

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Pergeseran paradigma dalam dunia akuntansi, membuat para elit turut mengambil bagian dalam pro dan kontra tentang ilmu akuntansi. Pertanyaan apakah akuntansi masuk ilmu sains alam atau sains social menjadi senjata saling serang para elit (Stamp, 1981; Sterling, 1975). Kedua pertanyaan ini yang akhirnya membelah akuntansi menjadi dua aliran, yaitu akuntansi materialitis dan akuntansi berdasarkan nilai. Kedua kubu ini akhirnya memiliki pandangannya masing-masing tentang akuntansi, contoh kecil laporan keuangan yang merupakan media komunikasi yang memfasilitasi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Salah satu informasi dalam laporan keuangan adalah informasi mengenai laba.

Laba atau rugi merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan, sama halnya dengan “*Yin*” dan “*Yang*” yang merupakan konsep dalam filosofi Tionghoa, biasanya digunakan untuk mendeskripsikan sifat kekuatan yang saling berhubungan dan berlawanan di dunia ini. Sama halnya dengan laba dan rugi yang selalu muncul di dalam laporan keuangan yang dapat membuat semangat ataupun lesu. Dewasa ini jika dipertanyakan manakah dari laporan keuangan yang penting, hal pertama yang terlintas pastilah laporan laba rugi. Hal tersebut dikarenakan selama ini kita dikelilingi oleh nilai-nilai kapitalis (Utama, 2015). Oleh karena itu laba menjadi hal yang sangat penting karena dapat membuat kapital bertambah (Kamayanti, 2012).

Secara *terminology*, laba didefinisikan sebagai jumlah yang berasal dari pengukuran harga pokok produksi, biaya lain, dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi. Sementara menurut *Financial Accounting Standards Board (FASB)* dalam *Statements of Financial Accounting Concepts (SFAC)* Nomor 6, *Comprehensive Income* adalah perubahan dalam ekuitas suatu perusahaan bisnis selama suatu periode yang berasal dari transaksi-transaksi dan peristiwa-peristiwa lain atau kejadian lain yang bukan berasal dari sumber pemilik (Harahap, 2015). Laba juga seringkali digunakan sebagai indikator puncak untuk menilai maju tidaknya sebuah entitas bisnis, sehingga laba menjadi hal yang sangat penting. Pemahaman akuntan manajemen tersebut tidak terlepas dari tekanan pihak pemilik modal yang kapitalis, sehingga mampu membentuk pola pikir diri (*self*) individu yang materialistik (Mursy & Rosidi, 2013).

Di era “zaman *now*” ini para pemilik perusahaan banyak yang mamilih diam atas berita buruk (rugi) namun dengan segera menyampaikan berita baik (laba) untuk menarik perhatian pemilik modal dan kreditur (Sylvia, 2014). Maka mereka terjebak oleh pandangan bahwa laba adalah jantung bagi sebuah perusahaan. Berbeda jauh dengan pandangan akuntansi berdasarkan nilai laba tidak hanya berbentuk uang (material) tetapi lebih luas menyangkut ketuhanan, keamanan, kesehatan, bahkan perasaan nyaman. Laba terlepas dari bentuknya secara materi abstrak dan kemudian membentuk sebuah rasa (*feeling*). Wujud berupa rasa ini berbentuk rasa syukur atas karunia Tuhan dan rasa kebahagiaan atau rasa puas yang dapat dirasakan oleh mata batin

seseorang. Pada dasarnya, manusia senantiasa mencari rasa bahagia, tenang, aman dan damai di dalam hidupnya (Mursy & Rosidi, 2013).

