

# MANAJEMEN LABA : LABA PADA PEDAGANG TRADISIONAL DENGAN SUDUT PANDANG FENOMENOLOGI

*By* Dian Kusumaningtyas

---

## MANAJEMEN LABA : LABA PADA PEDAGANG TRADISIONAL DENGAN SUDUT PANDANG FENOMENOLOGI

### ABSTRAK

Pasar Tradisional merupakan jantung perekonomian masyarakat, di mana tempat bertemunya penjual dan pembeli dari berbagai kalangan. Pasar tradisional memiliki budaya yang berbeda dibanding dengan pasar modern/*onlinee-commerce*. Budaya yang kita miliki saat bertransaksi pada pasar tradisional sangat menyenangkan jika kita kaji, semisal saat uang yang kita bawa kurang maka sang penjual hanya akan menjawab “sudah bawa saja (belanjaannya), buat langganan” atau masih banyak lainnya. Hal ini yang menggelitik peneliti ingin mengungkap bagaimana budaya yang ada apakah mampu mempengaruhi laba, atau memang orientasi para pedagang tradisional bukan hanya laba saja. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif yang didasarkan pada paradigma fenomenologis. Proses pengumpulan data dengan mengumpulkan informasi terlebih dahulu yang dilanjutkan analisis informan dengan menggunakan alat bantu kertas kerja analisis. Lokasi penelitian di Pasar Pahing dan Pasar Bandar area Kota Kediri. Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu bahwa para pedagang pada pasar tradisional hanya mengambil laba 2-10% dari harga sales untuk setiap produknya, kemudian untuk setiap harinya para pedagang diwajibkan untuk membayar retribusi pasar sebesar Rp 3000 per hari. Budaya yang terjadi pada pasar tradisional adalah jika pembeli kurang membawa uang Rp 100 – Rp 1.000 maka banyak pedagang yang mengikhlasakan dengan berharap pembeli kembali membeli barang dagangan di tokonya. Dengan laba yang minimal pedagang masih berusaha untuk memberi bingkisan pada pembeli yang berlangganan ke tokonya dengan alasan tradisi. Orientasi laba pada pedagang di pasar tradisional terkesampingkan dengan alasan lainnya, yaitu mengisi waktu luang, bertambahnya saudara maupun bertambahnya kenalan.

**Kata Kunci :** manajemen laba, pedagang tradisional, fenomenologi

### PENDAHULUAN

Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya secara langsung antara penjual dan pembeli (konsumen) untuk melakukan transaksi jual beli. Pasar tradisional adalah pasar yang paling sederhana, tidak ada peraturan yang ketat didalamnya, yang ada hanyalah peraturan antara penjual. Sehingga mampu mempermudah penjual keluar masuk pasar untuk berdagang. Didalam pasar

tradisional sangat memungkinkan penjual menjual barang yang sama semisal daging sapi, ayam, ikan, sayur atau bahan bahan dapur. Dan itu mampu menjadi salah satu factor mengapa pada pasar tradisional menjadi murah jika dibandingkan dengan pasar modern (setiawan, 2018). Saat ini pedagang tradisional telah mengalami banyak tantangan untuk mampu bertahan ditengah menjamurnya pasar modern. Presiden Joko Widodo memprediksi

perkembangan bisnis kedepan termasuk pasar tradisional akan tergerus oleh toko online (Detiknews, 2017) didukung A.C Nelson (2005) bahwa pasar tradisional telah menyusut 8% tiap tahunnya. Hal ini mampu menunjukkan bahwa pasar tradisional telah tergusur keberadaannya disebabkan banyak masyarakat yang lebih tertarik dengan pasar modern/online/ecommerce.

7 Kegiatan yang terjadi dalam pasar merupakan bagian dari perekonomian, yang merupakan pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual dalam sistem pertukaran. Persaingan yang terjadi di dalam kegiatan pasar tradisional sangatlah penting dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dalam pasar tradisional dua orang mungkin melakukan perdagangan namun dibutuhkan tiga orang untuk memiliki pasar sehingga ada persaingan pada satu atau dua belah pihak.(Kompasiana, 2016)

Pasar tradisional sendiri memiliki beberapa pokok permasalahan dimulai dengan lingkungan sekitar pasar, sarana prasarana, dan tata kelola pasar. Sehingga konsumen lebih menyukai pasar modern karena lebih bersih dan tata kelola yang cukup baik. Pergeseran budaya masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli bukan hanya dari sudut pandang murah atau mahal, konsumen saat ini lebih condong ke bagaimana prasaran yang ada dan bagaimana mempermudah transaksi pembelian. Kondisi ini semakin memicu persaingan untuk memperebutkan konsumen sehingga mampu memberikan dampak berkurangnya konsumen yang melakukan transaksi di pasar tradisional.

