

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian sebelumnya, terdapat berbagai analisis terkait laba usaha yang dapat dijadikan acuan untuk membandingkan dengan penelitian penulis, berikut perbandingan dari peneliti terdahulu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Raja, 2019), tentang analisis modal kerja pada UMKM Toko Roti Fadilah dalam meningkatkan laba usaha. Hasil penelitian ini adalah penggunaan modal kerja sangat mempengaruhi laba usaha. Laba usaha yang didapat menunjukkan fluktuasi yang tidak begitu signifikan. Hal itu karenanya semakin tinggi modal kerja yang digunakan maka semakin banyak produksi rotinya dan hal itu menyebabkan kenaikan pendapatan begitu pula laba usahanya.
2. Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadani et al., 2024), menganalisis mengenai laba usaha pada UMKM Warung Seblak tahun 2012-2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat laba yang dihasilkan setiap tahun terus mengalami kenaikan. Laba tertinggi terjadi pada tahun 2022 dengan kenaikan sebesar 4,446% dan laba terendah terjadi pada tahun 2013 yaitu sebesar 29,64%. Dengan berkembangnya laba setiap tahun, terdapat perubahan pada usahanya, yaitu dengan menyediakan warung yang layak dan nyaman hingga mengembangkan varian menu baru dan pemilik usaha memiliki tempat tinggal yang nyaman.
3. Penelitian yang dilakukan oleh (Sa'id & Handayani, 2024) yang menganalisis mengenai laporan laba rugi pada Bulan November Tahun 2023 pada bisnis usaha penyewaan kamar berdasarkan pada laporan pendapatan dan pengeluaran. Hasil penelitian

menunjukkan pendapatan yang diterima sebesar Rp10.650.000 dan pengeluaran seperti beban listrik, beban air, beban internet, dan beban lain-lain sebesar Rp2.210.000. Dengan begitu, menunjukkan hasil positif menghasilkan keuntungan sebesar Rp8.440.000 selama Bulan November.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Ajie & Handayani, 2024) yang menganalisis mengenai laporan laba rugi pada Bulan Oktober Tahun 2023 pada bisnis penyewaan kamar atau kost-kostan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang diterima seperti sewa kamar dan biaya wifi selama Bulan Oktober 2023 adalah sebesar Rp2.475.000 dan pengeluaran seperti biaya air, biaya wifi, dan biaya listrik sebesar Rp1.500.000. Dengan laporan yang disajikan, menunjukkan hasil positif yaitu Kos mendapatkan laba sebesar Rp975.000 perbulannya.
5. Penelitian yang dilakukan oleh (Septiana & Rofiq, 2024), meneliti hubungan antara SDG's dengan UMKM Batik Parijoto Kudus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM tersebut selaras dengan tujuan SDG's tujuan ke-8, yakni mengenai pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Batik Parijoto Kudus mampu untuk membuka kesempatan kerja yang layak bagi generasi penerus, juga berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian negara.

Dengan membandingkan dari penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini akan meneliti yang tidak ada pada perbandingan penelitian diatas yaitu wawasan mengenai strategi yang telah dilakukan untuk memperoleh peningkatan dalam laba usaha, menginterpretasikan besar keuntungan yang dihasilkan, dan bagaimana perkembangan usaha sebelum dan sesudah bergabung sebagai mitra binaan PT Petrokimia Gresik.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Stakeholder

Hubungan sebagaimana dengan bahasan mengenai mitra binaan yang termasuk dalam program PUMK TJSL, teori stakeholder menjadi teori paling mendasar sebagai referensi. Brenner & Cochran 1991: Jones & Wicks 1999 dalam (Sen, 2011), menyebutkan bahwa keputusan manajemen dipengaruhi oleh para stakeholder, sehingga mereka beranggapan bahwa organisasi dapat memenuhi harapan para stakeholder dengan terlibat dalam kegiatan sosial.

