

### BAB III

## PELAKSANAAN AKAD JUAL BELI MELALUI MEDIA TELEPON DI RESTORAN MC DONALD'S CIPUTRA SEMARANG

### A. Profil Restoran Mc Donald's Ciputra Semarang.

#### 1. Sejarah dan Perkembangan Mc Donald's

##### a. Mc Donald's Internasional

Restoran ini didirikan oleh Richard & Maurice McDonald's pada tahun 1937 di sebelah timur kota Pasadena. Saat itu McDonald's hanya merupakan restoran *Drive In* yang pada waktu itu sedang berkembang pesat trend *Drive In*. Bangunan restorannya berbentuk persegi delapan, dengan mengekspose ruangan dapurnya dan tidak memiliki tempat duduk di bagian dalam restorannya.<sup>1</sup> Kedua bersaudara tersebut kemudian berniat untuk lebih mengembangkan restoran mereka, yang pada saat itu sudah cukup sukses dan menguntungkan. Fokus pengembangannya adalah pada kecepatan pelayanan yang diharapkan akan meningkatkan volume pembelian konsumen. Konsep utama yang diterapkan adalah kecepatan, harga terjangkau dan volume.

Restoran ini juga telah memiliki logo sendiri yaitu *The Golden Arch*. Logo ini dirancang oleh George Dexter yang merupakan seorang perancang *neonsign*. Logo ini memiliki warna

---

<sup>1</sup> [http:// Digital Collection/ Jiunkpe/ S1/ Eman/ 2001/ Jiunkpe-ns-S1-2001-31407075-228-McDonald's- Chapter 1.pdf](http://DigitalCollection/Jiunkpe/S1/Eman/2001/Jiunkpe-ns-S1-2001-31407075-228-McDonald's-Chapter1.pdf).

kuning terang dan berbentuk simple, mudah diingat dan juga secara tidak langsung mencerminkan huruf “M” dari McDonald's.

Pada saat itu, terjadi persaingan ketat pada bisnis *Drive In* dan McDonald's bersaudara ini mengalami kesulitan dalam berorganisasi dan menggerakkan yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha mereka. Dan saat itulah mereka bertemu dengan seseorang yang bernama Ray Kroc. Ray Kroc lah yang membantu McDonald's bersaudara untuk mengembangkan usaha tersebut. Jadi tidak benar jika selama ini orang menganggap bahwa Ray Kroc lah yang mendirikan McDonald's untuk pertama kalinya. Restoran McDonald's-nya yang pertama bukanlah McDonald's yang pertama. Ray Kroc kemudian melakukan pengembangan restoran melalui konsep *fast food*.

Pada sekitar tahun 1955 Ray Kroc mulai menjual waralaba McDonald's dan untuk pertama kalinya perusahaan *fast food* (siap saji) di San Bernardino, California menggunakan sistem *franchise* (waralaba). Sistem waralaba ini muncul dalam suatu bentuk yang mirip dengan yang kita saksikan sekarang, yaitu sebuah rancangan permasalahan yang disusun dengan seksama dan didokumentasikan secara lengkap dengan perjanjian-perjanjian mendetail antara perusahaan dalam hal ini adalah McDonald's dengan perusahaan yang akan berliansi. Jadi selama tahun 1950-an hingga tahun 1960-an, produk-produk burger McDonald's yang merupakan produk-

produk *fast food*, didistribusikan dengan cara penjualan langsung. Bisnis waralaba McDonald's ini mulai menyebar ke berbagai daerah dan negara bagian. Untuk itu Kroc menerapkan prosedur operasi standar (*Standart Observation Checklist*) untuk pembuatan hamburger dengan spesifikasi yang diduga sangat ketat, yaitu lemak dibawah 19%, berat 1,6 *ounce*, diameter 3,873 *inch*, dan *onion* 0,23 *ounce*. Selain memperlakukan pewaralaba secara strategis, Kroc juga memberikan suatu sistem operasi kepada partner-partner barunya. Sistem inilah yang memberikan kepastian semua produk yang disajikan adalah sama. Untuk itulah profesionalisme harus diterapkan. Dalam paradigma yang baru setiap operator dan pewaralaba bertindak seperti seorang manajer pabrik yang harus menerapkan manajemen profesional. Maka pada tahun 1961, Kroc meluncurkan program pelatihan yang kemudian dinamakan sebagai Hamburger University di restoran yang baru yaitu di Elk Village, Illinois. Di sana para pewaralaba dan operator dididik dalam cara-cara ilmiah dalam menjalankan restoran yang sukses dan dilatih dalam aspek-aspek operasi McDonald's berupa mutu, pelayanan, kebersihan dan nilai (*Quality, Service, Cleanliness, and Value*).

Hingga tahun 1960 Ray Kroc telah membuka 200 restoran di seluruh Amerika Serikat. Dan pada tahun 1961, Ray Kroc telah membeli saham perusahaan dari McDonald's bersaudara dengan hampir senilai US\$ 3.000.000,00. Perusahaan *fast food* McDonald's

ini terus mengembangkan jaringan waralabanya di lebih dari 60 negara. Dan saat ini McDonald's Corporation bersama dengan *franchise* dan cabang-cabangnya telah berjumlah lebih dari 14.000 restoran. McDonald's melayani lebih dari 22 juta orang setiap harinya atau sekitar 14.000 tamu setiap menitnya. Tidak diragukan lagi kalau hal ini menjadikan McDonald's sebagai organisasi bergerak di bidang makanan yang terbesar di dunia.

b. McDonald's Indonesia

Tumbuh dan berkembangnya McDonald's menjadi salah satu cerita tentang keberhasilan yang paling menarik dibidang usaha. Banyak restoran McDonald's dioperasikan secara perorangan. Demikian juga di Indonesia, McDonald's didirikan oleh Bambang N. Rachmadi dan dikelola oleh manajer Indonesia sendiri.<sup>2</sup>