Dalam Pasar Tradisional dipenuhi dengan nilai nilai lokal yang menjadi salah satu symbol budaya di Tanah Air. Eksistensi dalam Pasar Tradisional hendaknya selalu dijaga sehingga tidak musnah terkalahkan dengan adanya pasar modern. Keunikan yang ada pada pasar tradisional adanya budaya tawar menawar menjadi sebuah warna yang indah tidak mudah untuk dilupakan. Karena dengan

adanya tawar menawar mampu mempertemukan yang sebelumnya tidak mengenal menjadi kenal, yang sebelumnya belum pernah membeli di kios itu akhirnya menjadi pelanggan tetap.

Budaya yang tidak dimiliki oleh pasar modern namun dimiliki oleh pasar tradisional yaitu kebiasaan penjual yang terkadang meringankan pembelinya yaitu dengan berhutang atau mengikhhlaskan. Mereka cenderung lebih kearah persaudaraan dibandingkan harus berfikiran untung dan rugi. Budaya masyarakat jawa lebih ke “nambah dulur “ atau menambah saudara itu juga merupakan rejeki.kegiatan unik yang dilakukan para pedagang tradisional di Jawa atau lebih spesifiknya di Kota Kediri lebih tidak mengutamakan laba berupa uang. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengungkapkan lebih jauh sudut pandang laba dari sisi pedagang tradisional seperti apa?

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pasar

2 Pasar dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia no.112 Tahun 2007 sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah lebih dari satu baik dalam pusat pebelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun yang lainnya.

Sedangkan pasar menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia dalam sudut pandang ekonomi adalah situasi seorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (pedagang) melakukan transaksi setelah keduanya mengambil kata sepakat tentang harga dan kuantitas barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak yaitu pembeli dan penjual mendapatkan manfaat dari transaksi tersebut, pihak pembeli mendapatkan barang yang diinginkannya untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan dari pihak penjual mendapatkan imbalan pendapatan yang selanjutnya digunakan

untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.

### Pasar Tradisional

Pasar tradisional dalam peraturan Menteri Perdagangan No.53/M-DAG/PER/12/2008 merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, pemerintah swasta, BUMN, BUMD dan kerjasama dengan swasta, selain itu pasar tradisional adalah gambaran social budaya masyarakat (Sumintarsih, dkk, 2011). Kekurangan pada pasar tradisional adalah infrastrukturnya mulai kondisi bangunan, kebersihan, kurang terpeliharanya sarana yang ada. Selain infrastruktur para pedagang tradisional kurang memahami strategi perencanaan, terbatasnya modal usaha, tidak adanya skala ekonomi, kurangnya jaringan kerjasama dengan pemasok besar, kurang baiknya manajemen pengadaan, dan kurangnya memahami keinginan konsumen (Wibisono dan Sriboonchitta 2006)

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung, bangunan dalam pasar tradisional sendiri terdiri dari kios-kios, los, dan dasaran terbuka. Pasar tradisional sebagian besar menjual barang kebutuhan sehari-hari. Seperti bahan-bahan kebutuhan makan antara lain ikan, daging, sayur, telur, kue tradisional, dan kebutuhan rempah-rempah.

Proses transaksi dalam pasar tradisional yaitu pembeli datang ke kios mereka (pedagang) melakukan proses tawar-menawar terhadap barang yang akan dibeli, yang kemudian menemukan kata sepakat dengan jumlah dan imbalan yang diberikan oleh pembeli kepada pedagang. Pasar tradisional banyak ditemukan pada kawasan pemukiman penduduk dengan tujuan mempermudah pembeli mencapai kawasan pasar.

Pasar tradisional berdasarkan Peraturan Bupati Kabupaten Grobogan no.25 Tahun 2011 adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya

dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Dan tertuang juga dalam Perda Yogyakarta no.2 Tahun 2001 tentang Pasar tradisional yang merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan/atau Badan Usaha milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta berupa tempat usaha yang berbentuk toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi dengan usaha kecil, modal kecil, dan melalui proses jual beli barang dagangan dengan tawar-menawar.

