

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Penelitian Rujukan**

Avicenia (2014), meneliti tentang Analisa Implementasi Konsep Triple Bottom Line Pada Program Corporate Social Responsibility Sebagai Bagian Dari Strategi Hubungan Masyarakat Perusahaan (Studi Kasus: Program C.A.F.E Practice Starbucks). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara. Hasil penelitiannya yaitu konsep triple bottom line yang dilakukan Starbucks dalam peduli terhadap lingkungan sekitar (*planet*) kerjasama sama dengan Conservation International (CI) untuk membuat pedoman mengenai cara menjaga kelestarian lingkungan dengan sekaligus mendukung jutaan petani kopi yang disesuaikan dengan prinsip pembelian adil Starbucks. Pedoman ini kemudian diikuti oleh para petani dalam kegiatan penanaman kopi yang baik untuk dikonsumsi dan juga baik untuk lingkungan. Dan mengevaluasi yang dilakukan oleh pihak ketiga dalam membantu mengelola limbah, melindungi kualitas air, menghemat air dan energi, melestarikan keanekaragaman hayati dan juga mengurangi penggunaan bahan-bahan agrokimia.

Dalam kepeduliannya terhadap sumber daya manusia (*people*) Starbucks menjaga kualitas kopi sebagai produk utamanya agar selalu mendapat kepercayaan pembelinya, Starbucks juga menjaga hubungan baik dengan petani kopi dan pemasok. Hubungan antara Starbucks dan petani kopi dijalin atas dasar saling menghormati. Starbucks bekerjasama dengan petani kopi untuk menjamin kualitas jangka panjang produk kopi yang dihasilkan. Program yang dilakukan Starbucks memberikan dampak pada reputasi positif dan hubungan baik dengan pemangku

kepentingannya. Reputasi positif dan hubungan baik yang dijalin dengan pemangku kepentingan tersebut memberikan pengaruh positif secara langsung pada profit dan keberlangsungan dari bisnis Starbucks. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu konsep yang digunakan triple bottom line dan objek kajian yaitu usaha kopi.

Putra dan Larasdiputra (2020), meneliti tentang Penerapan Konsep *Triple Bottom Line Accounting* Di Desa Wisata Pelaga (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha Tani Asparagus). Penelitian ini menggunakan metode survey dan dianalisa secara kuantitatif maupun kualitatif. Dengan teknik wawancara dan observasi non partisipan. Tema yang dibahas adalah konsep *triple bottom line*. Hasil penelitiannya yaitu konsep *triple bottom line* yang dilakukan di desa wisata pelage (studi kasus pada kelompok usaha tani asparagus) berjalan dengan baik. *Planet* menggambarkan tentang kepedulian sebuah aktivitas bisnis terhadap lingkungan sekitar, mayoritas para petani asparagus di Desa Pelaga tetap menggunakan pupuk organik seperti pupuk kandang dalam proses pembudidayaan sayuran asparagus, sehingga dapat disimpulkan bahwa aktivitas usaha ini tidak berdampak negatif terhadap alam lingkungan. *People* berkaitan dengan bentuk kepedulian perusahaan terhadap sumber daya manusia yakni tenaga kerja serta masyarakat sekitar. Seluruh masyarakat di Desa Pelaga memiliki kesempatan yang sama apabila tertarik menjadi petani asparagus, dengan syarat memiliki lahan sebagai media tanam.

*Profit* berkaitan dengan kemampuan sebuah aktivitas bisnis untuk menghasilkan keuntungan. Melalui kegiatan *One Village One Product (OVOP)* yang tercermin pada budidaya sayuran asparagus dapat meningkatkan taraf hidup

petani serta menopang perekonomian petani di Desa Pelaga. Hal tersebut dapat dilihat dari harga asparagus dimulai dari harga Rp35.000 hingga Rp50.000 tergantung dari kualitas asparagus tersebut. Dalam sehari para petani mampu menghasilkan pendapatan sekitar Rp500.000 hingga Rp1.000.000 tergantung luas lahan yang dimiliki. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu konsep yang digunakan *triple bottom line*. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajian yaitu jika penelitian ini mengambil objek kelompok usaha tani Asparagus sedangkan penelitian ini mengambil objek usaha warung kopi.