Seperti yang ditemukan Amaliah (2016) di mana orientasi hanya pada laba mengakibatkan nilai-nilai kualitatif (nilai-nilai non materi) terabaikan yang sebenarnya turut berperan dalam pembentukannya. Sehingga laba tidak bisa dilihat dari segi materi. Melalui rasa bahagia itulah kemudian akan bertambah nikmat jika seseorang menebarkan kebahagiaan bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Dalam penelitian sebelumnya, oleh (Ekasari, 2014) "Hermeneutika Laba dalam Perspektif Islam" menemukan bahwa, konsep laba berbasis Al Quran menggaris bawahi bahwa keuntungan yang diperoleh perusahaan seyogyanya tidak hanya memperkaya perusahaan saja, namun sebaiknya sebagian dari keuntungan diperuntukan untuk kemaslahatan umat manusia, alam, dan lingkungan. Dengan semakin banyak berbagi, maka perusahaan akan semakin makmur.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan di atas, melatarbelakangi peneliti untuk merasa perlu melakukan sebuah penelitian disalah satu perusahaan dagang yang ada di Gorontalo yaitu Butik Annisa mengapa, karena pada umumnya sebuah perusahaan ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan biaya yang sekecil-kecilnya (Arsyad, 2011: 23-24). Namun, beda halnya dengan Butik Annisa melakukan banting harga jual (*Discount* besar-besaran) pakaian muslim pada saat waktu tertentu misalnya, pada saat akhir bulan ramadhan sesuai apa yang disampaikan oleh salah satu informan yang juga menjadi pembeli di Butik Annisa. Menurutny:

*“iya ibu, jilbab yang 100 lebe, tinggal 50 ribu satu”*

Fenomena yang sebenarnya sudah banyak dilakukan oleh berbagai perusahaan ini menarik perhatian peneliti untuk mengetahui apa yang melatarbelakangi kegiatan fenomenal tersebut. Bahkan, jika pedagang yang lain tidak menurunkan harganya, bisa tidak ada konsumen yang mendekat (Walckiers, 2008). Sehingga para pedagang yang seharusnya bersaing menggunakan pelayanan dan produk yang berkualitas, beralih menjadi persaingan harga barang (Hilsenrath, Eakin, & Fischer, (2015)

*So, why did that happen?* Apakah hal itu dipengaruhi oleh cinta? Apakah cinta itu? Dalam Bahasa Yunani cinta dibedakan menjadi 3 bentuk yaitu: *eros*, *philia*, dan *agape*. *eros* adalah perasaan cinta yang lebih menjerumus pada romantisme dan asmara; *philia* perasaan cinta terhadap keluarga, teman, dan orang-sekitar; dan *agape* merupakan perasaan cinta terhadap Tuhan yang Maha Esa. Dari kasus mengenai cinta di atas, peneliti tertarik untuk meneliti apakah kegiatan melakukan banting harga pada malam lebaran di Butik Annisa dipengaruhi oleh cinta ? Cinta terhadap sesama umat muslim yang sedang dalam perjuangan untuk menaklukkan dahaga dan hawa nafsu selama sebulan penuh ? Ataukah hanya perencanaan manajemen semata ?.

Maka mengacu pada poin-poin tersebut maka peneliti ingin melihat pandangan laba oleh manajemen Butik Annisa, berdasarkan fenomena *discount* yang telah diterapkan manajemen, dari kaca mata akuntansi dan cinta. Dengan demikian judul dalam penelitian ini yaitu :

**“Laba dalam Balutan Amanah”**

## **2.1 Rumusan masalah**

Beranjak dari latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan di dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana manajemen Butik Annisa memaknai laba?

## **3.1 Tujuan penelitian**

Beranjak dari rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu untuk mengungkap makna laba bagi Butik Anisa.

## **4.1 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terutama secara teoritis dan praktis. Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka, kontribusi penelitian ini adalah:

### **3.1 Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu akuntansi khususnya akuntansi manajemen. Di samping itu pula peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang.

### **3.2 Manfaat Praktis**

Diharapkan hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi akuntan, entah yang bekerja sebagai akuntan perusahaan, pendidikan ataupun akuntan internal agar nantinya dapat memahami makna laba lebih dalam lagi.