Teori stakeholder menurut (Carrol & Buchholtz, 2014), adalah setiap individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan, keputusan, kebijakan, praktik, atau tujuan suatu organisasi. Harrington dan Wicks dalam (Carrol & Buchholtz, 2014), menyatakan bahwa stakeholder secara umum, menginginkan manfaat yang berkaitan dengan (1) produk dan layanan yang sebenarnya disediakan oleh perusahaan, (2) keadilan dalam organisasi (perlakuan yang adil), (3) keterhubungan dengan perusahaan yang menerapkan praktik yang sejalan dengan nilai-nilai yang mereka anut, dan (4) mendapatkan penawaran yang menguntungkan dari perusahaan berdasarkan biaya peluang yang mereka keluarkan dibandingkan dengan nilai yang diterima dari perusahaan lain. Oleh karena itu, stakeholder memiliki kepentingan yang besar terhadap nilai yang diberikan kepada mereka oleh perusahaan.

Hubungan antara perusahaan dan stakeholder melibatkan kompleksitas terkait tanggung jawab dan akuntabilitas. Stakeholder memiliki hak untuk memperoleh informasi dan memiliki kepentingan yang lebih menonjol dibandingkan pihak lain. Stakeholder perusahaan memiliki sifat yang beragam, sehingga keputusan informasi setiap stakeholder juga berbeda-beda. Oleh karena itu, pengungkapan tanggung jawab sosial secara umum sangat dibutuhkan oleh para stakeholder, karena hal tersebut menyediakan semua informasi yang mereka butuhkan (Nufaisa & Jannah, 2020).

Dalam hal ini, Kementerian BUMN bertanggung jawab dalam merumuskan regulasi terkait pelaksanaan program TJSL, salah satunya mengenai PUMK. Perusahaan BUMN dibawahnya, PT Petrokimia Gresik, berperan dalam menyalurkan pinjaman modal kerja serta memberikan pembinaan kepada mitra binaan. Sementara itu, BRI berfungsi sebagai fasilitator dalam transaksi keuangan yang berlangsung dalam TJSL PUMK PT Petrokimia Gresik dan mitra binaan. Adapun mitra binaan sendiri berperan sebagai penerima manfaat dari program ini, baik dalam bentuk pinjaman modal kerja maupun pembinaan yang diberikan oleh PT Petrokimia Gresik.

2.2.2 Sustainability Development Goals (SDG's)

Sustainability Development Goals (SDG's) merupakan rencana aksi global yang dirancang oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui *United Nations Development Programme* (UNDP). Tujuan utama SDG's adalah untuk

mencapai kesejahteraan bersama dan keseimbangan hidup di alam, serta mendorong kesadaran masyarakat agar berperilaku ramah lingkungan. Beberapa tujuan utama lain dari SDG's adalah mencapai perdamaian universal, menjamin kebebasan bagi semua individu, dan menangani masalah-masalah lingkungan agar semua orang dapat bertaham hidup dan memiliki kehidupan yang berkelanjutan (Hega et al., 2022)

Indonesia adalah salah satu negara yang turut menyetujui dan berkomitmen untuk mencapai tujuan-tujuan dalam SDG's. Oleh karena itu, tanggung jawab untuk mewujudkan tujuan-tujuan SDG's tersebut pada tahun 2030 juga merupakan tanggung jawab Indonesia, baik untuk pemerintah pusat maupun pemerintah daerah (Tan, 2020). Indonesia, bersama dengan 192 negara lainnya, telah mengadopsi SDGs sebagai bagian dari program pembangunan berkelanjutan. Melalui Peraturan Presiden No. 59 Tahun 2017, Pemerintah Indonesia menunjukkan komitmennya untuk mendukung keberhasilan implementasi SDGs. SDGs memiliki tujuan yang lebih beragam dan indikator keberhasilan yang lebih kompleks. Terdapat 17 tujuan yang perlu dicapai dalam kerangka SDGs, antara lain: 1) Tanpa Kemiskinan, 2) Tanpa Kelaparan, 3) Kehidupan Sehat dan Sejahtera, 4) Pendidikan Berkualitas, 5) Kesetaraan Gender, 6) Air Bersih dan Sanitasi Layak, 7) Energi bersih dan Terjangkau, 8) Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, 9) Industri, Inovasi, dan Infrastruktur, 10) Berkurangnya Kesenjangan, 11) Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan, 12) Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab, 13) Penangan Perubahan Iklim, 14) Ekosistem Lautan,

15) Ekosistem Daratan, 16) Perdamaian, Keadilan, dan Kelembagaan yang Tangguh, dan 17) Kemitraan untuk Mencapai Tujuan.