Kristia (2019), Meneliti tentang Model Bisnis *Triple Bottom Line* Pasar Komunitas Makanan Sehat dan Pengembangannya dalam Mewujudkan Rantai Pasok Pangan Berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dengan teknik wawancara. Tema yang dibahas adalah konsep *triple bottom line*. Hasil penelitiannya yaitu konsep *triple bottom line* yang dilakukan di Pasar Kamisan yang berakitan dengan *people*, pedagang di pasar kamisan selain menjual produk pangan sehat kepada konsumen, masing masing vendor di Pasar Kamisan juga tidak segan untuk memberi penjelasan melalui telepon dan *Whatsapp* apabila konsumen ingin memesan produk kembali atau sekadar bertanya. Pemberitahuan mengenai acara yang diadakan komunitas ini diunggah secara rutin di akun *Instagram*.

Vendor di Pasar Kamisan juga memperhatikan lingkungan (*planet*) yaitu dengan tidak menggunakan minyak sawit dalam proses pengolahan produknya, digantikan dengan minyak kelapa. Minyak kelapa digunakan sebagai alternatif bahan pengganti minyak sawit karena merupakan produk lokal sehingga mudah diakses oleh para pelaku usaha. Berkaitan dengan *profit* yang didapatkan, nilai

sosial yang ingin diciptakan oleh komunitas adalah memangkas rantai pasokan (*supply chain*) pada perdagangan pangan. Hal ini dilakukan bukan untuk menurunkan harga, tetapi lebih memberikan harga yang adil (*fair trade*) bagi produsen dan konsumen. Dengan adanya komunitas Pasar Kamisan, pelaku usaha dapat menjual produknya dengan harga yang pantas dan juga menjamin kualitas produknya memang baik bagi kesehatan konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu konsep yang digunakan *triple bottom line*. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajian yaitu jika penelitian ini mengambil objek Pasar Kamisan sedangkan penelitian ini mengambil objek usaha warung kopi.

Rowley dan McMurtrey (2016), meneliti tentang *McDonald's and the Triple Bottom Line: A Case Study of Corporate Sustainability*. McDonald's menerapkan konsep *triple bottom line* yang berkaitan dengan pelanggannya (*people*) yaitu memahami permintaan konsumen untuk menghindari produk rusak agar tidak terjual dengan meningkatkan kualitas dan konsistensi produk. produksi dan inovasi pangan berkualitas di perusahaan ini akan diperiksa. Modifikasi menu dengan menjual makanan sesuai cita rasa lokal. Dalam memperhatikan lingkungan (*planet*) McDonald's menjadi perusahaan yang bertanggung jawab melalui promosi metode pertanian berkelanjutan dengan Unilever dan Nestle dalam berjanji untuk beralih ke minyak sawit yang sepenuhnya bersumber secara berkelanjutan pada tahun 2015. Sebagai perusahaan global, mereka memahami apa yang diperlukan untuk membawa makanan dari pertanian ke garpu secara efektif sambil tetap menghasilkan keuntungan yang cukup besar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu konsep yang digunakan *triple bottom line*. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek kajian yaitu jika penelitian ini mengambil objek McDonald's sedangkan penelitian ini mengambil

objek usaha warung kopi.

Hikmah (2017) meneliti tentang Strategi Komunikasi Bisnis Pada Warung Kopi Solong Ulee Kareng Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitiannya pemilik warung kopi solong sangat menjaga kualitas kopinya yaitu biji kopi yang didatangkan langsung dari aceh, kelengkapan makanan dan minuman yang dijual seperti kue tradisional, gorengan dll, pelayan warung kopi solong sangat ramah, dan kebersihan sangat terjamin.

