapat diisi secara online tentunya mengurangi penggunaan kertas. Maka akan mengurangi penebangan pohon yang akan dijadikan kertas. Hal tersebut merupakan implementasi *palemahan*, dimana lingkungan akan tetap lestari jika penebangan pohon tidak dilakukan secara terus-menerus.

Sesuai dengan pemaparan sebelumnya, disimpulkan bahwa bimbingan belajar Kumon telah menunjukkan perseptif TKH dalam usaha yang dijalankan. Hal tersebut menunjukkan bahwa telah terjadi harmonisasi antara perolehan keuntungan melalui bisnis waralaba dengan implementasi THK melalui waralaba bidang pendidikan.

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan sebelumnya tentang waralaba bidang pendidikan diantaranya Ganesha *Operation*, Primagama, Bimba-Aiueo, dan Kumon, ternyata hampir semua waralaba dikembangkan dengan berlandaskan *Tri Hita Karana* baik secara eksplisit maupun implisit dan tidak hanya mementingkan keuntungan waralaba. Bentuk pengembangan waralaba dalam pendidikan berlandaskan *Tri Hita Karana* diantaranya ada yang terus berusaha untuk mengembangkan waralaba dengan terus yakin kepada Tuhan (*parahyangan*), berperilaku baik kepada peserta didik maupun tenaga kerja (*pawongan*), dan yang terakhir seperti penggunaan media elektronik untuk mengganti kertas yang akan berdampak pada lingkungan (*palemahan*).

Daftar Pustaka

- Dikta, P. G. A. (2020). Pembelajaran Berorientasi Tri Hita Karana Sebagai Upaya Penguatan Kualitas Pendidikan Dasar pada Abad Ke-21. *Pendasi: Jurnal Pendidikan Dasar Indonesia*, 4(1), 127.
- Fatimah, S., Nurhadi, & Liestyasari, S. I. (2016). Motif ‘Agar’ dan Motif ‘Karena’ dalam Keputusan Orang Tua Memilih Lembaga Bimbingan Belajar (Studi Fenomenologi Alfred Schutz dalam Konteks Lembaga Bimbingan Belajar di Kabupaten Sukoharjo). *SOSIALITAS; Jurnal Ilmiah Pend. Sos Ant*, 5(2).
- Gideon, S. (2018). Peran Media Bimbingan Belajar Online Ruanguru dalam Pembelajaran IPA Bagi Siswa SMP dan SMA Masa Kini: Sebuah Pengantar. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 11(2), 167.
- Hanim, L. (2011). Perlindungan Hukum Haki dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia. *Jurnal Hukum Fakultas Hukum Unisula*, 2, 571–589.
- Hariatama, F. (2021). Analisis SWOT Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Lembaga Pendidikan Prima Mandiri Utama Palangka Raya. *Edunimics Journal*, 2(1), 1–12.

- Hudiarini, S., Kartiko, G., & Mundzir, H. (2016). Waralaba Model Bisnis Baru yang Berkelanjutan Ditinjau dari Aspek Hukum. *Jurnal Panorama Hukum*, 3(1), 59–73.
- Kumon Institute of Education Co, L. (2021). What the Kumon Logo Represent. <https://www.kumongroup.com/eng/about-kumon/logo/index.html?ID=eng>
- Mahardika, G. Y., Sindu, I. G. P. & Suyasa, P. W. A. (2019) Pengembangan Video Pembelajaran Tri Hita Karana dan Catur Guru dalam Mata Pelajaran Agama Hindu untuk Siswa Kelas V Sekolah Dasar Studi Kasus SDN 1 Tangguwisia. *KARMAPATI:kumpulan artikel mahasiswa pendidikan teknik informasi*. 8, 500-509.
- Mariyanto, T. (2017). Mitos Kesuksesan dalam Iklan Bimbingan Belajar Kumon. *The Journal of Society & Media*, 1(1), 43–66.
- Munawaroh, F. S. (2012). Pengertian Bisnis Waralaba atau Usaha Franchise.
- Nisrina, D., Widodo, I. A., Larassari, I. B., Rahmaji, F., Kinanthi, G., & Adi, H. (2020). Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Antropologi Sosial. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 78–88.
- Parmajaya, I. P. G. (2020). Penguatan Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal Tri Hita Karana Para Siswa Hindu. *Widyacarya: Jurnal Pendidikan, Agama, dan Budaya*. 11–17.
- Asriwandari, H., Rahmah, M., & Laila, Z. (2015). *Sosialisasi Usia Dini Lembaga Bimbingan Belajar (Studi Kasus Bimba-aiueo Ardath Kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Riva'i, M. (2012). Pengaturan Waralaba di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis. *Liquidity*, 1(2), 159-166.
- Rudy, L. S. M. P. & D. G. (1967). Waprestasi dalam Pelaksanaan Perjanjian Waralaba pada Lembaga Bimbingan Belajar di Kota Denpasar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Rumetna, M. S. (2018). Pemanfaatan Cloud Computing pada Dunia Bisnis: Studi Literatur. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(3), 305.
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif untuk digunakan dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36.
- Slamet, S. R. (2011). Waralaba (Franchise) di Indonesia. *Lex Jurnalica*, 8(2), 127–139.
- Swara, G. Y., & Ramadhan, S. J. (2017). Sistem Informasi Geografis Penyebaran Lokasi Lembaga Bimbingan Belajar Di Kota Padang Berbasis Android. *Jurnal Teknoif*, 5(2), 50–56.
- Trisna, N. (2018). Tinjauan Yuridis Terhadap Kedudukan Franchisee dalam Perjanjian Franchise (Waralaba) Nila Trisna. *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(1), 13–26.
- Vega, V. S. J. (2017). *Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (Franchise Contract) pada Bisnis Waralaba Bimbingan Belajar Studi pada Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Quantum Kids Bukittinggi* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Wiradnyana, A. (2020). Pengelolaan Lingkungan Belajar. *Widya Kumara Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 17.
- Widya, A. D. I., Pendidikan, J. and Volume, D. (2017) 'http://ejournal.ihdn.ac.id/index.php/AW', (April).