

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Laba

Menurut Rahayu, dan Bahri (2014:560) laba adalah selisih antara total hasil pendapatan dengan total biayanya. Jadi dimulai dengan total penjualan lalu kurangkan semua biaya (upah) gaji, sewa, bahan baku, bahan bakar, bunga pajak dan lain-lainnya. Sisanya adalah apa yang kita sebut laba (profit).

Menurut Santoso, dan Handayani (2018:15) Laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena mempunyai berbagai alasan antara lain: Laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi unit usaha lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan unit usahanya, serta sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja unit usahanya.

Menurut Prawironegoro (2014:216) makna Laba Dalam cara pandang kaum spiritualis islam, laba mengandung makna sebagai hasil kerja manusia yang diridhoi Tuhan untuk kesejahteraan seluruh penghuni alam raya. Makna laba ini merefleksikan adanya tanggung jawab kepada sesama manusia dan lingkungan. Di samping itu, laba digunakan untuk membangun akhlak mulia, menjadi rendah hati, mengutamakan kepentingan umum, hidup sederhana, membantu orang lain, dan lain-lainnya.

Menurut Subiyantoro, dan Triyuwono (2005:221-223) makna Laba dalam perspektif yang lebih humanis dapat diartikan sebagai terpenuhinya kebutuhan

perusahaan, terpenuhinya kebutuhan karyawan, dan terpenuhinya kebutuhan pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan. Laba yang memiliki definisi demikian digunakan untuk menghindari maksud-maksud penguasaan pribadi dari pemilik perusahaan, sementara laba tercipta dari kerja bersama, bukan hanya pemilik modal. Laba dalam perspektif humanis tidak saja menjadikan perubahan orientasi pada tingkatan laba, melainkan juga akan berpengaruh pada perubahan orientasi perusahaan. Perusahaan tidak lagi dipandang sebagai sebuah entitas yang terpisah dari lingkungannya, sebagaimana yang dipahami oleh kaum materialistik, namun juga merupakan entitas yang digerakkan oleh manusia-manusia yang memiliki hakikat kemanusiaan. Dengannya, perusahaan bukanlah entitas impersonal yang melupakan tanggung jawab dan etika moral. Dalam konteks ini makna laba dilihat dari pemenuhan keadilan atas semua pihak yang terkait dengan perusahaan.

2.1.2. Pasar Tradisional

Hubungan sosial yang terjadi di pasar adalah bangunan sosial yang lebih menitikberatkan pada aspek ekonomis dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan hidup masyarakatnya. Hubungan sosial ekonomis ini tidak bisa lepas dari tumbuhnya persaingan antara penjual yang satu dengan penjual yang lain baik untuk barang yang sama maupun untuk barang yang berbeda, namun dalam koridor persaingan yang sehat, dengan tujuan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan barang yang berkualitas kepada masyarakat pembelinya. Ini memberikan gambaran bahwa persaingan adalah media yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat guna tumbuhnya kepuasan pembeli, sehingga pasar harus mampu menampung para pedagang dalam jumlah yang banyak baik untuk

penjual produk sejenis maupun yang berbeda jenis. Konsekuensi logis dari besarnya daya tampung para pedagang di pasar serta tingginya jumlah pengunjung, maka pasar sebagai infrastruktur harus memiliki tempat parkir yang luas serta harus memberikan jaminan keamanan, daya tarik, kenyamanan dan bebas dari polusi. Dari penjelasan di atas dapat disampaikan bahwa pasar merupakan sebuah tempat untuk berkumpulnya orang-orang dalam hubungan sosial melalui bentuk penjualan dan pembelian barang, jasa dan tenaga kerja dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat penggunanya, dengan jaminan masyarakat akan mendapatkan keamanan, kenyamanan, dan kepuasan.