Untuk lebih jelasnya dan detail terhadap penelitian rujukan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Rujukan**

Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Ressi P. Avicenia (2014)	Analisa Implementasi Konsep Triple Bottom Line Pada Program Corporate Social Responsibility Sebagai Bagian Dari Strategi Hubungan Masyarakat Perusahaan (Studi Kasus: Program C.A.F.E Practice Starbucks)	Untuk mengetahui penerapan konsep Triple Bottom Line di Starbucks.	Kualitatif	Starbucks berhasil mengintegrasikan ketiga pilar dalam konsep TBL untuk menjawab isu-isu sosial, lingkungan dan ekonomi melalui peningkatan kualitas hidup pemangku kepentingannya, kelestarian lingkungan, dan juga keuntungan bagi Starbucks itu sendiri.
I Gusti Bagus Ngurah Panji Putra dan Gde Deny Larasdi Putra (2020)	Penerapan Konsep <i>Triple Bottom Line Accounting</i> Di Desa Wisata Pelaga (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha Tani Asparagus)	Untuk menguji penerapan konsep <i>Triple Bottom Line Accounting</i> di Desa Wisata Pelaga, dengan kelompok usaha tani asparagus.	Kualitatif & Kuantitatif	Konsep <i>triple bottom line</i> dapat berjalan dengan baik. Beberapa kekurangan hanya pemanfaatan hasil asparagus untuk menambah laba petani.
Kristia (2019)	Model Bisnis Triple Bottom Line Pasar Komunitas Makanan Sehat dan Pengembangannya dalam Mewujudkan Rantai Pasok Pangan Berkelanjutan.	Untuk mengetahui penerapan <i>Triple Bottom Line</i> di pasar komunitas makanan sehat.	Kualitatif	Organisasi perlu melakukan inovasi pada bangunan model bisnis <i>triple bottom line</i> yang dimiliki. Strategi dengan melakukan pelatihan berkala untuk menjaga kualitas para pengurus dan anggota komunitas dan menjalin kemitraan dengan pemangku kepentingan yang lebih luas.
Ben Rowley dan Mark E. McMurtrey (2016)	McDonald's and the Triple Bottom Line: A Case Study of Corporate Sustainability	Untuk mengetahui penerapan McDonald's dalam konsep <i>triple bottom line</i> .	Kualitatif	McDonald's sebagai perusahaan global, mereka memahami apa yang diperlukan untuk membawa makanan dari pertanian ke garpu secara efektif sambil tetap menghasilkan keuntungan yang cukup besar sesuai penerapan konsep <i>triple bottom line</i> .
Nisa Ul Hikmah (2017)	Strategi Komunikasi Bisnis Pada Warung Kopi Solong Ulee Kareng Kota Banda Aceh	Untuk Mengetahui Strategi Komunikasi Bisnis Warung Kopi	Kualitatif	Strategi yang digunakan yaitu pemilik warung kopi solong selalu hadir, pemilik warung kopi solong melibatkan pelanggannya, kualitas kopi dan kue yang nikmat, kebersihan yang terjamin, dan pelayanan yang memuaskan.

Hasil dari lima peneliti rujukan menunjukkan bahwa analisis konsep *triple bottom line* yang dilakukan oleh suatu usaha adalah melakukan pelayanan yang baik dengan orang-orang yang ada dalam usaha tersebut, ikut berkontribusi terhadap lingkungan sekitar usaha dengan membuat suatu aktivitas bisnis untuk pelestarian lingkungan, menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan, kebersihan tempat usaha sangat terjamin dan memanfaatkan hasil dari penerapan analisis konsep *triple bottom line* untuk mendapatkan laba yang lebih, bisa menjadi cara warung kopi untuk bertahan mendapatkan laba dalam menghadapi *coffee shop*. Model penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Triple Bottom Line (3P)**

Suatu usaha harus memberikan jawaban atas kebutuhan masyarakat, agar usaha tersebut berlangsung lama dan berkelanjutan dalam jangka yang panjang (Saleh & Sukaris, 2018). Felisia (2014) menjelaskan bahwa *Triple Bottom Line* sebagai tiga pilar yang digunakan dalam pengukuran kinerja, yaitu dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan. John Elkington mempopulerkan *Triple Bottom Line* didalam buku *Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth* menyatakan bahwa dalam menjalankan sebuah usaha harus memperhatikan 3P, yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Selain mencari *profit*, suatu usaha wajib terlibat dalam kesejahteraan masyarakat sekitar (*People*), serta ikut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*) (Effendi, 2016).