Restoran McDonald's hadir di Indonesia pada tahun 1991<sup>3</sup> dan merupakan negara ke 70 dari McDonald's seluruh dunia. H. Bambang N. Rahcmadi Msc MBA adalah warga negara Indonesia pertama yang berhasil mendapatkan hak *master franchise* dari McDonald's Corporation dengan mengalahkan 13.000 pesaing. Sampai sekarang beliau bertindak sebagai Presiden Direktur McDonald's Indonesia. Sebelum membuka restorannya yang pertama di Sarinah-Jakarta, H. Bambang Rahcmadi Msc MBA diwajibkan

---

<sup>2</sup> Mc.Donald's, *Crew Hand Book*, Edisi Ke- 2, 2001, hlm 2.

<sup>3</sup> Wawancara dengan Ibu Rini T. Wardani ( Juru Bicara McDonald's Indonesia ), Lewat Media Telepon, 19 Mei 2009.

mengikuti training selama 1 tahun di Australia, Amerika Serikat, Malaysia dan Singapura. Dalam masa training tersebut beliau melakukan semua pekerjaan di restoran McDonald's dari yang paling sederhana termasuk membersihkan toilet sampai ke tingkat manajerial, kemudian menerapkan semuanya di Indonesia. Tepat pada 22 Februari 1991, restoran McDonald's di Sarinah Thamrin Jakarta beroperasi dengan mempekerjakan 460 *crew* dan 26 manajer. Perkembangan McDonald's Indonesia dalam 10 tahun ini dinilai sangat cepat. Sampai saat ini restoran McDonald's Indonesia telah berjumlah 109 restoran dengan jumlah karyawan seluruhnya mencapai sekitar 8000 orang yang sebagian besar lulusan SLTA.

Tumbuh dan berkembangnya McDonald's menjadikan restoran ini membuka cabang- cabang di kota- kota lain, salah satunya di Semarang yang bertempat di Mall Ciputra. McDonald's pertama kali di Semarang berdiri pada tahun 1994.<sup>4</sup> Dan di kota Semarang sekarang sudah ada 3 restoran McDonald's lainnya yang berdiri yaitu McDonald's di Java Mall, SriRatu, dan Ada Setiabudi. Berbeda dari kebanyakan restoran McDonald's di luar negeri, McDonald's juga menjual ayam goreng dan nasi di restoran-restorannya di Indonesia.

McDonald's Corporation ( di Indonesia terkenal dengan sebutan McD, dibaca *Mek-di* ) adalah rangkaian rumah makan siap

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Ibu Elvina Kambiren ( Store Manager McDonald's Ciputra Semarang ), 20 Mei 2009.

saji terbesar di dunia. Hidangan utama di restoran-restoran McDonald's adalah hamburger, namun mereka juga menyajikan minuman ringan, kentang goreng, filet ayam dan hidangan-hidangan lokal yang disesuaikan dengan tempat restoran itu berada.

Sampai pada tahun 2004, McDonald's memiliki 30.000 rumah makan di seluruh dunia dengan jumlah pengunjung rata-rata 50.000.000 orang dan pengunjung per hari dan rumah makan 1.700 orang. Lambang McDonald's adalah dua busur berwarna kuning yang biasanya dipajang di luar rumah-rumah makan mereka dan dapat segera dikenali oleh masyarakat luas.

## 2. Visi dan Misi Restoran McDonald's

### a) Visi Perusahaan

Visi dari McDonald's baik McDonald's Internasional maupun McDonald's Indonesia adalah *to be the world's best quick service restaurant experience* (Menjadi restoran cepat saji yang paling berpengalaman, paling cepat melayani dan terbaik di seluruh dunia). McDonald's menjadi terbaik dalam artian :

#### a. Untuk McDonald's

Menjadi terbaik berarti menjadikan "The Golden Arches" dipercaya dan dihargai di seluruh dunia.

#### b. Untuk Pelanggan

Menjadi terbaik berarti melayani pelanggan sesuai dengan QSC&V dan pelanggan dapat menikmati produk McDonald's

yang memiliki keunikan tersendiri pada setiap kunjungan mereka diseluruh McDonald's dan McDonald's dapat membuat pelanggan tersenyum.

c. Untuk Komunitas Di Sekitar McDonald's

Menjadi terbaik berarti membuat mereka bangga atas keberadaan McDonald's dilingkungan mereka karena McDonald's merupakan perusahaan yang memiliki tingkat sosial dan tanggung jawab yang tinggi. Dunia menjadi tempat yang lebih baik karena keberadaan McDonald's.

d. Untuk Pemilik

Menjadi terbaik berarti memberikan peluang untuk mencapai kesuksesan dan mengembangkan modal sebagai pemilik dari bisnis ini dan menjadi rekan kerja yang memiliki kolaborasi kerjasama yang baik.

e. Untuk Karyawan

Menjadi terbaik berarti memberikan peluang, kompensasi kerja yang baik, pengembangan dan pelatihan kerja, dan pekerjaan yang berarti bagi seluruh karyawan.

f. Untuk *Suppliers*

Menjadi terbaik berarti investasi mereka akan berkembang menjadi bisnis yang profitable bersama McDonald's dan akan menjadi partner terbaik dalam bisnis ini.

g. Untuk Pemegang Saham

Menjadi terbaik berarti berkembang dengan keuntungan yang paling baik dan paling besar pada industri ini.

h. Untuk Alliance *Partners*

Menjadi terbaik berarti bahwa McDonald's bekerja sama dengan organisasi yang bagus dan dikenal di dunia, seperti Coca Cola, Disney dan The Olympics dalam rangka menjalin kerjasama, memperluas kerjasama, dan mempertahankan kepemimpinan McDonald's.

b) Misi Perusahaan

Misi dari McDonald's baik McDonald's Internasional maupun McDonald's Indonesia adalah “Memahami tentang misi kami dan bagaimana menjadikannya menjadi kenyataan pada restoran McDonald's”.