Menurut Herman (2011:108) mengatakan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisik tradisional yang menerapkan sistem transaksi tawar-menawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik didesa, kecamatan, dan lainnya. Harga yang berlaku dipasar tradisional ini mempunyai sifat yang tidak pasti, oleh karena itu bisa dilakukan tawar-menawar. Bila dilihat dari tingkat kenyamanan pasar tradisional selama ini cenderung kumuh dengan lokasi yang tidak tertata rapi. Pembeli di pasar tradisional biasanya kaum ibu-ibu yang mempunyai perilaku senang bertransaksi dengan berkomunikasi atau berdialog dalam hal penetapan harga, mencari kualitas barang, memesan barang yang diinginkan, dan perkembangan harga-harga yang lainnya.

Barang yang dijual di pasar tradisional umumnya barang-barang lokal dan ditinjau dari segi kualitas dan kuantitas, barang yang dijual dipasar tradisional dapat terjadi tanpa melalui penyortiran yang kurang ketat. Aspek kuantitas,

jumlah barang yang disediakan tidak terlalu banyak sehingga apabila ada barang yang dicari tidak ditemukan disatu kios tertentu, maka dapat dicari ke kios lain. Kendala yang dihadapi pada pasar tradisional diantaranya mengalami kesulitan dalam memenuhi kontinuitas barang, menjaga kualitas barang, lemah dalam penguasaan teknologi dan manajemen sehingga dapat melemahkan daya saing.

2.1.3. Nilai-Nilai Budaya

Menurut Syarifuddin, dan Nurlatipah (2015) Memahami nilai tidak hanya berlaku bagi barang hasil perbandingan antara dua atau lebih, untuk mendapatkan sesuatu yang lebih baik, ketika dikonsumsi juga tidak berlaku bagi perbandingan antara dua orang atau lebih pada aspek kelebihan dalam kepintarannya, namun dalam konteks penelitian ini nilai yang dimaksud adalah nilai sosial yang berbasis budaya, yang selanjutnya disebut nilai sosial budaya pada masyarakat yang beraktivitas selama kegiatan jual beli di Pasar Cerme.

Menurut Wiranata (2011) terdapat tiga hal yaitu simbol atau sikap, tingkah laku serta kepercayaan yang tertanam mengakar dan menjadi kerangka acuan dalam bertindak dan berperilaku, yang disebut nilai budaya. Seseorang akan merasa yakin bahwa tindakannya adalah benar dan baik, bila dia bertindak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku. Sebaliknya, dia akan merasakan bahwa tindakannya salah, bila dia berbuat di luar kebiasaan dan tidak akan dihargai oleh masyarakatnya. Disamping itu berdasarkan kebiasaannya, dia akan tahu persis mana yang menguntungkan dan mana yang tidak. Oleh karena itu, sikap tradisional adalah bagian terpenting dalam sistem transformasi nilai-nilai kebudayaan. Dari penjelasan tersebut dapat disampaikan bahwa tradisional adalah perilaku yang terjadi secara turun temurun sebagai respon atas sikap

mental masyarakat yang berpegang teguh pada norma dan nilai di masyarakat untuk menjawab persoalan yang terjadi di masyarakat, dalam upaya memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dijadikan sistem transformasi nilai kebudayaan, yang di dalam pelestariannya dilakukan penyampaian informasi dari satu generasi ke generasi berikutnya baik secara lisan maupun tulisan.

Menurut Sari (2015) Nilai adalah pakem normatif yang mempengaruhi manusia dalam menentukan pilihan diantara cara-cara tindakan alternatif. Kluckhohn menyatakan bahwa nilai adalah konsepsi (tersurat atau tersirat, yang sifatnya membedakan ciri-ciri individu atau kelompok) dari apa yang diinginkan yang mempengaruhi pilihan tindakan terhadap carapandang. Nilai diwujudkan dalam bentuk norma sebagai acuan manusia bertindak. Nilai juga berfungsi sebagai motivator dan manusia adalah pendukung nilainya. Karena manusia bertindak itu didorong oleh nilai yang diyakininya.

Nilai budaya merupakan nilai yang ada dan berkembang di dalam masyarakat. Karena nilai budaya adalah tingkat pertama kebudayaan ideal atau adat. Nilai budaya merupakan lapisan yang paling tidak terwujud dan ruangnya luas. Jadi nilai budaya adalah sesuatu yang sangat berpengaruh dan di jadikan pedoman atau rujukan bagi suatu kelompok masyarakat tertentu.

