

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah penelitian terdahulu yang meneliti masalah pedagang kaki lima.

2.2.1 Akhmad Riduwan (2011)

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mengenai pendapat dan perilaku para informan yang meliputi akuntan pendidik, akuntan manajemen, akuntan publik, penasehat investasi, analis kredit, dan pemeriksa pajak terhadap praktik earnings managemen (manajemen laba) yang dilakukan oleh para manajer. Para akuntan berpendapat bahwa praktik manajemen laba tidak dapat dilihat sebagai perilaku koruptif, kecuali praktik tersebut tidak dilakukan berdasarkan standar akuntansi. Manajemen laba merupakan praktik yang tidak bernilai bagi stakeholders perusahaan sehingga praktik tersebut harus dihindari.

Hasil penelitian ini menunjukkan penasihat investasi dan analis kredit yang menjadi sasaran dan menghadapi dampak langsung maupun tidak langsung dari praktik manajemen laba, menyatakan bahwa manajemen laba tidak berbeda dengan tindakan memanipulasi laba. Praktik manajemen laba merupakan refleksi dari perilaku koruptif yang termotivasi oleh pikiran-pikiran yang terkorupsi. Para pelaku manajemen laba maupun pihak yang mengatakan bahwa manajemen laba bukan perilaku koruptif, mereka pandang sebagai pihak-pihak yang telah

mendistorsi makna kata "manajemen" dari makna luhur menjadi makna yang berkonotasi buruk. Dalam pandangan penasihat investasi dan analis kredit, manajemen laba merupakan praktik yang tidak dapat diterima, karena mendistorsi informasi keuangan, dan menjadikan laporan keuangan berpihak pada kepentingan manajer.

Perbedaan penelitian yaitu Akhmad meneliti etika dan perilaku dalam praktek manajemen laba.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Akhmad adalah sama – sama menggunakan metode penelitian hermeneutika untuk menganalisis data.

2.1.2 Aditya Pratama (2009)

Penelitian ini dikonsentrasikan pada observasi pengaruh pedagang kaki lima dalam sector informal terhadap pertumbuhan ekonomi di Pekanbaru. Penelitian ini menghubungkan elemen demografis terutama pada masalah urbanisasi terhadap kemandirian urban untuk memperoleh pengidupan di kota, sebagai pedagang kaki lima. Penelitian ini tidak menjelaskan lebih dalam mengenai bagaimana pedagang kaki lima beroperasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan aspek kemapanan ekonomi dan perkembangan urban dengan menjadi pedagang kaki lima. Berarti, kerangka penelitian yang dilakukan telah sejalan dengan penelitian saat ini. Ini terkait pada *outcome* yang diharapkan oleh peneliti mengenai pertumbuhan ekonomi mikro.

Perbedaan penelitian yaitu Aditya meneliti pengaruh pedagang kaki lima terhadap pertumbuhan ekonomi di Pekanbaru, sedangkan penelitian ini meneliti pemahaman pedagang kaki lima terhadap laba dan cara mereka menentukan laba yang optimal.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aditya Paratama adalah sama – sama menggunakan pedagang kaki lima sebagai objek penelitian.

2.1.3 Sentot Harman Glendoh (2001)

Sentot Harman menunjukkan bahwa usaha kecil merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil memiliki peran sentral dalam perekonomian Indonesia. Walaupun krisis ekonomi telah memporakporandakan bidang usaha besar dan menengah, ternyata usaha kecil tetap tegar dan berjalan marak dikawasan kehidupan ekonomi tingkat bawah. Peran pokok usaha kecil adalah: (1) sebagai penyerap tenaga kerja, (2) sebagai penghasil barang dan jasa pada tingkat harga yang terjangkau bagi kebutuhan rakyat banyak yang berpenghasilan rendah, (3) sebagai penghasil devisa negara yang potensial karena keberhasilannya dalam memproduksi komoditi ekspor non migas. Mengingat peran usaha kecil tersebut sangat besar andilnya bagi negara dan masyarakat kecil dilapisan bawah, maka pembinaan dan pengembangannya sangat perlu diperhatikan.