3. Tujuan Perusahaan

Tujuan dari McDonald's baik McDonald's Internasional maupun McDonald's Indonesia adalah :

- a. Suatu sistem yang mampu menyediakan jasa makanan di dunia dengan lebih dari 50.000 restoran.
- b. Brand McDonald's menyentuh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja saat kita melakukan bisnis.
- c. McDonald's sebagai tempat bekerja yang terbaik untuk setiap orang yang ada di seluruh dunia.

- d. Restoran dimana setiap pelanggan tersenyum dan merasa spesial.
  - e. Makanan yang paling baik di kelasnya dengan penyajian yang istimewa dan menu makanan yang beragam.
  - f. Organisasi yang memiliki hubungan kerja yang baik dan kuat antara pemilik, pemasok barang, dan perusahaan.
  - g. Brand yang sukses dan memberikan kontribusi pada pemilik, pemasok barang dan perusahaan.
4. Tentang McDonald's Online.

Adalah sebuah restoran internasional yang bergerak dibidang makanan dengan memberikan pelayanan restoran cepat saji. Salah satunya McDonald's di Indonesia pelayanan dengan lewat media telepon ( Online 14045 Jakarta ) yang digunakan untuk melayani pelanggan ( customer ) McDonald's yang tidak terjangkau oleh pelayanan di restoran McDonald's, dan juga bagi para pelanggan yang tidak sempat makan di restoran McDonald's yang berada di Swalayan dan mall.

5. Ragam Produk dan Dukungan Pemasok

a. Produk

McDonald's merupakan perusahaan yang bergerak pada industri *fast food restaurant*. Produk yang ditawarkan berupa makanan dan minuman siap saji. Berikut adalah perincian produk yang ditawarkan :

- 1) *Paket Hemat (PaHe)*, yaitu merupakan paket yang terdiri dari 1 produk makanan dan 1 produk minuman. Paket Hemat ini

memberikan keuntungan pada pelanggan yaitu harga yang lebih murah dibandingkan jika membeli dengan harga satuan. Sedangkan bagi perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk.

Paket Hemat (PaHe) terdiri dari :

- PaHe 1 (*Cheese Burger*, dan *Medium Drink*)
- PaHe 2 (*McChicken Burger*, dan *Medium Drink*)
- PaHe 3 (*Fillet O Fish Burger*, dan *Medium Drink*)
- PaHe 4 (*Big Mac Burger* dan *Medium Drink*)
- PaHe 5 (*Double Cheese Burger* dan *Medium Drink*).

2) *Jenis-jenis Burger*, yaitu :

- Beef Burge
- Spicy Chicken Burger
- Cheese Burger
- Double Cheese Burger
- Big Mac Burger
- Fillet O Fish
- McChicken Burger
- Gourmet Wrap

3) Paket Nasi, yaitu merupakan paket khusus yang dibuat oleh McDonald's Indonesia, sesuai dengan kebiasaan masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi nasi sebagai makanan pokok.

- PaNas (*Rice*, *1 Pcs Chicken*, *Medium Drink*)

- PaNas Spesial (*Rice, 1 Pcs Chicken, Egg, Medium Drink*)
- PaNas Komplit (*Rice, 1 Pcs Chicken, Egg, Soup, Medium Drink*).

4) French *Fries* dengan 4 ukuran, yaitu : *Regular, Medium, Large, Super Size*

5) Hot and Cold Drinks

b. Price

Penentuan harga ditetapkan dengan *market price* yang ditentukan oleh *head office* Jakarta sesuai dengan daya beli konsumen. Tier adalah penetapan harga sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen di lingkungan tersebut. Terdapat tiga macam penetapan harga (tier), yang penetapannya ditentukan oleh lingkungan di mana restoran mcdonald's tersebut berada.

c. Place

Berhubungan dengan lokasi untuk mendistribusikan produk kepada pelanggan, dimana tempat tersebut harus strategis bagi target pasar yang dituju yaitu segmen kawula muda dan keluarga.

d. Promotion

Secara umum, program promosi dari market wide adalah promosi *Advertising* melalui *Above The Line*, yaitu Iklan TV. Strategi promosi yang dilakukan meliputi :

1) Promosi *Public Relation*, yaitu melalui *hospitality* dengan memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan melalui *magic moment*.

- 2) Advertising, yaitu melalui *above the line* : kerja sama dengan stasiun radio lokal untuk menginformasikan *event-event* yang diadakan oleh mcdonald's. Sedangkan melalui *below the line* : spanduk, poster, brosur, *standing banner, hanging mobile*.
- 3) *Show Case*, yaitu berupa *merchandise* mcdonald's.
- 4) *Event* yang dilaksanakan di McDonald's yang dapat dijadikan sebagai sarana promosi yang merupakan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan lain.

Sebagian besar pemasok McDonald's adalah pemasok lokal. Kecuali untuk jeruk sebagai bahan baku produk *Orange Juice; Patties* sebagai bahan baku produk *Beef Burger, Chesee Burger* dan *Big Mac*; Kentang sebagai bahan baku produk *French Fries*, McDonald's masih harus bekerja sama dengan pemasok dari luar negeri. Ketersediaan, kekurangan dan keterlambatan pasokan diawasi oleh para manajer bagian operasional, khususnya manajer *ordering*. Namun pengiriman bahan- bahan yang dipasok tersebut tidak langsung ke McDonalds tapi melalui pihak ke dua yaitu PT. Simplot yang bekerja sama dengan McDonalds. PT. Simplot inilah yang mengirimkan bahan-bahan ke setiap *store* atau cabang McDonalds sesuai dengan *order* dari setiap cabang McDonalds tersebut termasuk McDonalds Cabang Ciputra Semarang. Penentuan harga bahan-bahan yang dipasok tersebut ditentukan oleh pihak *Head Office* Jakarta dengan pihak pemasok.