Menurut Adhy (2015) Adapun nilai-nilai budaya bisa ditinjau dari segi:

- a. Nilai-nilai budaya yang berkaitan hubungan manusia dengan manusia
Nilai-nilai hubungan manusia dengan manusia yang lain adalah salah satu nilai-nilai budaya yang dianjurkan didalam masyarakat Jawa. Karena akan menciptakan kemakmuran bersama. Selain itu kedamaian dan

ketentraman akan terwujud. Namun semua itu dilandasi dengan rasa ikhlas, baik lahir maupun batin. Seseorang tidak perlu mengharapkan imbalan ataupun kebaikan serupa dari orang lain.

b. Nilai budaya yang berkaitan hubungan manusia dengan alam

Pemanfaatan lingkungan memiliki definisi pemberdayaan sumberdaya alam dengan cara mengelola sumberdaya alam di sekitara kita. Sumberdaya alam adalah sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan dan kebutuhan manusia agar hidup lebih sejahtera.

c. Nilai budaya yang berkaitan hubungan manusia dengan dirinya sendiri

Nilai-nilai yang berhubungan dengan kecintaan manusia terhadap dirinya sendiri adalah sesuatu yang wajar, seperti manusia mandi yang artinya berbuat baik kepada fisiknya agae selalau bersih dan tetap sehat.

d. Yang berkaitan hubungan manusia dengan Tuhan

Nilai-nilai hubungan manusia dengan manusia yang lain adalah salah satu nilai-nilai budaya yang dianjurkan didalam masyarakat Jawa. Karena akan menciptakan kemakmuran bersama. Selain itu kedamaian dan ketentraman akan terwujud. Namun semua itu dilandasi dengan rasa ikhlas, baik lahir maupun batin. Seseorang tidak perlu mengharapkan imbalan ataupun kebaikan serupa dari orang lain.

2.2. Penelitian Terdahulu

Menurut Syarifuddin (2018) yang melakukan penelitian tentang “Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata (Studi Tentang Pasar Pagi Monju Kota Bandung)“. Penelitian ini mengangkat bahwa Keberadaan Pasar Monju dengan aktivitas jual belinya bagi masyarakat diyakini dan dipercaya oleh

masyarakat sebagai sebuah sikap dan perilaku yang unggul dibandingkan dengan sikap dan perilaku lainnya, dianggap pantas dan benar di masyarakat, karena tidak berbenturan dengan nilai dan norma sosial yang ada. Melalui kebenaran ini pula, masyarakat mempercayai bahwa Pasar Monju dapat menjadi bagian dari solusi atas masalah yang dialami masyarakat baik pada aspek ekonomis maupun aspek sosial, sehingga dapat memberikan kepuasan. Kepuasan masyarakat, berarti menjadi faktor daya tarik bagi masyarakat yang lain, artinya Pasar Monju memiliki daya tarik. Bangunan kepercayaan yang diwujudkan melalui keyakinan atas sikap dan perilaku masyarakat dalam melakukan aktivitasnya di Pasar Monju, menjadi kerangka acuan dalam bertindak dan berperilaku masyarakatnya, inilah yang disebut nilai sosial budaya, yang sangat mulia dan dapat dijadikan penentu arah serta tujuan kesejahteraan masyarakatnya

Menurut Wiwin dan Abdul (2016) yang melakukan penelitian tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Laba Usaha Dagang Pada Pedagang Sembako Muslim (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Bantul)“. Penelitian ini mengangkat bahwa Rata-rata jawaban dari koisioner laba usaha dagang (Y1) adalah 4,462, yang mana dapat diartikan bahwa rata-rata responden 68 Wiwin Novita cukup mengetahui tentang laba usaha dagang. Rata-rata dari jawaban koisioner tertinggi sebesar 4,64 yang terletak pada butir pernyataan Y1.5 yaitu: “Selain mengharap keuntungan (laba), saya juga mengharapakan keberkahan dari hasil usaha dagang saya”. Sedangkan rata-rata jawaban koisioner paling rendah sebesar 4,31 yang terletak pada butir pernyataan Y1.1 yaitu: “Besarnya laba yang saya dapatkan sudah sesuai dengan keinginan dan target setiap bulannya”

