

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Laba

Syafri H (2011) laba adalah jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi. Menurut FASB (*Financial Accounting Standards Board*) statement mengartikan laba (rugi) sebagai kelebihan (*defisit*) penghasilan atas biaya selama satu periode akuntansi.

Themis (2012) Laba adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi (misalnya, kenaikan aset atau penurunan kewajiban) yang menghasilkan peningkatan ekuitas, selain yang menyangkut transaksi dengan pemegang saham.

Soemarso (2010) Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa laba adalah keuntungan yang diperoleh oleh seorang investor dari investasinya setelah mengurangi semua biaya-biaya yang berkaitan dengan investasi tersebut.

2.1.2 Jenis-jenis Laba

Adapun laba yang dapat dibedakan dari jenis-jenisnya yang digolongkan dalam penetapan pengukuran laba pada suatu laporan keuangan menurut Wild, dkk (2005) diantaranya:

1. Laba kotor

Laba kotor merupakan “pendapatan dikurangi harga pokok penjualan”. Apabila hasil penjualan barang dan jasa tidak dapat menutupi beban yang langsung terkait dengan barang dan jasa tersebut atau harga pokok penjualan, maka akan sulit bagi perusahaan tersebut untuk bertahan.

2. Laba operasi

Laba operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi”. Laba operasi menunjukkan seberapa efisien dan efektif perusahaan melakukan aktivitas operasinya.

3. Laba sebelum pajak

Laba sebelum pajak merupakan “laba dari operasi berjalan sebelum cadangan untuk pajak penghasilan”.

4. Laba bersih

Laba bersih merupakan “laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak”.

2.1.3 Konsep Laba

Subramanyam (2012) yang dialih bahasakan oleh Dewi Yanti, terdapat dua konsep laba yaitu sebagai berikut:

1. LabaEkonomi

Laba ekonomi biasanya merupakan arus kas ditambah dengan perubahan nilai wajar aktiva. Berdasarkan definisi ini, laba mencakup baik komponen yang sudah terealisasi (arus kas) maupun yang belum (laba atau rugi kepemilikan). Konsep laba

ini mirip dengan Leverage keuangan yang merupakan penggunaan dana yang membawa konsekuensi terjadinya beban keuangan yang tetap. Beban tetap ini berupa beban bunga hutang maupun saham dividen preferen. Karenanya, laba ekonomi berguna jika tujuan analisis adalah menentukan tingkat pengembalian pada pemegang saham yang tepat untuk periode berjalan (tanpa menggunakan harga pasar). Dengan kata lain, laba ekonomi merupakan indikator dasar kinerja perusahaan mengukur dampak keuangan seluruh kejadian pada suatu periode secara komprehensif. Namun, meskipun komprehensif, laba ekonomi mencakup baik komponen berulang maupun tak berulang, dan karenanya tidak terlalu bermanfaat untuk meramalkan potensi laba masa depan.

2. Laba Akuntansi

Laba akuntansi diukur berdasarkan konsep akuntansi akrual. Meskipun laba akuntansi mencakup baik aspek laba ekonomi maupun laba permanen, namun laba ini bukan merupakan pengukuran laba secara langsung seperti kedua laba lainnya. Pengakuan pendapatan dan pengaitan. Tujuan utama akuntansi akrual adalah pengukuran laba. Dua proses utama dalam pengukuran laba adalah pengakuan pendapatan dan pengaitan beban. Pengakuan pendapatan adalah titik awal pengukuran laba. Dua kondisi wajib untuk dapat diakui adalah bahwa pendapatan harus:

- a. Telah atau dapat direalisasi. Untuk dapat diakui, suatu perusahaan harus telah mendapatkan kas atau komitmen andal untuk mendapatkan kas, seperti piutang yang sah.

b. Telah dihasilkan. Perusahaan harus menyelesaikan seluruh kewajibannya kepada pembeli, yaitu proses perolehan laba harus selesai.