Ibu Rini T. Wardani mengemukakan, Katanya, hampir 80 persen kebutuhan McDonald's dipenuhi oleh 70-an perusahaan lokal, dari beras, selada, sampai ayam potong.<sup>5</sup> Setiap bulan McDonald's membutuhkan sekitar satu juta ekor ayam potong dan daun selada dari lahan seluas 500 hektare.

#### 6. McDonald's Departemen

Dalam McDonald's terdapat dua bagian departemen, yaitu departemen operasional dan departemen *marketing*. Kedua departemen ini sangat berhubungan satu sama lain. Departemen Operasional lebih fokus untuk pelaksanaan operasional McDonald's seperti mewujudkan SQC&V; *Service* yaitu dengan memberikan pelayanan yang cepat; *Quality* yaitu dengan memberikan produk yang "hot and fresh"; *Cleanness* yaitu dengan menjaga kebersihan sesuai dengan standar McDonald's; *Value* yaitu dengan memberikan nilai tambah yang dapat dinikmati oleh pelanggan seperti keramahan pelayanan.

Departemen *Marketing* lebih fokus pada kegiatan promosi yang berdasar pada SQC&V. Di McDonald's Cabang Ciputra Semarang program promosi ada yang ditentukan oleh *market wide* dan *local store*. Dan promosi yang ditentukan oleh *local store* (LSM : *Local Store Marketing*) juga harus seijin dari *head office* Jakarta.

Seperti halnya program promosi, strategi repositioning pun juga telah mendapat ijin dari *Head Office* Jakarta. Walaupun strategi tersebut jika

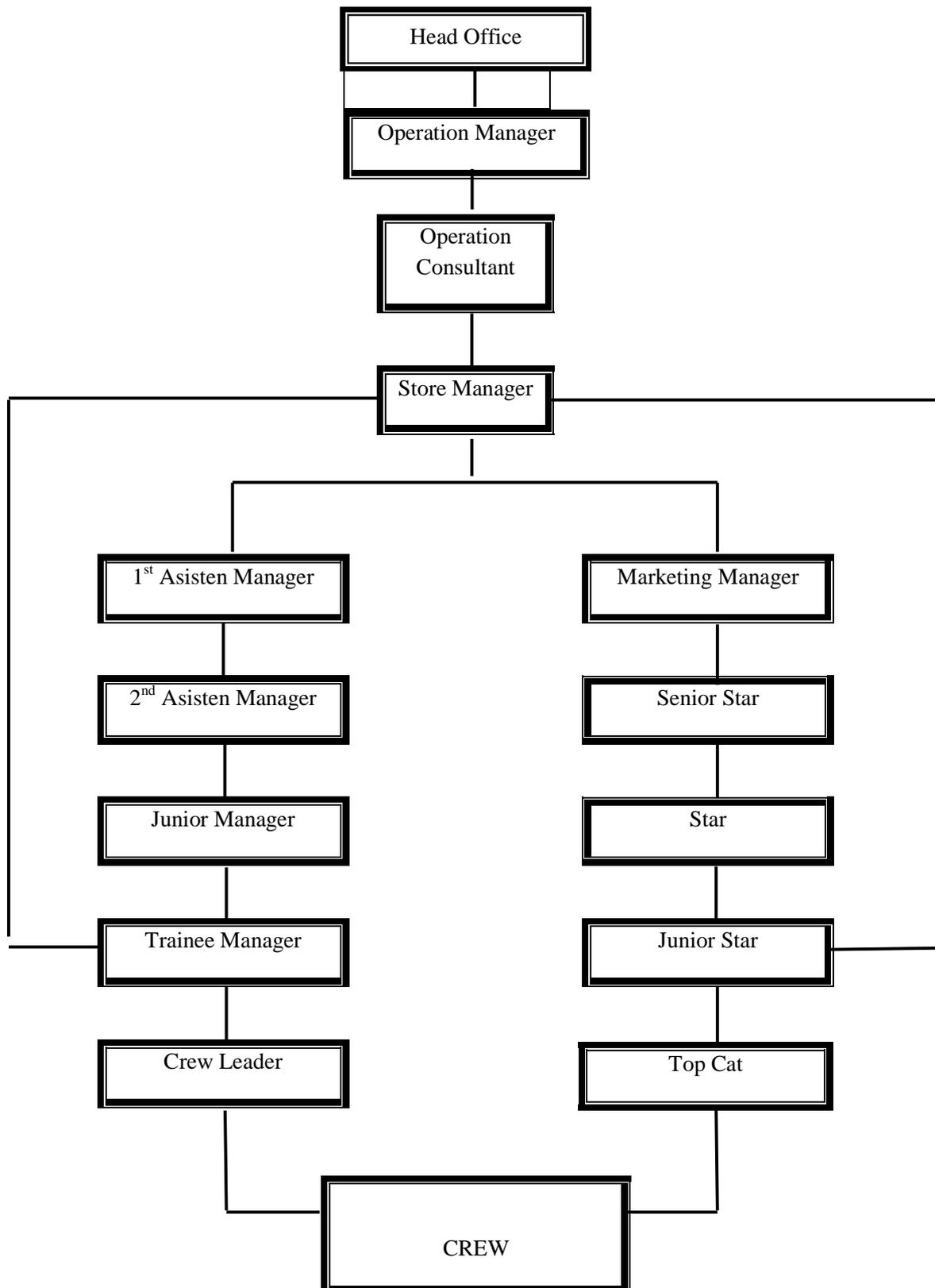
---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ibu Rini T. Wardani, *op.cit* 19 Mei 2009

ditinjau dari segi pemasaran, untuk masalah produk yang ditawarkan maupun harganya sama dengan produk dan harga yang ditawarkan di McDonald's cabang lainnya. Yang membedakan dengan McDonald's lainnya yaitu pada program promosi, sarana yang diberikan serta adanya interior ruangan yang berbeda.