SDGs memiliki 4 pilar utama yang menjadi dasar implementasi dan pencapaiannya. Keempat pilar tersebut adalah:

1. **Pilar Pembangunan Sosial:** Bertujuan tercapainya pemenuhan hak dasar manusia yang berkualitas secara adil dan setara untuk meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat. Pilar ini mencakup tujuan 1) Tanpa Kemiskinan, 2) Tanpa Kelaparan, 3) Kehidupan Sehat dan Sejahtera, 4) Pendidikan Berkualitas, dan 5) Kesenjangan Gender.
2. **Pilar Pembangunan Lingkungan:** Bertujuan tercapainya pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan yang berkelanjutan sebagai penyangga seluruh kehidupan. Pilar ini mencakup tujuan 6) Air bersih dan sanitasi layak, 11) Kota dan Pemukiman yang Berkelanjutan, 12) Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab, 13) Penanganan Perubahan Iklim, 14) Ekosistem Lautan, dan 15) Ekosistem Daratan.
3. **Pilar Pembangunan Ekonomi:** Bertujuan tercapainya pertumbuhan ekonomi berkualitas melalui keberlanjutan peluang kerja dan usaha, inovasi, industri, inklusif, infrastruktur memadai, energi bersih yang terjangkau dan didukung kemitraan. Pilar ini mencakup tujuan 7) Energi Bersih dan Terjangkau, 8) Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, 9) Industri Inovasi dan

Infrastruktur, 10) Berkurangnya Kesenjangan, dan 17) Kemitraan untuk Mencapai Tujuan.

4. **Pilar Hukum dan Tata Kelola:** Bertujuan terwujudnya kepastian hukum dan tata kelola yang efektif, transparan, akuntabel dan partisipatif untuk menciptakan stabilitas keamanan dan mencapai negara berdasarkan hukum. Pilar ini mencakup tujuan 16) Perdamaian, Keadilan, dan Kelembagaan yang Tangguh.

Pada penelitian ini merujuk pada salah satu tujuan SDG's, yaitu tujuan 8, Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Tujuan 8 ini bertujuan untuk mendorong ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, serta menyediakan pekerjaan layak bagi semua. Berfokus pada menciptakan lapangan kerja yang produktif, menghormati hak-hak pekerja, memberantas pekerja anak dan perbudakan modern, serta memperluas akses terhadap layanan keuangan (*The Global Goals*, n.d.). Beberapa diantaranya target utama TPB 8:

- 8.1 Pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.
- 8.2 Diversifikasi, Inovasi, dan Peningkatan untuk Produktivitas Ekonomi.
- 8.3 Mempromosikan Kebijakan untuk Mendukung Penciptaan Kerjasama dan Perkembangan Usaha.
- 8.4 Meningkatkan Efisiensi Sumber Daya Dalam Konsumsi dan Produksi.
- 8.5 Sasaran Penuh dan Pekerjaan Layak Dengan Upah yang Sama.