### Ciri-ciri Pasar Tradisional

Ciri-ciri pasar tradisional menurut Permen no.20 Tahun 2012 adalah sebagai berikut:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah
2. Adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal

### Jenis Pasar Tradisional

Pasar Tradisional dibedakan menjadi beberapa golongan menurut Oktavia (2007) yang antara lain sebagai berikut

1. Menurut jenis kegiatannya, pasar digolongkan menjadi tiga jenis
  - a. Pasar Eceran yaitu dimana permintaan dan penawaran barang secara eceran atau berskala sangat kecil
  - b. Pasar grosir yaitu pasar dimana terdapat permintaan dan penawaran dalam jumlah besar
  - c. Pasar Induk yaitu pasar ini memiliki skala lebih besar daripada pasar grosir, pasar induk merupakan pusat pengumpulan dan penyimpanan bahan-bahan pangan untuk disalurkan pada grosir-grosir dan pusat pembelian

2. Menurut lokasi dan kemampuan pelayanannya, pasar digolongkan menjadi lima jenis
  - a. Pasar regional yaitu pasar yang terletak pada lokasi yang strategis dan luas, bangunan yang dimiliki yaitu bangunan permanen dan memiliki kemampuan pelayanan, meliputi seluruh wilayah kota bahkan sampai keluar kota, serta barang yang diperjual belikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.
  - b. Pasar kota merupakan pasar yang terletak dilokasi strategis dan luas, bangunan permanen dan memiliki kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan lengkap dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.
  - c. Pasar wilayah (distrik) yaitu pasar yang terletak pada lokasi yang cukup strategis dan luas, bangunan permanen dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh wilayah kota, serta barang yang diperjualbelikan cukup lengkap. Pasar ini termasuk pasar eceran.
  - d. Pasar lingkungan yaitu pasar yang terletak dilokasi yang strategis dan luas, bangun yang dimiliki permanen dan mempunyai kemampuan pelayanan meliputi seluruh kota, serta barang yang diperjualbelikan kurang lengkap. Termasuk dalam pasar eceran.
  - e. Pasar khusus yaitu pasar yang terletak dilokasi yang sangat strategis, bangun yang dimiliki merupakan bangunan permanen dan memiliki kemampuan pelayanan untuk wilayah kota serta barang yang diperdagangkan terdiri dari satu macam barang khusus seperti contohnya pasar bunga, pasar burung dan pasar hewan.
3. Menurut waktu kegiatannya pasar digolongkan menjadi empat jenis
  - a. Pasar siang hari yang beroperasi pada pukul 04.00 – 16.00
    - b. Pasar malam hari yang beroperasi dari pukul 16.00 – 04.00
    - c. Pasar darurat yaitu pasar yang menggunakan jalanan umum atau tempat umum tertentu atas penetapan kepala daerah dan diadakan pada saat peringatan hari-hari tertentu.
  4. Menurut kepemilikannya pasar digolongkan menjadi tiga jenis
    - a. Pasar pemerintah yaitu pasar yang status kepemilikannya dikuasai oleh pemerintah pusat maupun daerah
    - b. Pasar swasta yaitu pasar yang dimiliki oleh badan hokum yang diijinkan oleh pemerinah daerah
    - c. Pasar liar yaitu pasar yang aktivitasnya diluar pemerintah daerah yang kehadirannya dilatarbelakangi dengan kurangnya fasilitas perpasaran yang ada dan letak pasar tidak merata, biasanya pasar ini dikelola secara perorangan atau ketua RW

#### Klasifikasi Pasar Tradisional 5

Menurut Perhub Kabupaten Grobogan no.25 Tahun 2011, Pasar Tradisional dibagi atas beberapa klasifikasi, antara lain adalah

##### 1. Pasar Umum

Yaitu pasar yang berisi barang-barang yang beraneka ragam. Dalam pasar umum terdapat beberapa criteria didalamnya antara lain adalah sebagai berikut

##### a. Kriteria pasar sesuai kelasnya

###### 1). Kelas I

Luas lahan dasar minimal 2000m<sup>2</sup>. Fasilitas yang tersedia antara lain tempat parker, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengelolaan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik dan penerangan lampu.

###### 2). Kelas II

Luas lahan dasaran minimal 1500m<sup>2</sup>. Tersedia fasilitas seperti tempat parker, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah.

Kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik dan penerangan umum.

3). Kelas III

Luas lahan dasaran minimal 1000m<sup>2</sup>. Tersedia fasilitas seperti tempat promosi, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.

4). Kelas IV

Luas dasaran minimal 500m<sup>2</sup>. Tersedia fasilitas antara lain tempat promosi, kantor pengelola, Km/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik dan penerangan umum.

5). Kelas V

Luas Dasaran minimal 50m<sup>2</sup>. Tersedia fasilitas antara lain sarana pengamanan dan sarana pengelola kebersihan.

b. Kriteria pasar sesuai dengan jenis dagangannya

1). Golongan A

Barang yang diperjualbelikan berupa logam mulia, batu mulia, permata, tekstil, kendaraan bermotor, kebutuhan sehari-hari dan yang dipersamakan.