#### 7. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang digunakan oleh McDonald's adalah struktur organisasi lini/garis. Dengan menggunakan tipe organisasi ini, maka perintah dalam perusahaan mengalir dari Store Manager turun ke 1st Asistant Manager turun ke 2nd Asisstant Manager turun ke Junior Manager turun ke Trainee Manager turun ke Crew Leader dan lini paling bawah adalah Crew. Di luar lini tersebut juga terdapat STAR, C/S dan VIP yang bertanggung jawab penuh pada Store Manager. Store Manager selanjutnya bertanggung jawab kepada Operation Consultant. Operation Consultant akan bertanggung jawab kepada Operation Manager dan Operation Manager akan bertanggung jawab kepada Head Office Jakarta



## B. Pelaksanaan Sistem Transaksi di Restoran McDonald's Ciputra Semarang.

Di dalam memenuhi standar operasional McDonald's memberikan pelayanan yang cepat dan ramah, di McDonald's bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau dikenal dengan istilah *100% Total Customer Satisfaction*.

Adapun prinsip pelayanan yaitu “ layanilah setiap pelanggan ( customer ) dengan baik seperti anda ingin dilayani. Prinsip ini dikenal dengan “ Golden Rule “. <sup>6</sup> Dalam pelaksanaan sistem transaksi ini ada beberapa jenis antara lain :

### 1. Barang Yang Diperjual Belikan

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan beberapa responden, bahwa barang yang dijadikan obyek jual beli adalah makanan siap saji yang mempunyai banyak menu- menu ( pilihan ) dan uang sebagai alat pembayarannya

Berkenaan dengan makanan yang berupa macam-macam menu menurut kebiasaan apabila akan terjadi transaksi jual beli, maka pihak pembeli akan memilih makanan dari beberapa menu yang tersaji, apa yang dibeli atau dipesan tanpa melihat menu atau produk terlebih dahulu ( bagi yang sudah mengetahui dari produk McDona's ), biasanya sistem ini melalui pesanan antar, jika pembeli belum mengetahui menu atau pilihan produk-produk makanan tersebut, pihak penjual akan memberitahukan beberapa menu yang nanti akan dipilih pembeli dengan melihat gambar menu dan harga yang sudah tertera ( bagi pembeli yang datang langsung ke store ),

---

<sup>6</sup> Mc.Donald's, *Crew Hand Book*, Edisi Ke- 2, 2001, hlm 5.

untuk lewat pemesanan pihak penjual juga akan memberitahukan beberapa menu yang akan dipilih sekaligus harga tanpa pembeli harus datang langsung ke store. Biasanya sistem transaksi ini menggunakan delivery service ( jasa antar ).

## 2. Cara Pembayaran

Cara pembayaran mencakup tiga macam, yaitu cara pembayaran secara langsung, dibelakang dan pembayaran dimuka.

### a. Pembayaran secara langsung

Pembayaran secara langsung telah ditentukan terlebih dahulu oleh si penjual yaitu : sesuai banyak atau sedikit dari menu yang dibeli atau dipesan ( pembayaran semacam ini biasanya makan ditempat atau store) Contoh : Dalam pelaksanaan transaksi antara penjual dan pembeli, penjual memberikan banyak menu pilihan kepada pembeli sesuai dengan harga menu yang sudah ditentukan dari penjual. Seperti : Harga paket nasi yaitu berupa 1 nasi 1 ayam dan 1 minuman dengan harga 18.000,00, setelah pembeli memilih menu yang akan dibeli, pembeli mengadakan transaksi pembayaran. Hal ini dilakukan si pembeli untuk memperkirakan produk apa yang akan dibeli terlebih dahulu dengan harga yang dikehendaki oleh pembeli akan tetapi harga sudah ditentukan oleh penjual.

### b. Pembayaran dibelakang

Pembayaran dibelakang yaitu bila pesanan antar ( delivery service ). Di dalam sistem pemesanan yang terjadi di McDonald's dengan pembayaran dibelakang. Ketika akad sudah terjadi dan memesan suatu

produk yang diinginkan oleh pembeli setelah menyebutkan periciannya berdasarkan pesannya, maka pesanan segera diantar dalam waktu 30 menit ( dalam radius atau jarak 2 kilo dari store yang bersangkutan ). Setelah pembeli menerima pesanan maka terjadilah transaksi, Namun dalam hal ini ternyata ada kesenjangan antara yang diharapkan dengan apa yang terjadi. Yaitu: Pembeli membatalkan pesannya ditengah jalan ( setelah sampai kealamat pembeli ) karena alasan produk ada yang kurang atau tidak sesuai dengan yang dipesan, akan tetapi dari pihak penjual merasa sudah sesuai dengan apa yang di pesan oleh pembeli. Dalam transaksi jual beli ini pembeli merasa dirugikan akan tetapi transaksi melalui pemesanan dengan sistem pembayaran dibelakang pihak penjual yang lebih dirugikan, padahal kesempurnaan akad jual beli merupakan ikatan kesepakatan atas keridhaan penyerahan dan penerimaan barang yang dilakukan kedua belah pihak ( penjual dan pembeli ).<sup>7</sup>

c. Pembayaran dimuka

Pembayaran dimuka yaitu : pembayaran yang dilakukan bila banyaknya order untuk pemesanan yang akan dikirim sesuai permintaan pembeli untuk dikirim berdasarkan waktu atau hari yang dikehendaki. Pembayaran semacam ini menggunakan sistem panjer ( uang muka ) Contoh : Pembeli akan mengadakan acara ulang tahun dengan memesan pada hari sabtu untuk dikirim pada hari minggu. Setelah itu pembeli melakukan pembayaran dimuka atau bisa secara langsung ( tergantung