8.6 Mempromosikan Pekerjaan, Pendidikan, dan Pelatihan bagi Pemuda.

8.7 Akhiri Perbudakan Modern, Pendidikan, dan Pekerja Anak.

8.8 Melindungi Hak Tenaga Kerja dan Menjalankan Lingkungan Kerja yang Aman.

8.9 Mempromosikan Pariwisata yang Bermanfaat dan Berkelanjutan.

8.10 Akses Universal Terhadap Layanan Perbankan, Asuransi, dan Keuangan.

8.11 Meningkatkan Bantuan untuk Dukungan Perdagangan.

8.12 Kembangkan Strategi Pekerjaan Pemuda Global.

2.2.3 Laba

Setiap individu yang mendirikan usahanya pasti mempunyai tujuan utama dari usaha tersebut yaitu untuk menghasilkan laba sebesar-besarnya. Untuk mencapai tujuan ini, pemilik usaha perlu mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk memenuhi tujuan tersebut. Untuk mengetahui usaha tersebut mengalami laba atau rugi, dapat dilihat melalui laporan laba rugi perusahaan. Laporan laba rugi dapat dianalisis dengan membandingkan pendapatan dan biaya selama periode tertentu. Laporan laba rugi sangat penting untuk menilai kinerja perusahaan dan juga dapat berperan dalam strategi pengambilan keputusan (Sugiono, 2015).

Menurut (Syam, 2015), laba diperoleh dengan mengurangi total pendapatan dengan seluruh biaya

(beban) dalam periode yang bersangkutan. Jika pendapatan melebihi biaya (beban), maka hasil selisih merupakan laba. Laba dalam analisis laba-rugi dengan bentuk bertahap dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Laba kotor: selisih antara pendapatan penjualan bersih dengan harga pokok penjualan
2. Laba operasi: laba kotor yang telah dikurangi dengan biaya operasional
3. Laba bersih sebelum pajak dan pos luar biasa: laba operasi yang telah dikurangi pendapatan dan beban non-operasional bersih
4. Laba bersih setelah pajak dan sebelum pos luar biasa: Laba bersih sebelum pajak dikurangi pajak penghasilan
5. Laba bersih setelah pajak dan pos luar biasa: laba bersih setelah pajak dan sebelum pos luar biasa, setelah dikurangi pajak atas pos luar biasa.

Tujuan utama dari pelaporan laba adalah untuk menyediakan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam laporan keuangan. Tetapi, untuk memahami pelaporan laba secara lebih mendalam, perlu untuk dinyatakan tujuan-tujuan yang spesifik. Salah satu tujuan mendasar yang dianggap penting bagi semua pengguna laporan keuangan adalah kebutuhan untuk membedakan antara modal yang diinvestasikan dan laba—antara saham dan arus kas—sebagai bagian dari proses deskriptif dalam akuntansi (Hendriksen & Van Breda, 2000).

Konsep laba memiliki berbagai perspektif, tergantung pada sudut pandangnya, seperti menurut akuntansi, manajemen, atau pemilik. Dalam akuntansi, laba dihitung

sebagai selisih antara penghasilan dan biaya. Penghasilan didefinisikan sebagai peningkatan aktiva atau penurunan kewajiban yang terjadi akibat penjualan barang atau jasa oleh perusahaan. Sedangkan, biaya adalah penurunan aset atau peningkatan kewajiban yang timbul dari aktivitas produksi, termasuk pembelian dan penjualan barang atau jasa perusahaan (Harahap, 1999). Besar kecilnya laba hanya sebagai indikator peningkatan aset yang sangat bergantung pada akurasi dalam pengukuran pendapatan dan biaya. Dalam konteks ini, laba hanyalah angka hasil perhitungan dan tidak memiliki definisi ekonomi yang mandiri seperti halnya aset atau kewajiban. (Chariri & Imam, 2003).

Strategi Peningkatan Laba

Menurut Alfred Chandler dalam Solihin (2012), menyatakan bahwa strategi merupakan proses dalam menetapkan tujuan jangka panjang organisasi serta menyusun langkah-langkah dan pengalokasian sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapainya. Sementara, Kenneth Andrews dalam Solihin (2012), menjelaskan bahwa strategi adalah gabungan dari tujuan, kebijakan, dan rencana pokok yang dirancang untuk menunjukkan arah serta jenis usaha yang dijalankan, atau yang semestinya dijalankan oleh suatu organisasi. Kedua pandangan mengenai strategi ini menekankan pentingnya perencanaan terarah dan pengambilan keputusan strategis dalam mendukung keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

Keberhasilan strategi bisnis perlu menjadi acuan manajemen dalam mengelola usaha. Evaluasi rutin penting

dilakukan agar langkah yang diambil tetap sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai melalui strategi yang tepat. Oleh karena itu, perencanaan strategis disusun guna meningkatkan pendapatan dan mendorong pertumbuhan usaha jangka panjang. Dengan itu, volume penjualan dapat meningkat dan menjadi salah satu tanda pertumbuhan tersebut, yang dikenal sebagai *profitable growth* atau pertumbuhan yang menguntungkan (Gitosudarmo, 2001).