Suatu konsep keberlanjutan merupakan konsep untuk waktu yang lama. Konsep ini identik dengan kelestarian lingkungan, namun juga mempertimbangkan aspek ekonomi dan sosial. Salah satu faktor untuk mencapai

usaha yang berkelanjutan yaitu memperbaiki kerusakan yang terjadi pada lingkungan tanpa mengorbankan kebutuhan usaha ekonomi dan sosial. Konsep keberlanjutan adalah menggerakkan elemen *profit, planet, people* dalam satu kesatuan intervensi. Konsep 3P (*profit, planet, people*) merupakan cara untuk mendapatkan izin suatu kegiatan operasional usaha dari masyarakat, yang tujuannya adalah menambah kepercayaan masyarakat dengan nilai yang positif.

#### 1. *Profit* (Ekonomi)

Mendapatkan *profit* yang maksimal adalah tujuan setiap usaha yang telah berdiri. Hal tersebut adalah sebagai bentuk tanggung jawab ekonomi untuk menjaga eksistensi dan keberlanjutan sebuah usaha. Menurut Santoso (2016), *Profit* sendiri berarti sebuah pendapatan tambahan yang digunakan untuk kelangsungan hidup suatu usaha. Suatu usaha akan menghasilkan keuntungan yang optimal, jika usaha tersebut memiliki strategi-strategi bisnis yang tepat baik dari segi teknologi, produksi, pemasaran, dan segi-segi lainnya.

Berikut merupakan aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan tanggung jawab suatu bisnis :

- a. Kinerja keuangan berjalan baik.
- b. Kepatuhan dalam pembayaran pajak.
- c. Tidak ada konflik kepentingan.
- d. Tidak ada praktik korupsi atau suap.
- e. Tidak melakukan sumbangan politisi.
- f. Menghargai hak atas kemampuan intelektual/paten.

#### 2. *People* (Sosial)

Pemangku kepentingan yaitu masyarakat yang berlaku juga sebagai *stakeholders*

merupakan satu bagian yang penting. People dalam hal ini adalah masyarakat dari lingkungan terdekat suatu usaha, berjalannya sebuah usaha tidak lepas dari banyaknya kontribusi masyarakat. Sifat egois dari manusia dapat merapuhkan sendi-sendi kemanusiaan dan menghancurkan pilar-pilar kemanusiaan, sikap melayani yang berintikan pada tindakan sukarela untuk membantu orang lain ini sangat penting, bukan hanya sebagai strategi untu sebuah kesuksesan akan tetapi menjadi langkah penting untuk memanusiakan manusia kembali.

Aspek terpenting yang perlu diperhatikan yaitu kesejahteraan manusia karena segala ucapan, tindakan dan sikap mempengaruhi keberlanjutan dari suatu usaha tersebut. Berikut merupakan aktivitas sosial yang berkaitan dengan tanggung jawab suatu bisnis kepada masyarakat :

- a. Menjamin kesehatan karyawan.
- b. Memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat.
- c. Melakukan perlindungan terhadap konsumen.
- d. Akses untuk memperoleh barang-barang tertentu dengan harga yang wajar.
- e. Menjaga privasi konsumen.
- f. Melakukan praktik derma atau pemberian atas dasar kemurahan hati sesuai dengan kebutuhan.

### 3. *Planet* (Lingkungan)

Lingkungan adalah sesuatu hal yang selalu terkait dengan seluruh kegiatan manusia. Memanfaatkan lingkungan dengan menggunakan air, teknologi, bahan bakar, kertas, dan lainnya dalam kegiatan operasional suatu bisnis. Dalam menjalankan sebuah usaha manusia harus selalu memperhatikan aspek perlindungan terhadap lingkungan. Sebab jika lingkungan rusak maka usaha

tersebut akan mengalami kesulitan dalam menjalankan operasional dengan baik dan bisnis tidak dapat berjalan dengan lancar. Berikut merupakan aktivitas lingkungan yang berkaitan dengan tanggungjawab suatu bisnis terhadap lingkungannya :

- a. Tidak melakukan pencemaran, baik air maupun udara.
- b. Menjaga keanekaragaman hayati.
- c. Tidak berkontribusi dalam kebisingan.
- d. Tidak berkontribusi atas limbah.
- e. Tidak melakukan penyerobotan lahan.