2.1.4 Komponen – Komponen Laba

Subramanyam (2011:5) yang dialih bahasakan oleh Dewi Yanti, terdapat komponen - komponen yang mempengaruhi laba sebagai berikut:

1. Pendapatan dan Keuntungan

Pendapatan (*revenues*) merupakan arus kas masuk yang diperoleh atau arus kas masuk yang akan diperoleh yang berasal dari aktivitas usaha perusahaan yang masih berlangsung. Pendapatan mencakup arus kas masuk seperti penjualan tunai dan arus kas masuk prospektif seperti penjualan kredit. Keuntungan (*gains*) merupakan arus masuk yang diperoleh atau akan diperoleh yang berasal dari transaksi dan kejadian yang terkait dengan aktivitas usaha perusahaan yang masih berlangsung.

2. Beban dan Kerugian

Beban (*expenses*) merupakan arus keluar yang terjadi atau arus keluar yang akan terjadi, atau alokasi arus kas keluar masa lampau yang berasal dari aktivitas usaha perusahaan yang masih berlangsung. Kerugian (*losses*) merupakan penurunan aktiva bersih perusahaan yang berasal dari aktivitas sampingan atau insidental perusahaan. Hal ini berarti keuntungan dan kerugian merupakan sumber daya dan jasa yang dapat dikonsumsi, dihabiskan atau hilang dalam memperoleh atau memproduksi pendapatan dan keuntungan. Akuntansi beban dan kerugian seringkali melibatkan penilaian jumlah dan waktu alokasi atas periode pelaporan. Waktu merupakan saat

beban atau kerugian terjadi, sering kali berdasarkan kaitannya dengan pendapatan yang dihasilkan.

2.1.5 Lima Dimensi Kualitas Pelayanan

Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2012:152), kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Dengan demikian kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan. Dalam menghasilkan suatu produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Bitrner (2013:80) didalam buku tersebut dijelaskan bahwa faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa. Tingkat kepuasan konsumen pun dapat diartikan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Penentu kepuasan konsumen itu sendiri dapat dilihat dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang diberikan penjual kepada konsumen. Ada lima dimensi yang nantinya menjadi tolak ukur dalam mengetahui kepuasan konsumen, dimensi-dimensi tersebut meliputi:

1. Berwujud (*Tangible*) Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.
2. Keandalan (*Reliability*) Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*) Berhubungan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*Assurance*) Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.
5. Empati (*Empathy*) Menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.2 Penelitian Terdahulu

Said(2017) “Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola Interaksi sosial warung kopi merefleksikan sebuah gaya hidup di Kota Makassar serta untuk mengetahui dan memahami fenomena warung kopi dan gaya hidup masyarakat modern. Dengan metode kualitatif interpretatif yang berguna untuk

mengungkapkan dan memaparkan situasi yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Teknik pengumpulan data menggunakan analisis dokumentasi. Analisis data menggunakan metode analisis semiotika dengan dasar pemikiran Roland Barthes, sehingga diperoleh makna yang mendalam tentang fenomena warung kopi dan gaya hidup modern.

Andriantini(2017) “Kualitas Pelayanan Pada *Coffee* Shop Asing Dan *Coffee* Shop Lokal” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan di *coffee* shop asing dan *coffee* shop lokal. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan *coffee* shop asing dan *coffee* shop lokal yang ada di Solo Square, sampel dalam penelitian ini terdiri dari 50 responden *coffee* shop asing dan 50 responden *coffee* shop lokal. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji paired sample t-test dan independent sample t-test.

Wirawan dkk (2019)“Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan lokasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung warkop Lamuna Coffee yang jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti (*unidentified*), penarikan sampel menggunakan metode presisi yaitu 5 (Kali) jumlah indikator/manifest sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 67 responden.

Wanda (2020) “Strategi Toko Klontong untuk Memperoleh Laba dalam Perspektif Lingkungan dan Pelayanan (Studi pada Toko Klontong Desa Ngembung –

Cerme - Gresik)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi toko klontong di Desa Ngembung Kecamatan Cerme untuk memperoleh laba dalam perspektif lingkungan dan pelayanan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dan terstruktur. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles and Huberman (1984), yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian ini menemukan strategi memperhatikan lingkungan, strategi memperhatikan pelayanan. Laba sebagai pemenuhan kebutuhan hidup, keberlangsungan usaha, dan rasa empati bagi pedagang toko klontong di Desa Ngembung.