Menurut Andika (2012) yang meneliti tentang “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Minimarket Alfamart di Kota Malang.” Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat pelanggan puas dan bertahan untuk tetap berbelanja di Alfamart kota Malang. Dengan metode analisis kuantitatif, dengan pendekatan analisis faktor. Dari 17 sub variabel (indikator) dapat direduksi menjadi 5 faktor, yaitu 1 (biaya), faktor 2 (kualitas pelayanan), faktor 3 (kualitas produk), faktor 4 (harga), dan faktor 5 (emosional).

Menurut Widiandra dan Sasana (2013) telah melakukan riset yang membahas mengenai “Analisis dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional (studi kasus di pasar Tradisional Kecamatan banyumanik Kota Semarang).” Berdasarkan studi pustaka yang telah ditulis disini akan menganalisis dampak keberadaan pasar modern terhadap keuntungan yang diterima oleh pedagang pasar tradisional. Dampak tersebut dilihat dari segi kenyamanan, jarak antar minimarket modern dengan toko tradisional dan kelengkapan produk yang nantinya akan mempengaruhi perubahan keuntungan pedagang pasar tradisional.

Menurut Puspita (2018) telah melakukan penelitian tentang “MANAJEMEN LABA : LABA PADA PEDAGANG TRADISIONAL DENGAN SUDUT PANDANG FENOMENOLOGI.” Berdasarkan dari hasil penelitiannya Informan mendefinisikan laba merupakan keuntungan atau kelebihan harga dari modal, laba yang diambil para pedagang berkisar Rp 100 hingga Rp 1.000 tiap produk atau 2-10% dari harga distributor. 2. Informan relative flexible dalam hal hutang piutang, di mana jika pembeli kurang

membawa uang berkisar Rp 100 hingga Rp 1.000 maka penjual atau pedagang lebih mengihklaskan. Dimana harapan pedagang adalah dengan adanya kemudahan tersebut berharap pembeli akan rutin kembali membeli barang kebutuhannya di tokonya. 3. Para pedagang dipasar tradisonal, khususnya informan terbiasa dengan adanya bingkisan hari raya yang diberikan pada pembeli yang rutin berbelanja pada toko mereka. Bingkisan yang diberikan seadanya dengan tujuan loyalitas konsumen dan karena adanya tradisi yang telah turun temurun. 4. Dengan laba minim untuk tiap produk dan dengan adanya bingkisan hari raya laba bagi pedagang semakin berkurang belum lagi adanya retribusi pasar yang dibayarkan Rp 3000 per hari. Dengan minimnya perolehan laba sehingga ada tujuan selain orientasi laba yaitu untuk mengisi waktu luang, untuk menambah saudara dan kenalan.

Menurut Arimawa (2017) yang meneliti tentang “Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara.” Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa setelah di bukanya pasar moderen omset pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan omset, temuan yang lain juga di dapat bahwa ketiga pasar tradisional di Tobelo bukan hanya mengalami penurunan omset akan tetapi dari sisi pendapatan dan jumlah pelanggan yang datang juga semakin berkurang, sehingga banyak pedagang yang mengalami kerugian. kurangnya fasilitas yang ada di pasar tradisional, kualitas barang yang di jual pun berbeda antara pasar tradisional dan pasar moderen, sehingga banyak konsumen yang lebih memilih berbelanja di pasar moderen ketimbang ke pasar tradisional.

Menurut Sari (2020) yang meneliti tentang “Laba Pedagang Pasar Tradisional Di Desa Cerme Dalam Menghadapi Pasar Modern Melalui Lima Dimensi Kualitas Layanan.” Berdasarkan penelitiannya Perolehan laba pedagang pasar tradisional mengalami penurunan yang disebabkan dari semakin banyaknya persaingan dalam berdagang salah satunya persaingan dengan pasar modern seperti minimarket, maka laba tersebut dimaknai dengan kesejahteraan bagi para pedagang dan Perolehan laba yang menurun pada pasar tradisional disebabkan dari kualitas layanannya terhadap para pembeli, maka lima dimensi kualitas layanan tersebut dimaknai dengan kepuasan bagi para pengguna pasar.