Strategi pemasaran merupakan serangkaian langkah yang dirancang secara sistematis untuk memasarkan produk, baik berupa barang maupun jasa, dengan tujuan meningkatkan volume penjualan melalui penerapan rencana dan taktik tertentu (Saifuddin, 2020). Pemasaran *online* adalah seluruh aktivitas promosi produk dan jasa yang dilakukan melalui media digital dalam meningkatkan keuntungan (Anugrah, 2020)

Media sosial dianggap sebagai sarana yang efektif untuk kegiatan pemasaran karena aksesnya yang mudah. Selain mampu menekan biaya promosi, media sosial juga mampu manjangkau *engagement* yang lebih luas dan efisien dalam memperkenalkan produk (Romdonny & Rosmadi, 2018). Media sosial adalah sarana interaksi antara individu maupun pelaku bisnis, seperti produsen dan konsumen, yang dilakukan melalui berbagai bentuk konten seperti teks, gambar, dan video. Beberapa platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat, antara lain seperti Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, dan lainnya. Masing-masing mempunyai cara penggunaan yang berbeda-beda. Sebagai contoh, Instagram berfokus pada berbagi konten berupa foto

dan video yang dilengkapo oleh text, tautan, tag, serta hashtag (Zulfa et al., 2022).

Kualitas produk merupakan ciri atau sifat dari suatu barang atau layanan yang menentukan sejauh mana produk tersebut memenuhi kebutuhan maupun harapan pelanggan, baik yang diungkapkan secara langsung maupun tidak langsung (Kotler & Armstrong, 1997). Ketika produk yang dihasilkan mampu memenuhi bahkan melapaui harapan pelanggan, hal ini akan menumbuhkan rasa puas yang kemudian berdampak pada meningkatnya loyalitas, memperkuat citra perusahaan, serta mendorong efisiensi, dan kinerja secara keseluruhan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan juga dianggap sebagai salah satu tolak ukur paling efektif dalam memprediksi potensi laba di masa mendatang (Tjiptono, 2014).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Laba

Perusahaan perlu menyusun perencanaan laba dikarenakan hal ini berperan penting dalam memastikan keberlanjutan usaha serta tercapainya target yang telah ditetapkan oleh organisasi (Fauzi et al., 2024). Laba yang diperoleh perusahaan juga dipengaruhi oleh berbagai faktor dari dalam maupun luar perusahaan. Terdapat 3 elemen utama untuk mencapai laba optimal, yakni pendapatan, biaya, dan volume penjualan yang harus dikelola secara efektif. Biaya adalah pengorbanan dengan uang untuk mendukung pencapaian tujuan tertentu. Sementara itu, volume penjualan mencerminkan jumlah produk atau jasa yang berhasil dijual dalam periode tertentu (Aznedra & Dewi,

2019). Biaya yang efisien akan menekan pengeluaran perusahaan, sementara volume penjualan akan mendorong pendapatan. Sehubungan dengan itu, komponen seperti harga pokok produksi, efisiensi dalam kegiatan operasionalnya, serta strategi penetapan harga dan pemasaran turut berkontribusi dalam besar laba yang diraih.

Harga Pokok Produksi menurut Mulyadi dalam (Bimantara & Arif, 2023) adalah hasil dari perhitungan seluruh komponen biaya yang dikeluarkan selama proses pengolahan bahan mentah hingga menjadi barang jadi. Dari penelitian yang dilakukan oleh Leonita (2023) pada UMKM di Praya, Lombok Tengah juga menunjukkan bahwa biaya produksi dan harga jual secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap laba penjualan, di mana keduanya memiliki hubungan positif terhadap peningkatan laba.