Hasil kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah. Tantangan pembinaan

dan pengembangan usaha kecil dalam pembangunan ekonomi adalah adanya dampak krisis ekonomi yang diakibatkan oleh tarik ulur peran ekonomi dengan peran politik yang masih dirasa sangat menghambat laju perekonomian dalam upaya mensejahterakan rakyat. Dalam kondisi krisis ekonomi diperlukan pimpinan perusahaan termasuk usaha kecil yang mampu melakukan manajemen survival agar usahanya tetap dapat hidup dan semakin meningkat.

Perbedaan penelitian adalah penelitian tersebut tujuannya adalah untuk mengetahui persepsi atas laporan keuangan pada pemilik usaha kecil dan menengah. Sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsep laba yang digunakan pedagang kaki lima.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Sentot adalah sama – sama meneliti tentang usaha kecil.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Akuntansi

Kieso (2003, 2) dalam buku “*Akuntansi Intermediate*” menjelaskan akuntansi adalah pengidentifikasian, pengukuran, dan pengkomunikasian informasi keuangan tentang entitas ekonomi kepada pemakai yang berkepentingan. Karakteristik – karakteristik ini telah dipakai untuk menjelaskan akuntansi selama beratus-ratus tahun. Namun, dalam 30 tahun terakhir entitas ekonomi telah berubah secara signifikan baik dari segi ukuran maupun kompleksitas, dan pemakai yang berkepentingan juga telah bertambah secara substansial baik dari segi jumlah maupun keragaman.

2.2.2 Akuntansi untuk Analisis dan Pemahaman

Rotterdam School of Management (2008) menulis di *website*-nya bahwa “*accounting & control deals with the core of management, ensuring the economic viability of the organization.*” Suatu pengendalian ditunjukkan oleh informasi keuangan yang disajikan dalam setiap tahap pada proses bisnis yang terjadi baik secara korporat maupun departemental. Kebutuhan untuk melihat kondisi dan posisi keuangan dalam tingkatan proses menjadi suatu kebutuhan akan analisis informasi akuntansi. Maka, akuntansi tidak hanya berperan dalam penyajian informasi final, tetapi juga berperan dalam tahapan proses sebagai sebuah analisis.

Carter (2009) menjelaskan fungsi dari akuntansi biaya adalah sebagai berikut :

1. Membuat dan melaksanakan rencana dan anggaran untuk kegiatan operasional perusahaan.
2. Menetapkan metode perhitungan biaya untuk pengendalian aktivitas, mengurangi biaya dan memperbaiki kualitas.
3. Mengendalikan kuantitas fisik dari persediaan dan menentukan biaya dari setiap produk dan jasa yang dihasilkan.
4. Menentukan biaya dan laba perusahaan untuk satu periode.
5. Memilih diantara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang yang dapat mengubah pendapatan dan biaya.

Bentuk lain analisis dari proses produksi diakomodasi oleh akuntansi manajemen. Sistem akuntansi manajerial memiliki tiga tujuan luas (Hansen & Mowen, 2004):

1. Untuk menyediakan informasi bagi *costing out* layanan, produk, dan objek kepentingan lain kepada manajemen.
2. Untuk menyediakan informasi untuk perencanaan, pengawasan, evaluasi, dan pengembangan berkelanjutan.
3. Untuk menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan. Akuntansi manajemen, kemudian, berperan dalam penyediaan perhitungan dan pengukuran kebijakan mengenai keputusan keuangan di dalam hubungan unit bisnis. Selain itu, akuntansi dalam manajemen mampu membuka pemahaman analisis dan perhitungan keuangan bagi proses produksi karyawan.

2.2.3 Laba dalam Konsep Akuntansi

Dalam akuntansi yang disebut sebagai laba adalah perbedaan antara penerimaan yang direalisasi yang timbul dari transaksi pada periode tertentu dihadapkan dengan biaya yang dikeluarkan pada periode tersebut. Menurut Belkaoui, definisi laba tersebut memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut :

1. Laba akuntansi didasarkan pada transaksi yang benar – benar terjadi, yaitu timbulnya hasil dan biaya untuk mendapatkan hasil tersebut.
2. Laba akuntansi didasarkan pada postulat periodik laba itu, artinya merupakan prestasi perusahaan itu dalam periode tertentu.