Menurut Asninta (2018) yang meneliti tentang “IMPLIKASI NILAI-NILAI SPIRITUAL PEDAGANG PASAR TRADISIONAL TERHADAP KONSEP DAN PRAKTEK AKUNTANSI (STUDI KASUS PADA PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN GOWA).” Berdasarkan penelitiannya Nilai spiritual para pedagang sangat berpengaruh terhadap praktek akuntansi. Walaupun pada dasarnya pengaruhnya tidak secara langsung pada periode yang bersangkutan, namun terakumulasi dalam jangka panjang yaitu nilai spiritual yang ada diantara para pedagang akan memberi kontribusi terhadap peningkatan secara jangka panjang, yang pada akhirnya akan berdampak pula pada keuntungan jangka panjang.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Kajian	Hasil Penelitian
Syarifuddin/ 2018	Untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi pedagang di pasar tradisional yang berkaitan dengan <i>budaya</i>	Deskriptif kualitatif	Budaya pasar tradisional Monju	Komunikasi interpersonal antara pedagang serta bentuk tawar menawar yang mendekatkan hubungan sosial pedagang dan pembeli yang dapat menumbuhkan nilai kekeluargaan, persaudaraan, kebersamaan, kerjasama, rasa empati, dan gotong royong.
Wiwin dan abdul/ 2016	bagaimana laba usaha dagang pada pegagang sembako muslim di Pasar Tradisional Bantul.	kuantitatif	Laba usaha pedagang sembako muslim	Berdasarkan pada hasil penelitian Secara parsial, modal (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba usaha dagang.
Widiandra dan Sasana / 2013	Untuk mengetahui dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional	Model Interaktif	Keuntungan Usaha Pedagang Pasar Tradisional	Dampak tersebut dilihat dari segi kenyamanan, jarak antar minimarket modern dengan toko tradisional dan kelengkapan produk yang nantinya akan mempengaruhi perubahan keuntungan pedagang pasar tradisional.