Apriliyah (2020) “Laba Pedagang Pasar Tradisional di Desa Cerme dalam Menghadapi Pasar Modern melalui Lima Dimensi Kualitas Layanan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perolehan laba pedagang pasar tradisional di desa Cerme dalam menghadapi pasar modern melalui lima dimensi kualitas layanan secara mendalam dan menyeluruh. Pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Wawancara dilakukan secara mendalam hingga data yang diperoleh dinilai cukup. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan data Miles dan Huberman (1984), yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa perolehan laba para pedagang pasar tradisional mengalami penurunan semenjak berdirinya pasar-pasar modern seperti minimarket, sebab hampir semua masyarakat desa lebih memilih berbelanja dipasar modern karena kualitas layanannya yang lebih bagus.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Kajian	Hasil Penelitian
Said(2017)	Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern	Untuk mengetahui dan memahami fenomena warung kopi dan gaya hidup masyarakat modern.	Metode kualitatif interpretatif	Interaksi Sosial, Warung Kopi dan Gaya Hidup	warung kopi sebagai simbol gaya hidup kemudian warung kopi sebagai tempat berkumpul dan berdiskusi dan warung kopi menjadi tempat kerja (Ngantor).
Andriantini (2017)	Kualitas Pelayanan Pada <i>Coffee Shop</i> Asing dan <i>Coffee Shop</i> Lokal	Untuk mengetahui perbedaan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan di <i>coffee shop</i> asing dan <i>coffee shop</i> lokal	uji paired sample t-test dan independent sample t-test.	Kualitas pelayanan	kualitas layanan yang paling bagus adalah kualitas interaksinya, kemudian yang kedua adalah kualitas hasil dan yang ketiga adalah kualitas lingkungan fisiknya.
Wirawandk k (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone	Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan lokasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening.	Metode analisis kualitatif dengan penarikan sampel menggunakan metode presisi yaitu 5 (Kali) jumlah indikator/manifest	Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan	pengujian hipotesis bahwa lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Sedangkan pengujian hipotesis lainnya menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.