Jasa : penukaran uang, perbankan dan yang dipersamakan

2). Golongan B

Barang yang diperjualbelikan pakaian/sandang, paakaian tradisional, pakaian pengantin, aksesoris pengantin, sepatu sandal, tas, kacamata, arloji, aksesoris, souvenir, kelontong, barang pecah belah, barang plastic, obat-obatan, bahan kimia, bahan bangunan bekas atau baru, dos, alat tulis, daging, bumbu, ikan basah, ikan asin dan yang dipersamakan

Jasa : wartel, titipan kilat, salon, kemasan, agen tiket, koperasi, penitipan barang, jasa timbang dan yang dipersamakan.

3). Golongan C

Barang berupa beras, ketan, palawija, jagung, ketela, terigu, gula, telur, minyak goreng, susu, garam, bumbu, berbagai jenis makanan, melinjo, kripik emping, kering-keringan mentah, mie, minuman, teh, kopi, unggas, hewan peliharaan, makanan hewan, sangkar, obat-obatan dst

Jasa : penjahit, tukang cukur, sablon, gilingan dan yang dipersamakan

4). Golongan D

Barang berupa rombengan, rongsokan, kertas bekas, Koran bekas dan yang dipersamakan

Jasa : sol sepatu, jasa patri dan yang dipersamakan

### Pedagang Tradisional

1 Menurut Ananta (2011) Pedagang adalah pihak ketiga yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang atau jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya. Sedangkan Pedagang tradisional merupakan sosok yang taat hukum, taat azas, tidak mau merugikan orang lain, tidak mau menipu, tidak ada akal licik, atau memanipulasi hukum untuk menghindari kewajiban selain itu karakter pedagang tradisional adalah takut dosa (Ganesha, Purwanto dan Dwi, 2013).

### Kultur social Pasar Tradisional

Berdasarkan kaitannya dengan budaya masyarakat pasar Menurut Damsar (1995) mengajukan tiga argument yakni budaya membentuk actor rasional dari ekonomi pasar, ide-ide teknologi kognitif dan institusi yang berkaitan dengan menciptakan kerangka kerja bagi ekonomi pasar, serta orang menggunakan budaya untuk mengintreprestasikan dan menyesuaikan diri terhadap hubungan-hubungan dan institusi pasar. Argumen yang pertama menekankan perlunya nilai-nilai tertentu untuk dapat bergerak leluasa dalam ekonomi pas. Argumen yang kedua pada tingkat kolektif masyarakat pasar memerlukan seperangkat cadangan, strategi, institusi yang berbeda dengan membentuk masyarakat lain. Argument

yang ketiga berkaitan dengan budaya sebagai sarana dari penanaman bentuk kapitalisme melalui makna.

### Nilai Pasar Tradisional

Menurut Alexander dalam Hefner (2000) Hubungan dagang dibangun secara bertahap dalam waktu yang lama, sehingga pedagang yang berhasil tidak hanya memerlukan ketrampilan tawar menawar dan keahlian pasar lainnya yang menghasilkan keuntungan-keuntungan pasar yang layak, tetapi juga ketrampilan pribadi untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan social yang ramah. Dalam mempertahankan hubungan social yang ramah pedagang harus memiliki sistem yang dituntun dengan nilai-nilai untuk melakukan hubungan relasi antara mereka.

### Laba

Laba adalah keuntungan berbeda antara penerimaan pada bisnis atau pembiayaan lainnya (Griffin dan Ronald, 2005). Perolehan laba pada pedagang sembako pada pasar tradisional dipengaruhi oleh beberapa faktor modal, barang dagangan dan intervensi pemerintah di mana keuntungan pedagang berdasarkan observasi dan konflik nyata (Novita dan Salam, 2016). Laba menurut Hansen dan Mowen (2001) menyatakan bahwa laba merupakan laba operasi dikurangi pajak, biaya bunga, biaya riset dan pengembangan. Unsur laba antara lain adalah pendapatan, beban, biaya, untung riil, dan penghasilan.

### Manajemen Laba

Manajemen laba adalah tindakan campur tangan manajemen dalam proses pelaporan keuangan eksternal yang bertujuan menguntungkan diri sendiri atau manajer (Setiawati, 2002) dan langkah-langkah yang dilakukan adalah disengaja dalam batasan prinsip akuntansi untuk tingkat pendapatan yang diharapkan (Davidson, 1987).