3. Laba akuntansi didasarkan pada prinsip pendapatan yang memerlukan batasan tersendiri tentang apa yang termasuk hasil.
4. Laba akuntansi memerlukan perhitungan terhadap biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan hasil tertentu.
5. Laba akuntansi didasarkan pada *matching concept* artinya hasil dikurangi biaya yang diterima/dikeluarkan dalam periode yang sama.

Ciri – ciri laba akuntansi juga ditambahkan oleh Most sebagai berikut :

1. Laba akuntansi menggunakan konsep periodik.
2. Laba akuntansi diperluas bukan hanya transaksi dan termasuk seluruh nilai fenomena dan periode yang dapat diukur.
3. Laba akuntansi mengizinkan agregasi ke dalam kategori input dan output.
4. Perbandingan input dan output akan menghasilkan sisa.
5. Mayoritas mereka yang berkepentingan terhadap angka itu dapat menggunakannya untuk berbagai tujuan.

Beberapa kelebihan konsep laba akuntansi menurut Ijiri, Kohler, Littleton, dan Mautz adalah sebagai berikut:

1. Dapat terus – menerus diuji dan ditelusuri.
2. Karena perhitungannya didasarkan kenyataan dan dilaporkan secara objektif, perhitungan laba ini dapat diperiksa.

3. Memenuhi prinsip *conservatism*, karena yang diakui hanya laba yang direalisasi dan tidak memperhatikan perubahan nilai.
4. Dapat dijadikan alat kontrol oleh manajemen dalam melaksanakan fungsi – fungsi manajemen.

Namun ada juga kelemahan dari konsep laba akuntansi, Hendriksen (1992) dan Most (1982) menyebutkan kelemahan – kelemahan tersebut sebagai berikut :

1. Konsep laba akuntansi belum dirumuskan secara jelas dalam teori akuntansi. Akuntansi dinilai :
 - a. Belum mampu memberikan ukuran terbaik untuk menentukan nilai arus jasa dan perbuahan nilainya.
 - b. Belum sepakat mana yang masuk dan tidak masuk dalam perhitungan laba.
 - c. Ketidaksepakatan antara berbagai pihak siapa yang menjadi pemakai informasi *net income* tersebut.
2. Standar akuntansi yang diterima umum masih mengandung berbagai cara yang berbeda – beda dan mengandung ketidakkonsistenan antar perusahaan maupun dalam suatu periode tertentu.
3. Perubahan tingkat harga telah mengubah arti laba yang diukur berdasarkan nilai historis sehingga perubahan nilai uang atau tingkat inflasi belum diperhitungkan dalam laporan keuangan.
4. Kurang bermanfaat untuk keputusan jangka pendek.

5. Informasi lainnya di luar data historis dinilai lebih bermanfaat bagi investor dalam pengambilan keputusan.
6. Kurangnya informasi fisik dan perilaku yang membuat informasi laba semakin bermanfaat.

2.2.4 Hermeneutik

Abulad (2007) menjelaskan secara *gambling* bahwa hermeneutik adalah *the art of interpretation*. Interpretasi itu sendiri berarti bagaimana seseorang memahami dan menciptakan pemikiran logis terhadap suatu fenomena. *The art of interpretation* berarti hermeneutik memberikan kita ruang untuk menciptakan jenis berbeda dari sebuah interpretasi yang menunjukkan kita varietas dan keunikan menurut sifat *interpreter*.

Hermeneutik datang dari tradisi Yunani. Hermeneutik dihubungkan dengan Hermes (Hermeios), utusan Dewa dalam mitologi Yunani kuno yang bertugas mengantarkan dan menterjemahkan pesan Dewa ke bahasa manusia. Makna dasar yang terkandung dalam hermeneutic adalah sebagai berikut:

- a. Membuka hal-hal dalam pikiran melalui kata-kata sebagai media pengantaran.
- b. Secara rasional menjelaskan hal-hal sebelum menjadi samar, sehingga maknanya menjadi dapat dipahami.
- c. Menerjemahkan bahasa ke bahasa lain.