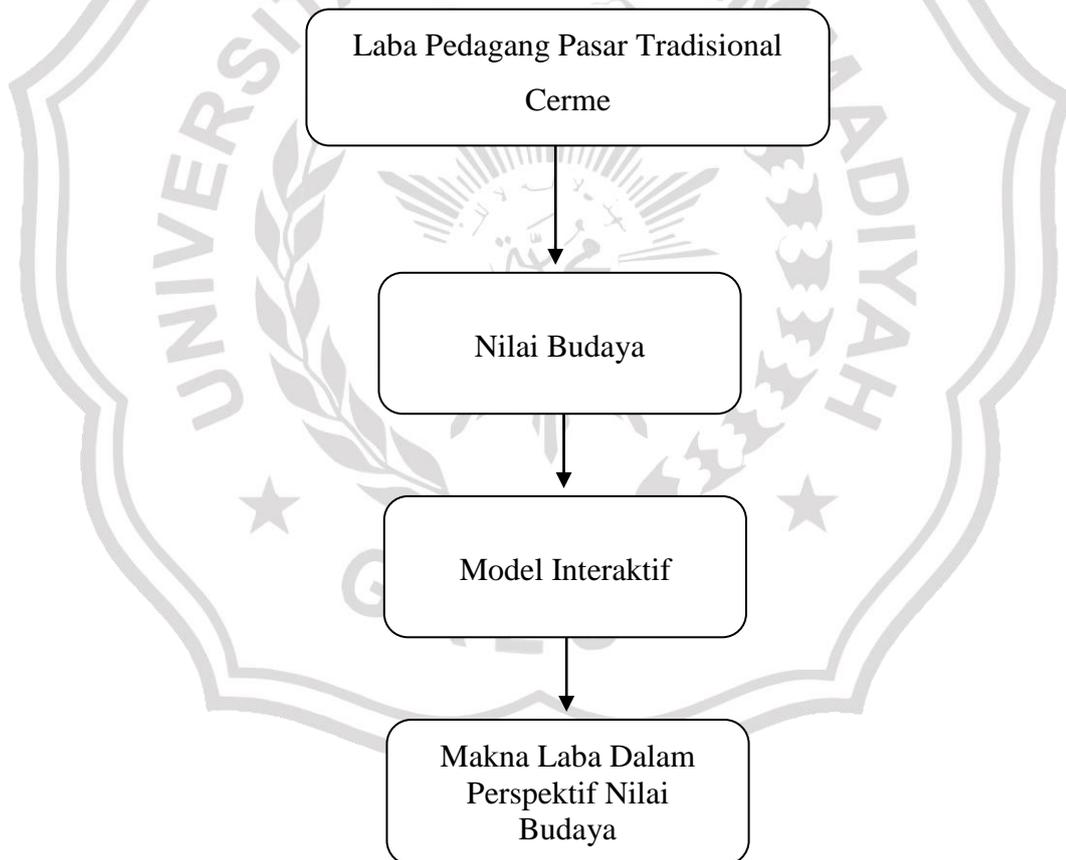
Andika / 2012	Untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat pelanggan puas dan bertahan untuk tetap berbelanja di Alfamart kota Malang.	analisis kuantitatif dengan pendekatan analisis faktor. Lima dimensi kualitas kerja	Kepuasan pelanggan di Alfamrt	Membuat pelanggan puas dan bertahan untuk tetap berbelanja di Alfamart kota Malang.
Puspita/ 2018	untuk mengungkapkan lebih jauh sudut pandang laba dari sisi pedagang tradisional seperti apa	penelitian kualitatif	Makna Laba	pada pasar tradisional, konsep laba tersebut jauh berbeda. Karena dengan konsep “nambah dulur”, pedagang tradisional rela mengurangi perolehan labanya, demi memperoleh loyalitas dari pelanggan.
Arimawa/ 2017	untuk mengetahui Persepsi Pedagang Terhadap Keberadaan Pasar Modern dan Persepsi Konsumen Terhadap Keberadaan Pasar Modern.	penelitian deskriptif kualitatif	Pengaruh pasar modern	bahwa setelah di bukanya pasar moderen omset pedagang di pasar tradisional mengalami penurunan omset dan bahwa ketiga pasar tradisional di Tobelo bukan hanya mengalami penurunan omset akan tetapi dari sisi pendapatan dan jumlah pelanggan yang datang juga semakin berkurang, sehingga banyak pedagang yang

				mengalami kerugian
Sari/ 2020	Untuk mengetahui maknalaba pedagang pasar tradisional dalam menghadapi pasar modern dan Untuk mengetahui lima dimensi kualitas layanan yang terjadi dalam pasar tradisional dan pasar modern	penelitian kualitatif	Laba pedagang tradisional dalam dimensi kualitas layanan	laba dimaknai dengan kesejahteraan bagi para pedagang dan Perolehan laba yang menurun pada pasar tradisional disebabkan dari kualitas layanannya terhadap para pembeli, maka lima dimensi kualitas layanan tersebut dimaknai dengan kepuasan bagi para pengguna pasar.
Asninta / 2018	untuk mengetahui apakah nilai-nilai spiritual pedagang pasar tradisional berpengaruh pada konsep dan praktek akuntansi	penelitian data kualitatif	konsep dan praktek akuntansi pada pedagang pasar tradisional	Nilai spiritual para pedagang sangat berpengaruh terhadap praktek akuntansi. Walaupun pada dasarnya pengaruhnya tidak secara langsung pada periode yang bersangkutan, namun terakumulasi dalam jangka panjang

Sumber : Diolah peneliti, 2020

2.3. Framework

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menela'ah makna nilai budaya pedagang pasar tradisional di Desa Cerme dalam memperoleh laba yang optimal melalui lima dimensi kualitas layanan. Setelah itu, perlu dilakukan analisis dengan menggunakan analisis dengan model interaktif yang menurut Miles dan Huberman. Aktifitas analisis data dalam model ini terdiri dari empat unsur yaitu pengumpulan data, reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*verification*). Lalu baru diketahui makna nilai budaya dalam memperoleh laba yang optimal.



Gambar 2.3 Framework