### **2.2.2 Warung Kopi**

Warung kopi adalah suatu tempat yang berbentuk kedai atau warung dimana minuman kopi sebagai menu utama yang dijual. Di daerah-daerah warung kopi adalah usaha kecil yang dilakukan oleh sebuah keluarga. Menurut Qaftari (2016), Istilah warung kopi diadopsi dari kata warung yang artinya toko atau kios dengan dibumbuhi kata kopi sebagai menu utamanya, oleh karena itu disebut warung kopi.

Menurut Kurniawan dan Ridlo (2017), Warung kopi adalah sebuah tempat yang tidak terlalu luas tetapi menyediakan banyak hal seperti kopi yang menjadi produk utamanya, berbagai jenis minuman es seperti es teh dan menyediakan makanan ringan sebagai pendamping untuk menikmati kopi. Umumnya warung kopi juga Wi-Fi (Wireless Fidelity).

Menurut Said (2017), warung kopi sebagian besar berfungsi sebagai pusat interaksi sosial yang menyediakan sebuah tempat untuk makan dan minum, berkumpul bersama teman, dan menghibur satu sama lain.

Dari suatu pengamatan, warung kopi adalah sebuah tempat untuk berinteraksi sosial. Warung kopi dilihat memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu baik secara individu maupun kelompok. Dalam perkembangannya warung kopi memiliki tempat tersendiri bagi para penikmatnya.

### 2.2.3 *Coffee Shop*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998), kedai kopi (*coffee shop*) adalah tempat yang menyajikan berbagai macam olahan kopi dan kudapan kecil. Seiring perkembangannya, tidak hanya kopi sebagai produk utamanya, *coffee shop* juga menyediakan makanan kecil dan berat untuk pendamping kopi. *Coffee shop* atau yang sering disebut kafe bergeser makna. Secara terminologis, Menurut Oldenburg (1989), kata *café* berasal bahasa Perancis, yaitu *coffee*, yang berarti kopi. Di Indonesia menurut Herlyana (2012), kafe berasal dari penyerdanaan kata *café*. Pengertian harafiahnya terhadap (minuman) kopi, yang akhirnya dikenal sebagai tempat menikmati berbagai macam kopi dan jenis minuman lain seperti soft drink dan sajian makanan ringan lainnya. *Coffee shop* adalah sebuah *restaurant* yang pada awalnya hanya menyediakan tempat untuk minum kopi dan teh secara cepat, sekarang perkembangan *coffee shop* seperti ini karena memenuhi kebutuhan pelanggan yang tidak ada habisnya.

Menurut Marsum (1993), *coffee shop* adalah sebuah tempat atau ruangan yang dikelola dengan manajemen terstruktur yang memberikan pelayanan dengan baik kepada pelanggannya berupa hidangan berbagai macam kopi dan lainnya serta fasilitas yang menunjang tempat tersebut. Saat ini perkembangan *coffee shop* tidak hanya di kota-kota besar, tetapi juga kota-kota kecil, walaupun dengan pasar

yang berbeda-beda (Yuliandri, 2015).

*Coffee shop* menetapkan harga relatif mahal karena konsep dan fasilitas yang diberikan lebih baik dari pada warung kopi. Namun dalam perkembangannya *coffee shop* bukan hanya tempat untuk menikmati secangkir kopi tapi sudah menjadi rumah kedua bagi remaja dan sebuah gaya hidup di era modern seperti ini.

Pada era globalisasi saat ini *coffee shop* di Indonesia mengalami banyak perkembangan baik secara konsep dan banyak jumlahnya. Pada dasarnya *coffee shop* sama dengan warung kopi, sebuah tempat orang-orang untuk bersantai dengan minum kopi. Mungkin yang menjadi perbedaan hanyalah soal rasa, penyajian dan pelayanan.