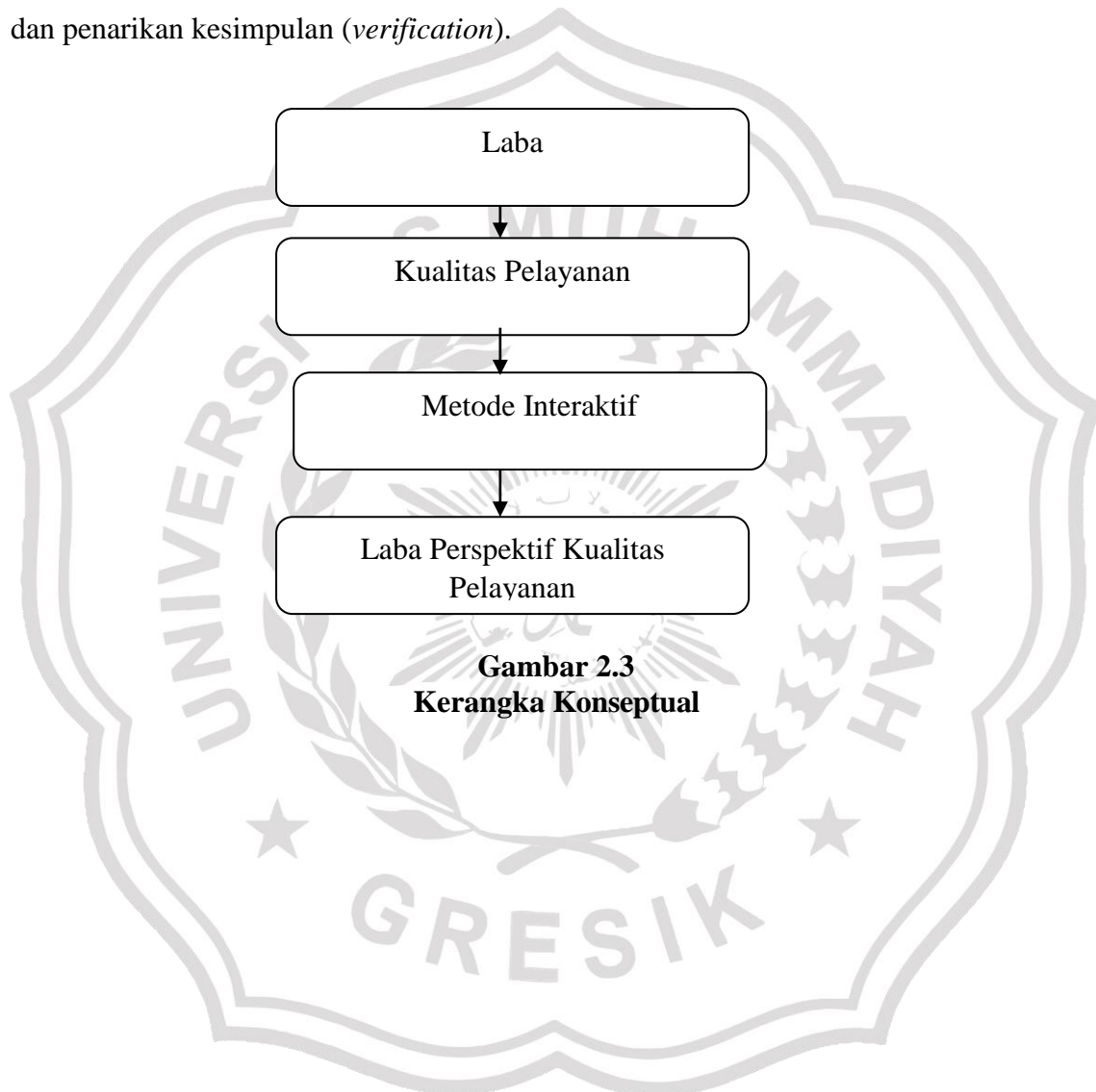
Wanda (2020)	Strategi Toko Klontong untuk Memperoleh Laba dalam Perspektif Lingkungan dan Pelayanan (Studi pada Toko Klontong Desa Ngembung – Cerme - Gresik)	Untuk mengetahui toko klontong dapat memperoleh laba yang optimal.	Metode penelitian kualitatif yang bersifat induktif	Strategi, Laba, Lingkungan, Pelayanan.	Strategi memperhatikan pelayanan dengan menjaga etika, memenuhi permintaan pelanggan, sabar, penggunaan bahasa yang sopan, dan menerapkan sistem delivery.
Apriliyah (2020)	Laba Pedagang Pasar Tradisional di Desa Cerme dalam Menghadapi Pasar Modern melalui Lima Dimensi Kualitas Layanan	Perolehan laba pedagang pasar tradisional di Desa Cerme dalam menghadapi pasar modern melalui lima dimensi kualitas layanan secara mendalam dan menyeluruh.	Metode kualitatif	Laba, Pasar Tradisional, Pasar Modern, dan Lima Dimensi Kualitas Layanan.	Perolehan laba para pedagang pasar tradisional mengalami penurunan semenjak berdirinya pasar-pasar modern seperti minimarket, sebab hampir semua masyarakat Desa lebih memilih berbelanja dipasar modern karena kualitas layanannya yang lebih bagus.

Sumber : Diolah Peneliti, 2020

2.3 Paradigma (Alur Pikir)

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menelaah makna laba warung kopi di kecamatan Cerme dalam menghadapi kafe melalui lima dimensi kualitas layanan. Di kecamatan Cerme memiliki warung kopi dan kafe yang lumayan banyak dimana kedua kedai itu saling bersaing satu sama lain demi mendapatkan laba. Dalam persaingan

kedua kedai tersebut bersaing melalui lima dimensi kualitas layanan. Setelah itu, perlu dilakukan analisis dengan menggunakan analisis dengan model interaktif yang menurut Miles dan Huberman. Aktivitas analisis data dalam model ini terdiri dari empat unsur yaitu pengumpulan data, reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*verification*).



Gambar 2.3
Kerangka Konseptual