---

<sup>7</sup>Abdul Al- Rahman Al-jaziri,*Kitab Al- Fiqh Ala Al- Mazhab Al- Arba'ah*, Juz II, Bab Al- Bai' Al- Maktabah Al- Tijariyah Al- Kubro, Mesir,tt, hlm.147.

pembelinya ) kalau pembayaran dimuka untuk kekurangannya akan dibayar pembeli setelah pesanan diantar sesuai hari yang ditentukan oleh pembeli

Dalam hal ini ada beberapa prinsip dalam jual beli yang meliputi dalam sistem pelaksanaan transaksi tersebut menurut hukum islam, diantaranya :

1. Berkaitan dengan kedua pihak

Berdasarkan pada data-data yang tersedia menunjukkan rata-rata pemakai media telepon adalah orang yang mengetahui tentang berkembangnya teknologi dengan sistem pelayanan pemesanan, hal ini tentunya menunjukkan bahwa orang yang berakad telah masuk dalam kategori *mumayyiz*, atau *baligh*<sup>8</sup> dan mengerti apa yang dilakukannya. Pihak pertama ialah orang-orang yang mengelola restoran McDonald's dengan bantuan media telepon dan program komputer tentunya yang selaku pihak penjual, dan pihak kedua adalah pembeli yaitu pengunjung atau pemakai telepon yang melakukan transaksi di restoran McDonald's.

2. Berkaitan dengan sighth akad

Pihak penjual menggunakan *Sighth bil kitabah* dengan cara menampilkan gambar barang dagangannya mulai dari harga, menu produk, dalam bentuk tulisan dan penjual mencetak hasil transaksi dalam bentuk surat bukti pembelian ( struk ). Selanjutnya pihak pembeli menggunakan *Sighth akad bil lisan* dengan cara menggunakan media lain

---

<sup>8</sup>Prof. Dr.H. Rachmad Syafe'I, MA. *Fiqh Muamalah*, Bandung, CV Pustaka Setia,2001, hlm 77

seperti telepon dalam suatu pemesanan untuk melakukan transaksi dengan Restoran McDonald's. Sedangkan kewajiban untuk pembeli untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat, karena salah satu syarat agar dapat bertransaksi dalam sistem lewat pemesanan.

3. Berkaitan dengan barang yang diperjual belikan.

Dapat dipastikan bahwa produk- produk yang dijual tentunya suci dan juga sangat bermanfaat<sup>9</sup> sehingga barang- barang ( produk ) tersebut boleh diperjualbelikan menurut hukum islam. Dan produk tersebut adalah milik dari restoran McDonald's yang dijual melalui media telepon atau lewat sistem pesanan yang ada di restoran McDonald's.

4. Adanya kejelasan

Kejelasan adalah salah satu hal yang terpenting dalam jual-beli melalui media telepon, kejelasan ini harus ditunjukkan oleh kedua belah pihak. Pihak pertama selaku penjual menawarkan barang dagangannya ( produk ) lengkap dengan ciri-ciri bentuk, jenis, harga tersebut dan juga memberikan informasi tentang pengirimannya, kemudian pihak pembeli harus memberikan informasi-informasi yang jelas tentang identitas, cara pembayarannya, dan tujuan pengirimannya.

Apabila pihak pembeli mempunyai keluhan terhadap barang ( produk ) yang dibeli akibat kelalaian atau kesalahan pihak penjual, pihak

---

<sup>9</sup> Moh Rifa'i, *Terjemah Khulasoh Khifayatul Akhyar*, Semarang: CV. Toha Putra , hlm. 184.

penjual telah menyediakan pelayanan konsumen dengan menghubungi *customer service* McDonald's.

Sedangkan apabila terjadi ketidakjelasan pada pihak pembeli dengan memberikan informasi yang tidak benar maka pengiriman order tidak akan sampai ke alamat tujuan. Pihak McDonald's telah mengantisipasi hal ini dengan menggunakan tiga metode pembayaran : secara langsung, dimuka dan dibelakang. Secara langsung yaitu pembayaran terlebih dahulu kemudian barang baru diterima oleh pembeli. Dimuka yaitu pembayaran dilakukan bila banyaknya order untuk pemesanan yang akan dikirim sesuai permintaan customer berdasarkan waktu atau hari yang ditentukan customer. Dibelakang yaitu pengiriman barang dahulu kemudian baru pembayarannya.

Kemudian apabila pembeli telah membayar dan penjual belum mengirimkan atau memberikan barangnya, pihak pembeli mempunyai bukti pembelian ( struk ) sebagai bukti transaksi yang bisa digunakan untuk membuktikan bahwa pembeli benar-benar membeli dan membayar barang tersebut.

5. Adanya kerelaan di antara kedua belah pihak.

Pihak pembeli diharuskan untuk membayar barang yang dibeli dan juga biaya pengirimannya, hal ini dikarenakan barang yang dijual melalui media telepon tidak dapat diserahkan secara langsung kepada pembeli namun dengan bantuan jasa pengiriman (delivery service).

Maka di sini ada kerelaan dari pembeli untuk kesediannya membayar biaya pengirimannya juga.

Tidak ada unsur pemaksaan, pembeli bebas untuk memilih barang yang akan dibeli serta juga pilihan antara melanjutkan transaksi atau membatalkannya, salah satunya dengan menggunakan media telepon untuk menghubungi store yang terdekat atau sejak pertama kali pembeli online ke 14045.