#### **2.2.4 Laba**

Mengelola keuangan adalah suatu tindakan untuk membantu perencanaan, pemecahan masalah dan pembuatan keputusan dalam manajemen keuangan suatu usaha (Handayani dan Santoso, 2019). Tujuan dilakukan pengelolaan keuangan yaitu untuk meningkatkan kelangsungan usaha, pertumbuhan, dan profitabilitas suatu usaha. Laba adalah keuntungan pendapatan di atas biaya selama satu periode akuntansi. Sedangkan laba menurut struktur akuntansi adalah selisih pengukuran pendapatan dan biaya. Laba adalah suatu pedoman dalam penentuan pengambilan keputusan, untuk perencanaan di masa yang akan mendatang, dan sebagai penilaian atas prestasi suatu usaha.

Menurut Subramanyam dan wild (2013) laba adalah ringkasan hasil bersih dari aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang telah dinyatakan dalam istilah keuangan. Tujuan dari analisis laporan keuangan adalah untuk

mengevaluasi dan membuat penyesuaian yang dibutuhkan terhadap laba untuk memperbaiki kemampuan laba dalam merefleksikan kinerja usaha serta meramalkan laba masa depan. Adapun konsep laba sebagai berikut :

### 1. Laba Ekonomi

Laba ekonomi merupakan indikator terakhir atas kinerja suatu perusahaan untuk mengukur dampak keuangan seluruh kejadian pada suatu periode secara komprehensif. Konsep laba ekonomi mirip dengan pengukuran tingkat pengembalian suatu efek atau portofolio efek yaitu tingkat pengembalian yang mencakup baik deviden maupun apresiasi modalnya.

### 2. Laba Permanen

Laba permanen merupakan laba yang berkelanjutan atau laba yang berulang atau dapat disebut dengan laba yang mencerminkan fokus jangka panjang. Laba permanen berbeda dengan laba ekonomi. Laba ekonomi untuk mengukur perubahan nilai perusahaan, sedangkan laba permanen adalah proposisi langsung dari nilai perusahaan.

### 3. Laba Operasi

Laba operasi merupakan konsep laba yang timbul dari kegiatan operasi perusahaan. Laba operasi menjadi konsep yang terpenting dalam penilaian kepentingan yang timbul dari tujuan keuangan perusahaan tertentu untuk memisahkan kegiatan operasi usaha dari kegiatan keuangan perusahaan tertentu.

Laba yang diperhitungkan dalam warung kopi adalah laba kotor yaitu pendapatan dari penjualan. Pendapatan yang dimaksud adalah pendapatan penjualan sebelum dikurangi biaya overhead, gaji pegawai, pajak dan pembayaran bunga. Artinya di dalam laba kotor terdapat keuntungan sekaligus terdapat biaya

untuk membuat produk atau produksi maupun biaya untuk penyediaan jasa. Menurut Kasmir (2011), laba kotor (*gross profit*) artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh. Artinya di dalam laba kotor terdapat keuntungan sekaligus terdapat biaya untuk membuat produk atau produksi maupun biaya untuk penyediaan jasa. Jika dikaitkan dengan definisi di atas, maka laba kotor masih belum bisa disebut keuntungan murni dari penjualan. Sedangkan pengertian laba kotor secara khusus atau yang sering disebut Gross Profit adalah jumlah penjualan bersih pasca mengalami pengurangan harga pokok penjualan yang disingkat HPP.

*Coffee shop* dalam memperhitungkan laba menggunakan laba bersih yaitu selisih antara seluruh pendapatan dari kegiatan operasi suatu usaha maupun non operasi. Menurut Kasmir (2011), laba bersih (*net profit*) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak. Sedangkan menurut Simamora (2013) pengertian laba bersih adalah Laba bersih yang berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode waktu tertentu.

Menurut Griffin dan Ronald (2007), laba adalah suatu keuntungan yang berbeda antara penerimaan pada bisnis atau pembiayaan lainnya. Laba menurut Hansen dan Mowen (2011) adalah laba operasi dikurangi pajak, biaya bunga, biaya riset dan pengembangan. Unsur laba antara lain adalah biaya, beban, pendapatan, untung rugi, dan penghasilan.