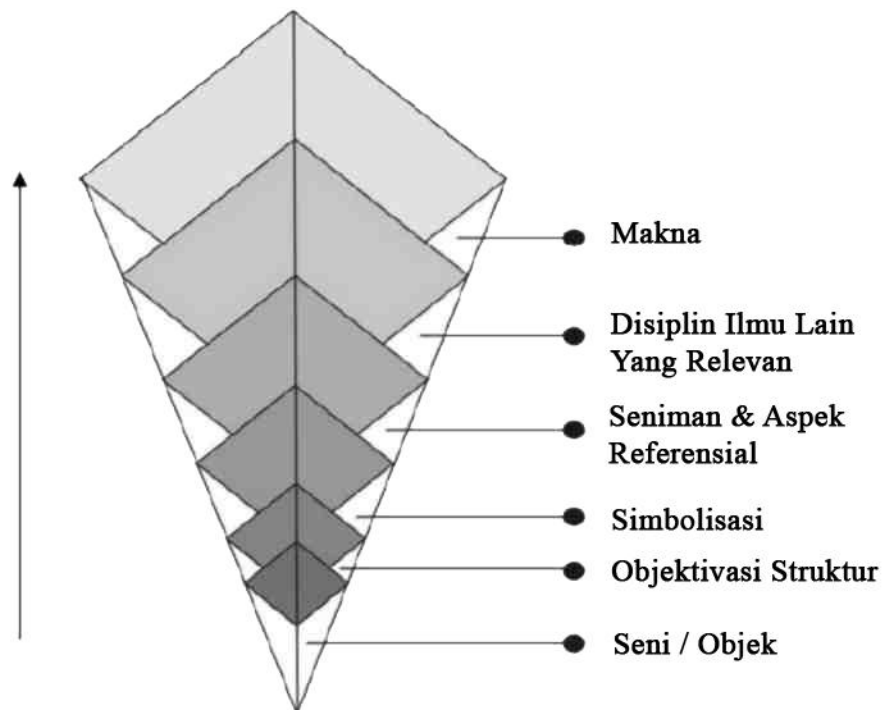
Ricoeur (Saidi, 2008), menamakan hermeneutic sebagai teori operasi pemahaman. Pemahaman ini dihubungkan dengan interpretasi teks. Ricoeur cenderung meletakkan hermeneutik dalam makna metodologi. Hermeneutik, kemudian, menciptakan gambaran terhadap pemahaman.

2.2.5 Hermeneutik untuk Memperoleh Gambaran

Sebagaimana dijelaskan di atas, hermeneutic dapat memberikan gambaran bagi peneliti untuk memahami bagaimana subjek dapat menginterpretasikan sesuatu dan berperilaku sesuai interpretasi mereka. Hal ini berarti hermeneutik sebagai mode analisis jelas dapat digunakan untuk sebuah analisis. Analisis ini diharapkan mampu menjangkau penjelasan yang mungkin terbatas dalam matematika atau statistika.

Pedagang kaki lima biasanya menggunakan analisis yang unik seperti kebiasaan, tradisi, kalkulasi sederhana, dan sebagainya, yang membutuhkan pemahaman spesifik untuk memperoleh data. Saidi (2008) kemudian menuliskan konsep dan proses metode dan pendekatan yang dielaborasikan sebelumnya untuk mengartikan sebagai subjek penelitian, dia memvisualisasikannya dalam gambar sebagai berikut:

Gambar 2.1

Bangunan Hermeneutika

Sumber: Acep Iwan Saidi, Hermeneutika, Sebuah Cara Untuk Memahami Teks,
Jurnal Sosioteknologi Edisi 13 Tahun 7, 2008.

1. Mula - mula teks (seni) ditempatkan sebagai objek yang diteliti sekaligus sebagai subjek atau pusat yang otonom. Karya seni diposisikan sebagai fakta ontologi (Rohidi, 2006).
2. Selanjutnya, karya seni sebagai fakta ontologi dipahami dengan cara mengobjektivasi strukturnya. Di sini analisis struktural menempati posisi penting.
3. Pada tahap berikutnya, pemahaman semakin meluas ketika masuk pada lapis simbolisasi. Hal ini terjadi sebab di sini tafsir telah melampaui batas struktur.