Manafeli (2016) menjelaskan tentang manajemen laba yang merupakan tindakan yang dilakukan manajemen dalam menaikkan dan menurunkan laba

yang akan dilaporkan dari unit yang menjadi tanggungjawabnya yang tidak mempunyai hubungan dengan kenaikan dan penurunan profitabilitas perusahaan untuk jangka panjang. Dengan demikian manajemen laba dapat diartikan suatu tindakan manajemen laba yang mempengaruhi laba yang dilaporkan dan memberikan manfaat ekonomi yang keliru kepada perusahaan, sehingga dalam jangka panjang hal tersebut mampu mengganggu kestabilan perusahaan.

### METODE PENELITIAN

#### Tahapan penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa tahapan antara lain

1. Identifikasi yaitu menjelaskan fenomena dalam penelitian yang dilanjutkan dengan studi kepustakaan dan identifikasi masalah yang akan diteliti
2. Pengambilan data yaitu penjelasan bagaimana cara pengambilan dan pengumpulan data pada pedagang tradisional di pasar.
3. Tahap pengolahan data diperoleh dari pemilahan berdasarkan penjelasan pedagang pasar tradisional.
4. Tahap analisis dan kesimpulan menjelaskan secara diskriptif temuan yang diperoleh dalam penelitian, yang didapatkan dari hasil wawancara pada pedagang tradisional yang ada pasar.

#### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada pedagang yang menjual sembako di pasar tradisional wilayah kota Kediri, yaitu Pasar Pahing dan Pasar Bandar.

#### Penentuan Informan

Dalam menentukan informan yang akan diwawancarai, peneliti menggunakan beberapa kriteria sebagai berikut:

##### 1. *Relevance*

*Relevance* dalam penelitian ini diartikan bahwa informan yang dipilih harus sesuai dengan tujuan penelitian, guna menghindari adanya jawaban yang tidak valid atau tidak sesuai. Informan dalam penelitian ini yaitu

pedagang yang menjual sembako pada pasar tradisional di Kota Kediri.

## 2. *Rapport*

Agar dapat menggali informasi yang lebih mendalam, maka peneliti harus bisa dekat dengan informan. Kedekatan dengan informan diperlukan untuk menyamakan persepsi dan tujuan, sehingga terhindar dari kesalah pahaman secara individu maupun perbedaan persepsi dalam setiap item pertanyaan yang diberikan peneliti. Oleh karena itu, peneliti beberapa kali mengunjungi informan, mulai dari awal perkenalan hingga meminta bantuan untuk bersedia menjadi informan dalam penelitian ini sehingga bisa menggali lebih mendalam tentang informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini kepada informan.

## 3. *Readiness*

Informan harus siap diwawancarai, sehingga sebelumnya peneliti meminta informasi peneliti menanyakan waktu dan tempat terlebih dahulu, dimana informan memiliki waktu luang dan tempat yang nyaman dalam melakukan pengambilan data atau wawancara. Sehingga data yang diberikan kepada peneliti bisa relevan dan akurat. Oleh karena itu, peneliti terlebih dahulu perlu melakukan konfirmasi kepada informan.

## 4. *Reassurance*

Informan harus benar-benar berbicara sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya terjadi. Informan tidak diperkenankan mendapat paksaan dalam bentuk apapun ketika wawancara berlangsung. Selain itu, peneliti berusaha agar proses wawancara berjalan santai, sehingga tidak terkesan seperti interogasi.

## Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan

data. (Sugiyono, 2016:137). Data primer dalam penelitian ini adalah yang diperoleh melalui wawancara langsung kepada informan. Informan yang dimaksud adalah pemilik kios dagang yang ada di pasar pahing dan pasar Bandar Kota Kediri. Dalam penelitian kualitatif, data dan sumber data merupakan poin paling penting, sehingga peneliti menggunakan alat bantu perekam audio ketika melakukan wawancara.

## Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif yang didasarkan pada paradigma fenomenologis. Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang sistematis yang digunakan untuk mengkaji atau meneliti suatu obyek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi didalamnya karena kondisi lapangan yang alamiah maka hasil yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas namun dari segi kualitas fenomena yang diamati. (Prastowo, 2012:24). Penelitian kualitatif ini dilihat dari sudut pandang Fenomenologi, fenomenologi merupakan pengalaman subjektif atau suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok seseorang (Moleong, 2017:14). Sehingga dapat dikatakan fenomenologi yaitu penelitian yang diawali dengan adanya fenomena yang terjadi di lapangan kemudian dilakukan penelitian untuk mendapatkan kebenaran akan masalah dan pemecahaannya. Fenomena dalam penelitian ini adalah adanya manajemen laba pada pedagang tradisional yang memiliki karakteristik budaya yang kental dalam masyarakat.