Menurut Pahlevi (2019), laba merupakan pendapatan lebih yang diperoleh sebagai imbalan dalam penghasilan barang atau jasa selama satu periode akuntansi. Tujuan dari laba yaitu:

1. Untuk membiayai seluruh kegiatan operasional usaha agar mencapai laba yang lebih optimal.
2. Digunakan untuk melunasi seluruh hutang yang dimiliki suatu usaha.
3. Untuk menopang perkembangan perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam suatu usaha laba tidak selalu mengalami kenaikan, akan tetapi akan mengalami fluktuasi setiap jangka waktu tertentu. faktor-faktor yang mempengaruhi laba yaitu sebagai berikut :

#### 1. Harga jual barang dan jasa

Jumlah laba yang didapatkan selalu berpengaruh terhadap harga jual barang maupun jasa itu sendiri. Semakin tinggi harga jual suatu produk yang ditetapkan maka akan semakin besar pula laba yang akan didapatkan. Perbedaan harga jual barang disetiap periode inilah yang membuat jumlah laba yang diperoleh penjual dapat terus berubah disetiap periode.

#### 2. Jumlah barang atau jasa yang diperjualbelikan

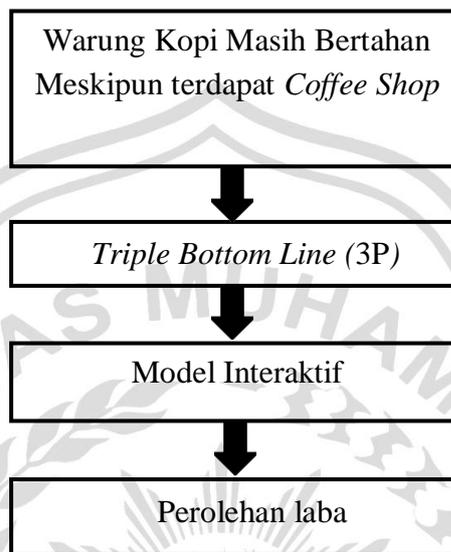
Keuntungan yang diperoleh penjual bersumber dari banyaknya jumlah barang yang diperjualbelikan. Semakin banyak jumlah barang yang diperjualbelikan maka akan semakin besar jumlah laba yang akan diperoleh.

#### 3. Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjual akan mengalami perubahan tetapi harga jual tidak mengalami perubahan, hal ini membuat jumlah laba yang didapatkan ikut berubah. Jika jumlah barang yang terjual tidak berubah dan harga pokok

penjualan meningkat, tapi harga jual tidak berubah maka akan berdampak pada laba yang didapatkan akan berkurang.

### 1.3 Framework



Sumber : Diolah Peneliti, 2020

**Gambar 2.1 Framework**

Penelitian dilakukan di kawasan Brotonegoro Suci Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik. Peneliti melakukan penelitian di kawasan Brotonegoro Gresik dikarenakan terdapat fenomena yang terjadi di kawasan Brotonegoro Gresik yaitu warung kopi masih dapat bertahan untuk mendapatkan laba meskipun keberadaan *coffee shop* semakin hari semakin banyak didirikan disepanjang jalan kawasan Brotonegoro Gresik. Mengenai adanya fenomena yang terjadi di kawasan Brotonegoro Gresik peneliti dapat melihat suatu permasalahan dari sudut pandang konsep *triple bottom line*.

Konsep *triple bottom line* menjelaskan bahwa sebuah usaha untuk mempertahankan keberlangsungan hidupnya, usaha tersebut harus memperhatikan “3P” yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*).

Laba atau *profit* merupakan tujuan semua usaha termasuk tujuan pemilik warung kopi, dan untuk mendapatkan laba perlu memperhatikan lingkungan dan pelayanan yang diberikan untuk pembeli. Untuk mengetahui informasi secara mendalam tentang apa yang menjadi topik pembahasan dalam penelitian ini peneliti menggunakan model interaktif. Model interaktif yaitu melalui pengumpulan data, reduksi data, display data, dan verifikasi atau kesimpulan. Berdasarkan model interaktif, sehingga peneliti mendapatkan hasil akhir atau kesimpulan berupa peroleh laba warung kopi melalui analisis *triple bottom line*.