4. Kode-kode simbolik yang ditafsirkan tentu saja membutuhkan hal-hal yang bersifat referensial menyangkut proses kreatif seniman dan faktor-faktor yang berkaitan dengannya.
5. Kode simbolik yang dipancarkan teks dan dikaitkan dengan berbagai persoalan di luar dirinya menuntut disiplin ilmu lain untuk melengkapi tafsir
6. Akhirnya, ujung dari proses itu adalah ditemukannya makna atau pesan. Dari skema tampak bahwa makna dan pesan dalam tafsir hermeneutik berada pada wilayah yang paling luas dan paling berjauhan dengan teks (karya seni sebagai fakta ontologisnya), tetapi tetap berada di dalam horizon yang dipancarkan teks.

Konsep yang ditulis Saidi memberikan kita pemahaman untuk memperoleh gambaran bagaimana seseorang menginterpretasikan teks. Pada penelitian ini, hermeneutik itu sendiri tidak akan dilakukan. Akan tetapi penelitian ini akan menganalisis hermeneutik pedagang kaki lima terhadap laba. Untuk itu, penelitian juga akan menganalisis perilaku yang muncul dari proses hermeneutik laba pedagang kaki lima. Dalam kasus ini, hermeneutik berarti merupakan alat bukan tujuan.

2.2.6 Pedagang Kaki Lima

Pedagang Kaki Lima (Sektor Informal) adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan tempat – tempat fasilitas umum, seperti trotoar, pingir – pingir jalan umum, dan lain sebagainya. Pedagang yang menjalankan kegiatan usahanya dalam jangka tertentu dengan menggunakan sarana atau perlengkapan

yang mudah dipindahkan, dibongkar pasang dan mempergunakan lahan fasilitas umum sebagai tempat usaha seperti kegiatan pedagang – pedagang kaki lima yang ada di Gembong kapasari kelurahan kapasari kecamatan genteng Surabaya. Lokasi pedagang kaki lima sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan usaha para pedagang kaki lima, yang pada gilirannya akan mempengaruhi pula volume penjualan dan tingkat keuntungan. Secara garis besar kesulitan yang dihadapi oleh para pedagang kaki lima berkisar antara peraturan pemerintah mengenai penataan pedagang kaki lima belum bersifat membangun / konstruktif, kekurangan modal, kekurangan fasilitas pemasaran, dan belum adanya bantuan kredit. Pedagang kaki lima (street trading/street hawker) adalah salah satu usaha dalam perdagangan dan salah satu wujud sektor informal.

Pedagang kaki lima adalah orang yang dengan modal yang relatif sedikit berusaha di bidang produksi dan penjualan barang – barang (jasa – jasa) untuk memenuhi kebutuhan kelompok tertentu di dalam masyarakat, usaha tersebut dilaksanakan pada tempat – tempat yang dianggap strategis dalam suasana lingkungan yang informal. Adapun pengertian pedagang kaki lima dapat dijelaskan melalui ciri- cirri umum yang dikemukakan oleh Kartono dkk. (1980), yaitu:

1. Merupakan pedagang yang kadang- kadang juga sekaligus berarti produsen.
2. Ada yang menetap pada lokasi tertentu, ada yang bergerak dari tempat satu ketempat yang lain (menggunakan pikulan, kereta dorong, tempat atau stan yang tidak permanen serta bongkar pasang).

3. Menjajakan bahan makanan, minuman, barang- barang konsumsi lainnya yang tahan lama secara eceran.
4. Umumnya bermodal kecil, kadang hanya merupakan alat bagi pemilik modal dengan mendapatkan sekedar komisi sebagai imbalan atas jerih payahnya
5. Kualitas barang- barang yang diperdagangkan relatif rendah dan biasanya tidak bersetandar.
6. Volume peredaran uang tidak seberapa besar, para pembeli merupakan pembeli yang berdaya beli rendah.
7. Usaha skala kecil bias berupa family enterprise, dimana ibu dan anak – anak turut membantu dalam usaha tersebut, baik langsung maupun tidak langsung.
8. Tawar menawar antar penjual dan pembeli merupakan relasi ciri yang khas pada usaha pedagang kaki lima.
9. Dalam melaksanakan pekerjaannya ada yang secara penuh, sebagian lagi melaksanakan setelah kerja atau pada waktu senggang, dan ada pula yang melaksanakan musiman.