## Proses Pengumpulan dan Analisis Informasi

23 Proses pengumpulan informasi

- a. Observasi. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi terlebih dahulu disebabkan berhubungan dengan manusia dan budaya masyarakat.
- b. Wawancara. Proses wawancara dilakukan untuk menggali informasi yang dibutuhkan peneliti, peneliti membutuhkan studi pendahuluan



untuk menemukan masalah dalam penelitian yang akan diteliti secara mendalam. Peneliti memiliki keyakinan bahwa subyek penelitian para pedagang adalah benar dan dapat dipercaya sehingga hasilnya mampu dijadikan sebagai sumber utama dalam penulisan.

- c. Dokumentasi peneliti. Dokumentasi peneliti menjadikan salah satu cara dalam pengumpulan data yaitu berupa dokumen, rekaman percakapan, studi pustaka dan pengambilan foto saat wawancara.
2. Analisis informasi
  - a. Reduksi data. Reduksi data digunakan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang yang dirasa tidak diperlukan kemudian mengkoordinasikan data sehingga tercapai kesimpulan akhir
  - b. Penyajian Data. Kegiatan penyusunan data yang telah diperoleh sehingga didapatkan penarikan kesimpulan yang bisa berbentuk teks naratif, matriks, grafik maupun bagan.

#### **Penafsiran dan Penarikan Kesimpulan**

Pada penarikan kesimpulan, penelitian kualitatif akan disampaikan secara naratif yaitu merupakan penjelasan berupa kata-kata. Kesimpulan diverifikasi peneliti selama wawancara berlangsung, dan makna-makna yang muncul dari wawancara diuji kebenarannya, kecocokan yang merupakan kunci sebagai validitasnya sehingga jelas kebenarannya dan kegunaannya. (Haberman, 1992:16). Dalam penelitian ini kesimpulan diperoleh berdasarkan data yang diperoleh baik dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti.

#### **Pengecekan Keabsahan Temuan**

Pengecekan keabsahan data dapat dilakukan salah satunya dengan triangulasi, yaitu teknik mengecek keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong, 2017:330). Pengecekan keabsahan dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi, Triangulasi menurut Moeloeng (2017) adalah teknik

pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan konstruksi kenyataan yang terdapat dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang kejadian-kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.

Sehingga dalam penelitian ini digunakan triangulasi teknik yaitu merupakan teknik pengecekan kredibilitas data yang dapat dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa teknik. Yaitu, selain menggunakan teknik wawancara, digunakan observasi dan dokumentasi untuk mengecek kredibilitas data yang diberikan oleh informan.

#### **Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan upaya berlanjut dan sistematis yang dilakukan saat pengumpulan data maupun setelah data terkumpul seluruhnya. Dalam penelitian ini, analisis sudah dimulai di awal, karena data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif akan terus berkembang. Jika analisis sudah dilakukan sudah dari awal, akan mempermudah pelengkapan data jika masih ada yang kurang.

Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu analisis fenomenologi transcedental, yang lebih berfokus pada studi kesadaran. Dalam hal ini, fenomenologi lebih menekankan pada keakuan seorang informan. Aku dalam fenomenologi merupakan pusat dari lingkungan, akhirnya mengarah pada bagaimana aku dalam tubuhku yang mengambil ruang dan tempat tertentu untuk memperoleh pengalaman. Pengalaman ini nantinya akan membentuk intuisi dari aku.

Dalam teknik analisis fenomenologi transcedental, ada beberapa hal yang harus dipahami dalam analisis data (Kamayanti, 2016) yaitu:

1. *Noema*

Analisis fenomenologi selalu diawali dengan melakukan identifikasi noema yang merupakan proses analisis bagian terluar dari temuan.

2. *Epoche (Bracketing)*  
Setelah melakukan identifikasi noema tahap selanjutnya ialah epoche yang merupakan proses pengelupasan dari yang terluar sampai dengan yang terdalam.
3. *Noesis*  
Tahapan selanjutnya setelah epoche yaitu noesis atau pemaknaan yang lebih mendalam. Noesis merupakan kesadaran yang muncul akibat pengalaman karena dan pada waktu dan tempat tertentu.
4. *Intentional Analysis*  
Setelah mengetahui noema dan noesis, diperlukan pemahaman lanjutan untuk mengetahui bagaimana noema bisa membentuk noesis. Pemahaman ini disebut juga *intentional analysis*.

#### 5. *Eidetic Reduction*

Tahap terakhir yaitu menentukan hasil dari pemaknaan-pemaknaan yang telah dilakukan atau biasa disebut dengan *eidetic reduction*.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Deskripsi Informan

Subjek penelitian ini adalah para pedagang pada pasar tradisional. Pemilihan informan adalah sebagai berikut

1. Memiliki toko atau lapak yang menjual sembako pada pasar tradisional
2. Pemilik toko yang telah berjualan minimal 5 tahun, dengan pertimbangan telah memahami seluk beluk dalam memperoleh laba dan bagaimana menyiasati laba.

Berikut merupakan data informan dalam penelitian ini:

Tabel 1  
Data Informan

Nama	Barang yang dijual	Tempat berjualan	Lama berjualan
1. Bu Lilik	Sembako	Pasar Pahing Kota Kediri	17 tahun
2. Bu Mahfud	Sembako	Pasar Bandar Kota Kediri	10 tahun

Sumber: data diolah 2018

Teknik penelitian menggunakan wawancara terhadap informan di masing masing tempat usaha. Informan diberikan pertanyaan sesuai dengan fokus penelitian dan jawaban dari informan langsung didokumentasikan dengan menggunakan alat perekam.

#### Hasil Analisis Data dan Pembahasan

Berikut hasil analisis wawancara yang telah dilakukan oleh fenomenolog kepada informan.

##### 1. Identifikasi Noema

Pada identifikasi noema, peneliti mencoba menggali informasi mengenai makna laba yang dilakukan oleh informan. Hasil identifikasi noema pada unit analisis makna laba diperoleh

melalui pertanyaan peneliti tentang pengertian laba menurut pendapat kedua informan. Pada dasarnya jawaban yang dikemukakan oleh kedua informan adalah sama, yaitu Bu lilik mengatakan laba itu kelebihan harga ya...dari barang yang kita beli „yang mau kita jual” maksudnya adalah laba diperoleh dari selisih harga dari barang yang menjadi modal awalnya atau “kulaan” , dan laba menurut Ibu Mahfud yaitu “ keuntungan dari menjual sebuah barang”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa laba menurut para pedagang dipasar adalah keuntungan dari mereka menjual suatu barang, selisih biaya tersebut di dapat dari harga jual yang mereka tawarkan

ke konsumen atau pelanggan dikurangi biaya saat mereka membeli barang dari agen. Dan ini sesuai dengan teori Nafarin (2007) yang menyatakan bahwa laba merupakan perbedaan antara pendapatan dengan keimbangan biaya dan pengeluaran dalam periode tertentu.

## 2. Identifikasi Epoche

Setelah menggali info terluar, selanjutnya adalah poses pengelupasan dari yang terluar sampai dengan yang terdalam. Pada tahap ini, peneliti mulai menggali informasi tentang bagaimana cara yang dilakukan oleh informan untuk memperoleh laba.

Ibu Lilik menyatakan bahwa, laba ditentukan sebesar 5-10% dari modal, sehingga laba mencapai Rp 500-Rp 1.000 per produk.

Sedangkan Ibu Mahfud, jika pembeli grosir dirinya hanya mengambil untung Rp 100-Rp200 per produk atau 2-3%, tapi jika ecer antara Rp 500-Rp 1.000 per produk.

Pernyataan yang didapat dapat ditarik kesimpulan bahwa laba yang diperoleh berasal dari laba yang diinginkan didasarkan pada modal atau dasar harga dari agen.

## 3. Identifikasi Noesis

Tahapan selanjutnya setelah epoche yaitu noesis atau pemaknaan yang lebih dalam. Noesis merupakan kesadaran yang muncul akibat pengalaman karena dan pada waktu dan tempat tertentu.

Pada tahap ini, peneliti mencoba menggali mengenai hal yang akan dilakukan oleh informan ketika laba yang menjadi tujuan usahanya akan berkurang karena suatu hal. Banyak terjadi pada pasar tradisional, ketika seorang pembeli ketika akan membayar, ternyata uang yang dibawanya tidak cukup. Beginilah tanggapan dari kedua informan mengenai hal tersebut.

Ibu Lilik menyatakan hal tersebut sudah biasa, dan menganggapnya sebagai piutang. Sedangkan apabila kekurangan pembayaran tersebut hanya berjumlah kecil, yaitu antara Rp100-Rp 500 beliau akan mengikhhlaskan.

Ibu Mahfud menyatakan hal serupa, menganggapnya sebagai piutang, meskipun tanpa adanya suatu jaminan apapun, beliau yakin bahwa si pembeli akan kembali suatu hari dengan melunasi kekurangan pembayaran tersebut. Bahkan, apabila kekurangan pembayaran tersebut hanya berjumlah kecil, yaitu antara Rp500-Rp 1.000 beliau malah mengikhhlaskannya begitu saja.

## 4. Identifikasi *Intentional Analysis*

Setelah mengetahui noema dan noesis, diperlukan pemahaman lanjutan untuk mengetahui bagaimana noema bisa membentuk noesis. Pemahaman ini disebut juga *intentional analysis*. Dalam hal ini peneliti menggali informasi, bagaimana seorang pengusaha yang tujuannya adalah memperoleh laba, dengan mudah mengikhhlaskan laba begitu saja. Berikut adalah ungkapan dari kedua informan mengenai hal tersebut.

Ibu Lilik menyatakan bahwa tujuannya tidak lain adalah untuk menarik pembeli, agar pembeli kembali lagi membeli barang dagangan darinya.

Sedangkan Ibu Mahfud melakukan hal tersebut, lebih kepada untuk membentuk suatu hubungan persaudaraan dengan pelanggan. Dengan begitu, pelanggan akan menjadi seperti saudara sendiri, yang secara tidak langsung akan meningkatkan loyalitas, karena saat ini jumlah pedagang di pasar tradisional yang menjadi pesaingnya pun terus bertambah, ditambah lagi penjual sayur online pun sudah mulai marak.

Bahkan selain dengan jalan mengikhhlaskan laba, kedua informan juga menarik loyalitas pembeli dengan

cara memberikan bingkisan lebaran kepada pelanggan setia mereka.

5. *Eidetic Reduction*

Tahap terakhir yaitu menentukan hasil dari pemaknaan-pemaknaan yang telah dilakukan atau biasa disebut dengan *eidetic reduction*.

Dari keempat analisis di atas, maka sudah dapat kita maknai hasil penelitian ini dengan menyimpulkannya. Pada dasarnya, alasan seseorang menjalankan sebuah usaha adalah untuk memperoleh laba, laba menjadi tolok ukur kinerja bagi perusahaan-perusahaan besar. Laba yang menurun bahkan menjadi sinyal yang kurang baik bagi pihak investor, hal tersebut membuat pemilik melakukan beberapa hal untuk menstabilkan laba, karena itulah ada istilah manajemen laba.

Akan tetapi ternyata pada pasar tradisional, konsep laba tersebut jauh berbeda. Karena dengan konsep "nambah dulur", pedagang tradisional rela mengurangi perolehan labanya, demi memperoleh loyalitas dari pelanggan.

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.

**KESIMPULAN**

1. 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 tradisional, khususnya informan terbiasa dengan adanya bingkisan hari raya yang diberikan pada pembeli yang rutin

# MANAJEMEN LABA : LABA PADA PEDAGANG TRADISIONAL DENGAN SUDUT PANDANG FENOMENOLOGI

ORIGINALITY REPORT

# 18%

SIMILARITY INDEX

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet	99 words — 2%
2	<a href="http://hidabasori.blogspot.com">hidabasori.blogspot.com</a> Internet	97 words — 2%
3	<a href="http://krisnatik.blogspot.com">krisnatik.blogspot.com</a> Internet	73 words — 2%
4	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet	69 words — 2%
5	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet	58 words — 1%
6	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet	55 words — 1%
7	<a href="http://sejumoffc2011.wordpress.com">sejumoffc2011.wordpress.com</a> Internet	47 words — 1%
8	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet	43 words — 1%
9	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet	38 words — 1%
10	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet	26 words — 1%

11	<a href="#">anzdoc.com</a> Internet	23 words — 1%
12	<a href="#">repository.radenintan.ac.id</a> Internet	20 words — < 1%
13	<a href="#">spricht-lage.info</a> Internet	18 words — < 1%
14	<a href="#">eprints.undip.ac.id</a> Internet	18 words — < 1%
15	<a href="#">vdocuments.site</a> Internet	15 words — < 1%
16	<a href="#">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet	13 words — < 1%
17	<a href="#">docobook.com</a> Internet	13 words — < 1%
18	<a href="#">eprints.umg.ac.id</a> Internet	12 words — < 1%
19	<a href="#">theses.uinmataram.ac.id</a> Internet	11 words — < 1%
20	<a href="#">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet	10 words — < 1%
21	<a href="#">sarjanaekonomi.co.id</a> Internet	9 words — < 1%
22	<a href="#">tugassekolah2016.wordpress.com</a> Internet	9 words — < 1%
23	<a href="#">repository.bsi.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%
24	<a href="#">repository.unair.ac.id</a> Internet	8 words — < 1%

---

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE  
BIBLIOGRAPHY OFF