### 3. Daftar Price List Produk McDonald's.

<b>ALA CARTE</b>	Tier 2 with tax
Beefburger	7,700
Spicy Chicken Burger	7,700
Cheese Burger	14,300
Double Cheese Burger	21,100
BigMac	21,400
Fillet O Fish	17,900
McChicken	17,900
Gourmet Wrap	18,700
2 Pcs Hot Chicken	20,500
2 Pcs Crispy Chicken	20,500
McNuggets 4 pcs	5,500
McNuggets 6 pcs	14,900
McNuggets 9 pcs	20,500
Bubur Ayam	5500

Soup	5500
Spaghetti	5500
Reg.Fries	5,500
Medium Freis	12,100
Large Freis	14,300
Supersize Freis	16,00
Fudge Sundae	5,500
Strawberry Sundae	5,500
McFlurry-M&M	5,500
McFlurry-Choco(Milo toppin)	5,500
Float-Choco	5,500
Float-Strawberry	5,500
Reg.Drink	5,300
Med.Drink	5,500
Large Drink	7,700
Hot Tea	5,200
Orange Juice	9,900
Bottle Water	5,500
Reg Milo	5,500
Med Milo	9,900

<b>Paket Hemat Medium</b>	Tier 2 with tax
Pahe 1 - Cheese Burger + Med Freis + Med Drink	26,400
Pahe 2 - McChicken + Med Freis + Med Drink	28,600
Pahe 3 - Fillet – O- Fish + Med Freis + Med Drink	28,600
Pahe 4 - BigMac + Med Freis + Med Drink	33,000
Pahe 5 - DoubleCheese + Med Freis + Med Drink	33,000
Pahe 6 - 6 pcs Nugets + Med Freis + Med Drink	27,900
Gourmet Wrap + Med Freis + Med Drink	29,900
<b>Paket Hemat Large</b>	
PaheL 1 - Cheese Burger + Large Freis + Large Drink	29,100
PaheL 2 – McChicken + Large Freis + Large Drink	30,800
PaheL 3 - Fillet – O- Fish + Large Freis + Large Drink	31,100
PaheL 4 – BigMac + Large Freis + Large Drink	35,200
PaheL 5 – DoubleCheese + Large Freis + Large Drink	34,700
PaheL 6 - 6 pcs Nugets + Large Freis + Large Drink	30,100
Gourmet Wrap + Large Freis + Large Drink	32,100
HM Spaghetti	18,900
HM Crispy Chicken	19,800
HM Cheeseburger	22,000
HM McNuggets	19,800
HM Milo – Trade Up	2,200
<b>Paket Nasi</b>	

PANAS Hot Chicken +Rice + Reg Drink (PCRC)	16,500
PANAS Crispy Chicken +Rice + Reg Drink	16,500
PANAS Hot Chicken + Rice +Med Drink (PCRMD)	18,000
PANAS Crispy Chicken +Rice + Med Drink	18,000
PANAS Hot + Egg + Rice + Med Drink	22,000
PANAS Crispy + Egg + Rice + Med Drink	22,000
PANAS Hot + Egg + Rice + Soup + Med Drink	26,400
PANAS Crispy + Egg + Rice + Soup + Med Drink	26,400
<b>Paket Ayam</b>	
2 pcs crispy chickhen,Medium drink,Rice	26,000
2 pcs Hot chickhen,Medium drink,Rice	26,000
2 pcs crispy chickhen,Medium drink,Medium Freis	33,500
2 pcs Hot chickhen,Medium drink, Medium Freis	33,500
2 pcs crispy chickhen,Medium drink,Large Freis	35,700
2 pcs Hot chickhen,Medium drink,Large Freis	35,700
Mds charge	9,900

4. Keuntungan dan kerugian akibat dari transaksi jual beli di McDonald's

Ciputra Semarang sebagai berikut :

A. Keuntungan transaksi jual beli

- a 1. Keuntungan transaksi jual beli tersebut terjadi pada pihak pembeli
- a 2. Pembeli dapat membatalkan transaksi secara sepihak apabila saat pengiriman produk tidak sesuai pesanan

- a 3. Adanya sistem delivery order yang mudah digunakan pembeli tanpa harus datang langsung ke store
- a 4. Pihak penjual mampu menjual produknya lebih dari sales target yang ditentukan
- a 5. Keuntungan Mc Donald's berasal dari pengurangan biaya melalui skala ekonomi, karena ukurannya yang sangat besar dan keberadaanya secara global memungkinkan untuk menetapkan resiko yang bervariasi yang melibatkan keadaan ekonomi dari negara tertentu.

B. Kerugian dari transaksi jual beli

- b 1. Kerugian tersebut terjadi pada pihak penjual yaitu Mc Donald's.
- b 2. Kerugian yang diderita McDonald's berupa produk kualitasnya sudah tidak fress, jadi kecil kemungkinan untuk di jual kembali.
- b 3. Kerugian dari jasa pihak pengiriman, yang seharusnya 1x antar dalam 1 pesanan.
- b 4. Pembeli merasa tidak puas karena sudah menunggu pesanan tetapi pesanan tidak sesuai yang dipesan.
- b 5. Pihak penjual tidak bisa memenuhi sales target.

### C. Pelaksanaan Transaksi Melalui Media Telepon di McDonald's.

Tentunya pelayanan seperti ini tidak lepas dari McDonald's Delivery Service ( biasa disebut MDS ). Dengan memberikan slogan “ *Anda Order Kami Antar* “.

1. Mekanisme dalam pemesanan melalui delivery service ialah :

a. Call Center

Yaitu : Pusat layanan online McDonald's untuk transaksi melalui delivery service.

b. DOT ( Deelivery Order Taker )

Yaitu : Bertugas menghubungi customer kembali untuk mengkonfirmasi apabila nama, alamat kurang jelas dan pemesanan dalam jumlah banyak ( big order )

c. Runner

Yaitu : Bertugas menyiapkan atau prepare produk apabila ada pemesanan melalui delivery service.

d. Rider :

Yaitu : Bertugas mengantar pemesanan ke customer sesuai nama, dan alamat ( Delivery Service )

2. Langkah customer dan tahap dalam pelayanan tersebut yaitu :

a. Customer melakukan transaksi dengan online ke 14045 dan memberikan informasi yang berupa Nama, Alamat pengiriman, Nomor telepon serta perincian produk yang akan dipesan. Apabila pembeli sudah online ke 14045 tapi belum terhubung padahal sudah dilakukan beberapa kali, maka pembeli di perbolehkan untuk

menghubungi McDonald's Store yang terdekat sesuai jarak atau permintaan customer untuk pengiriman agar lebih cepat.

- b. Selanjutnya DOT dari McDonald's akan menghubungi kembali apabila nama, alamat kurang jelas dan pemesanan dalam jumlah banyak ( big order ) serta lama waktu pengiriman apabila di luar area ( lebih dari 10 km dari store yang bersangkutan ). dan menyebutkan kembali nilai pesanan ( *Saying The Order Value* )<sup>10</sup> dari apa yang dipesan oleh customer. Karena dalam hal ini sudah prosedur dari McDonald's untuk memberikan ketepatan ( *Order Akurasi* ) dalam pelayanan atau pemesanan agar tidak terjadi kesalahan dalam pesanan.
  - c. Terhitung dari customer menutup telepon melalui call center 14045 Fax call center datang ke store yang bersangkutan 1 menit, *Prepare* produk 4 menit dan pengiriman dari store ke rumah customer 15 menit. prosedur delivery service adalah 20 menit ( dalam radius area 10 km dari store ).<sup>11</sup>
  - d. Rider mengantarkan pesanan ke customer sesuai nama dan alamat.
3. Pelayanan melalui Say It With McD

Yaitu : pemesanan delivery service yang pemesanan produknya untuk di kirim ke kota lain tanpa harus ke store kota yang bersangkutan tapi pembayaran transaksinya tetap bisa dilakukan di kota pemesanan.

---

<sup>10</sup> Materi Training Rider Ningrat Jatim

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak Yemmi Kristianto ( *McDonald's Delivery Service* ), 17 Mei 2009.

#### 4. Informasi Biaya Pengiriman dan Jangka Waktu Pengiriman.

Dengan menggunakan pesanan antar, McDonald's menggunakan pelayanan McDonald's Delivery Service. Biasanya dalam biaya pengiriman itu sudah ditentukan dari pihak manajemen McDonald's yaitu dengan jarak jauh dekat biayanya sama kecuali banyaknya order maka akan dikenakan biaya tambahan sesuai jarak tujuan pengiriman atau banyaknya order tersebut.<sup>12</sup>

Untuk jangka waktu pengiriman pesanan akan segera diantar dalam waktu 20 menit ( dalam radius atau jarak 10 kilo dari store yang bersangkutan ). *Prepare* produk 90 detik terhitung dari customer menutup telepon melalui call center 14045 Jakarta.

#### 5. Informasi Metode Pembayaran.

Dalam hal ini pembeli mendapatkan informasi tentang perincian biaya produk atau menu yang dibeli, perkiraan biaya pengiriman.

Ada beberapa cara untuk melakukan pembayaran yaitu :

- a. Pembayaran dilakukan secara langsung yaitu sesuai banyak atau sedikit dari menu yang dipesan ( pembayaran semacam ini biasanya makan di tempat atau *store* ).
- b. Pembayaran bisa dilakukan di belakang, yaitu bila pesanan antar ( Delivery Service ).
- c. Pembayaran di muka, yaitu pembayaran dilakukan bila banyaknya order untuk pemesanan yang akan dikirim sesuai permintaan

---

<sup>12</sup> Keterangan dari Bapak Sugianto ( *Manager Store MDS* )

customer untuk dikirim berdasarkan waktu atau hari yang dikehendaki customer.

6. Form Order ( Struk Pesanan )

Pada menu ini ditampilkan perincian pemesanan mulai dari nama, alamat, menu atau produk yang dibeli, kumulasi harga, kode pembelian, dan pembeli dapat struk pemesanan sebagai bukti pembelian.

7. Status Pemesanan.( Status Order )

Dalam status pemesanan pembeli dapat mengetahui detail status order yang akan dipesan apakah sudah diproses atau belum oleh restoran McDonald's, Dengan DOT McDonald's akan menginformasikan dengan menyebut kembali nilai pesannya. Dan pembeli akan ditawarkan dengan menu lainnya apakah ada tambahan atau pembatalan dalam pesanan yang akan dipesan sebelum dikirim.

8. Pembatalan Pesanan atau Pembelian

- a. Pembeli dapat melakukan pembatalan pembelian dengan telepon atau online lagi ke 14045 Jakarta ( telepon ke store terdekat yang menerima pesanan tersebut ). Apabila dalam status order pesannya masih dalam waktu yang dekat dalam arti masih baru maka pembatalan akan dilayani kecuali sudah dalam pengiriman order maka hal tersebut tidak akan dilayani.
- b. Pembeli dapat membatalkan transaksi apabila saat pengiriman produk tidak sesuai dengan pesanan customer dan dapat membatalkan transaksi apabila waktu pengiriman terlalu lama.
- c. Pembatalan terjadi dikarenakan alamat palsu ( fiktiv ).

## 9. Blok Diagram Sistem Transaksi di Restourant McDonald's.