Keberadaan sektor informal (PKL) juga tidak dapat dilepaskan dari proses pembangunan. Definisi mengenai usaha kecil dan menengah yang tercantum dalam peraturan perundangan-undangan maupun peraturan pemerintah. Berikut ini beberapa pengertian usaha kecil dan menengah yang dikemukakan oleh Tulus T.H Tambunan (2002;49), antara lain :

1. Didalam UU No. 91/1999 ditetapkan definisi usaha kecil adalah suatu usaha yang memiliki nilai asset netto (tidak termasuk tanah dan bangunan) yang tidak melebihi Rp. 200 juta atau penjualan per tahun tidak lebih besar dari Rp. 1 Milyar.
2. Menurut Inpres No. 10/1999, Usaha Menengah adalah suatu unit usaha dengan nilai asset netto (di luar tanah dan gedung) antara Rp. 200 juta hingga Rp. 100 Milyar, diatas itu adalah usaha besar.
3. Menurut BPS (1998), Industri kecil adalah usaha dengan jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang termasuk pengusaha.

2.2.7 Perilaku Pedagang Kaki lima

Pada teori perilaku produsen, rasionalitas paling sederhana yang disajikan adalah bagaimana menciptakan maksimalisasi profit. Akan tetapi, pada perkembangannya, di samping tujuan utama tersebut, terdapat banyak motif lain produsen: maksimalisasi penjualan, pendapatan marginal, dan motif-motif non-profit. Kemudian, disinilah produsen dapat memutuskan apa motif mereka.

Hamid (Tanpa Angka Tahun) menjelaskan bahwa laba pada pedagang kaki lima mungkin menjadi tujuan utama aktivitas mereka. Konsepsi laba sendiri merupakan tujuan dari penelitian ini. Akan tetapi, sinyal pasti dari pedagang kaki lima dalam membentuk laba mereka adalah pada harga jual. Untuk membuat harga, di samping memperhitungkan barang, kualitas, penempatan, dan tingkat kompetisi juga akan menjadi *checklist* mereka. Karena para pedagang kaki lima kebanyakan tidak memiliki latar belakang pendidikan formal, para pedagang menghitung profitabilitas mereka dengan cara irasional dan tradisional.

2.2.8 Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindra oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindra.

Dengan kata lain *persepsi* adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Persepsi merupakan keadaan integrated dari individu terhadap stimulus yang diterimanya. Apa yang ada dalam diri individu, pikiran, perasaan, pengalaman-pengalaman individu akan ikut aktif berpengaruh dalam proses persepsi.

Gibson (1989) dalam buku Organisasi Dan Manajemen Perilaku, Struktur; memberikan definisi persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk menafsirkan dan memahami dunia sekitarnya (terhadap obyek). Gibson juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Oleh karena itu, setiap individu memberikan arti kepada stimulus secara berbeda meskipun objeknya sama. Cara individu melihat situasi seringkali lebih penting daripada situasi itu sendiri.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa *pengertian persepsi* merupakan suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu

melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi dua, yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal.

1. Faktor Internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain :
 - a) Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
 - b) Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.
 - c) Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang digerakkan untuk mempersepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan

seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

- d) Kebutuhan yang searah. Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
 - e) Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.
 - f) Suasana hati. Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.
2. Faktor Eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :
- a) Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi

persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.

- b) Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (to be perceived) dibandingkan dengan yang sedikit.
- c) Keunikan dan kontras stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latarbelakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- d) Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi.
- e) Motion atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menganalisis hermeneutic pedagang kaki lima yang diperlihatkan pada perilaku mereka dalam menentukan laba. Analisis CVP digunakan untuk memberikan acuan dan dasar penelitian untuk mengukur analisis dan manajemen operasi pedagang kaki lima. Kemudian penelitian ini dapat

menemukan metode yang digunakan pedagang kaki lima dalam menjalankan bisnisnya, yang nantinya akan diketahui sebagai hasil dari penelitian.

Seperti yang dijelaskan di atas, penelitian ini akan secara sistematis sebagai mana ditunjukkan pada tampilan berikut:

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran

