

AKUNTANSI DALAM PERSPEKTIF BUDAYA JAWA : SEBUAH STUDY ETNOGRAFI PADA PEDAGANG KELILING DI KOTA SEMARANG

Abdul Manan

Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Email: ham11smg@gmail.com

Abstract

This study will focus on the actors and accounting users, which is a representation of the economic activities of people in the middle to lower society in Java society. Javanese culture affects business activities that become the object of research. Javanese culture within Semarang gives different style of accounting practice. Accounting practices that run due to the influence of Javanese culture will lead to accounting practices that are natural Java is to practice accounting based on memory and experience, so get used. In addition, the purpose in presenting the information needed by the internal party has been able to be met well by using a neat and structured Java culture, although in the simplest form and not in accordance with accounting in general.

Key word : *Javanese culture, style of accounting practice*

PENDAHULUAN

Akuntansi sebagaimana bagian dari ilmu sosial yang dibentuk oleh manusia, mempunyai keterkaitan dan pengaruh dari keberadaan manusia itu didalam suatu kelompok masyarakat. Sehingga nilai-nilai dalam budaya masyarakat tersebut turut serta dalam mempengaruhi pembentukan karakter ilmu akuntansi. Dengan kata lain, akuntansi dibentuk oleh lingkungannya melalui interaksi sosial yang sangat kompleks (Sylvia, 2014). Tricker (1978) dalam Triuwono (2009) menyebutkan akuntansi adalah anak budaya masyarakat di mana akuntansi itu dipraktikkan. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa sesungguhnya akuntansi adalah produk sosial atau produk budaya yang diciptakan dari konsep-konsep pemikiran manusia

yang pada dasarnya merupakan hasil dari perpaduan antara cipta, rasa dan karsa manusia. Lebih lanjut Hopwood (1994) dalam Wiyarni (2013) menjelaskan bahwa akuntansi bukan merupakan karunia yang secara otomatis menjadi sesuatu yang sangat signifikan sebagaimana tampak di mata publik saat ini.

Kemunculan akuntansi yang dipraktikkan di suatu tempat (wilayah) selalu dikonstruksikan dan dikembangkan secara sengaja untuk mencapai tujuan sosial tertentu (Zulfikar, 2008).

Dalam kenyataannya faktor-faktor lingkungan mempunyai peran dominan dalam membentuk praktik akuntansi yang dijalankan. Sehingga praktik akuntansi akan mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan sosial, budaya, ekonomi serta politik, mengikuti

perkembangan ilmu pengetahuan dan peradaban. Menurut Suwardjono (2014;1) Akuntansi yang dipraktikkan didalam suatu negara juga mengalami sejarah dan perkembangan yang unik sesuai dengan perkembangan ekonomi, sosial, dan politik negara. Oleh karena itu struktur dan praktik akuntansi akan berbeda antar negara yang satu dengan yang lain. Untuk dapat mengembangkan suatu struktur dan praktik akuntansi di suatu wilayah atau negara (di Indonesia misalnya) belajar praktik akuntansi saja tidak cukup. Di balik praktik akuntansi sebenarnya terdapat seperangkat gagasan-gagasan yang melandasi praktik tersebut yakni berupa asumsi-asumsi, dasar, konsep-konsep, penjelasan, deskripsi dan penalaran (Suwardjono,2014;2), yang keseluruhannya membentuk dan mewarnai praktik akuntansi.

Sehingga gagasan gagasan yang muncul dibalik praktik akuntansi, sangat menarik untuk diteliti dalam rangka konstruksi dan pengembangan ilmu akuntansi yang lebih maju. Salah satu faktor yang menarik untuk diteliti adalah faktor budaya. Budaya adalah merupakan keseluruhan pola pemikiran, perasaan dan tindakan dari suatu kelompok sosial, yang membedakan dengan kelompok sosial yang lain (Hofstede,1999). Dimulai dari pola pikir yang sama di sekelompok orang dan akhirnya menjadi sebuah kebiasaan dan adat istiadat yang terjadi, sehingga pada akhirnya menjadi budaya. Budaya yang berkembang dapat membangun kebiasaan, tingkah laku, hingga etika dan moral.

Budaya sendiri dapat memberikan suatu pandangan dan

perspektif yang berbeda akan suatu aplikasi dari suatu keilmuan. Seperti yang dikatakan oleh Young (2013), Nationality atau kebangsaan kerap identik dengan latar belakang yang dimiliki seseorang. Termasuk budaya yang mempengaruhi perilaku baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kehidupan berbisnis. Bangsa Indonesia sendiri tak luput dari hal ini, bahwa bisnis yang dilakukan juga di pengaruhi kepada suku dan bangsa maupun adat istiadat yang melekat pada karakteristik seseorang. Sebagai contohnya dapat kita lihat perbedaan cara berbisnis orang yang berasal dari daerah tertentu, seperti perbedaan cara berbisnis orang Minang dengan orang Jawa, Etnis Tionghoa dengan etnis Batak.

Pengaruh budaya dalam kehidupan berbisnis dengan serta merta turut mempengaruhi perkembangan akuntansi yang juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan aspek perilaku dari penggunaanya. Karena pengguna akuntansi dapat membentuk dan dibentuk oleh lingkungan, akuntansi dapat dilihat sebagai realitas yang dibentuk secara sosial dan subyek dari tekanan politik, ekonomi, dan sosial (Chariri, 2011). Dalam beberapa tahun belakangan, ketertarikan untuk mempelajari akuntansi dari sisi keperilakuan dan sosial semakin meningkat. Penelitian mengenai keperilakuan dalam akuntansi telah memperkaya disiplin akuntansi itu sendiri dan memperlihatkan bahwa akuntansi tidak hanya masalah teknis semata, tetapi melihat akuntansi lebih luas dari pertimbangan psikologis yang mempengaruhi persiapan laporan akuntansi hingga pertimbangan

peran sosiopolitik akuntansi dalam organisasi dan masyarakat.

Budaya lokal suatu wilayah memberikan style praktik akuntansi yang berbeda. Gagasan-gagasan yang muncul di balik praktik akuntansi yang dipengaruhi oleh budaya lokal suatu wilayah jelas akan berbeda dengan praktik akuntansi yang dipengaruhi budaya lokal wilayah lain. Praktik akuntansi yang berjalan karena pengaruh budaya Jawa misalnya, jelas akan memunculkan gagasan-gagasan di balik praktik akuntansi tersebut dengan sifat alamiah Jawa (Zulfikar, 2008). Oleh karenanya kita tidak selalu bisa memaksakan diri untuk menerapkan praktik akuntansi yang selama ini diadopsi dari Amerika. Hal ini karena akuntansi Amerika jelas tidak bisa menyelesaikan masalah-masalah yang bersifat lokal. Praktik akuntansi yang dijalankan oleh Amerika hanya sesuai dengan masalah lokalitas di Amerika saja. Prosedur, metode, dan teknik pencatatan transaksi keuangan dilakukan untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan yang telah ditetapkan yang sesuai dengan lokalitas Amerika. Tulisan ini akan menggali perspektif yang muncul dari sebuah praktik akuntansi yang sederhana. Praktik akuntansi sederhana dan alamiah tersebut muncul dari nilai-nilai kearifan budaya Jawa, terutama Jawa Tengah.

Maka, pada penelitian ini akan berfokus kepada pelaku dan sekaligus pengguna akuntansi, yang merupakan penggambaran dari kegiatan ekonomi sehari-hari masyarakat lapisan menengah kebawah. Bahwa jual beli yang hidup di dalam masyarakatnya akan

terpengaruh oleh budaya dalam kegiatan usahanya sehari-hari. Ditambah lagi, pedagang keliling yang menjadi obyek penelitian merupakan gambaran karakteristik masyarakat Semarang khususnya dan etnis Jawa pada umumnya dalam memenuhi sebagian kebutuhan keluarga sehari-hari.

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Akuntansi

Berikut ini diuraikan definisi sistem dan prosedur, menurut Mulyadi (2013:5) Sistem adalah suatu jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan. Prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan serta seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang. Jogianto (2005:2) mengemukakan bahwa Sistem adalah kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sistem ini menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan yang nyata adalah suatu objek nyata, seperti tempat, benda, dan orang-orang yang betul-betul ada dan terjadi.

Sedangkan, menurut Romney (2006:2) menyatakan bahwa Sistem adalah rangkaian dari dua atau lebih komponen-komponen yang saling berhubungan, yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Sistem selalu terdiri dari beberapa subsistem kecil yang masing-masing melakukan fungsi khusus yang penting dan untuk mendukung bagi sistem yang lebih besar, tempat mereka berada. Dari data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa

sistem merupakan suatu prosedur yang saling berkaitan dan secara bersama-sama membentuk fungsi yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan.

Pengertian Sistem Akuntansi

Menurut Mulyadi (2013:3) Sistem akuntansi adalah organisasi formulir, catatan dan laporan yang dikoordinasi sedemikian rupa untuk menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan oleh manajemen dalam pengelolaan. Menurut Nugroho (2009) mengemukakan bahwa Sistem akuntansi merupakan suatu alat yang dipakai untuk mengorganisir atau menyusun, mengumpulkan, dan mengikhtisarkan keterangan-keterangan yang menyangkut seluruh transaksi perusahaan, dimana para pegawai, kegiatan-kegiatan perusahaan, bahan-bahan dan mesin-mesin dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga pengawasan dapat dijalankan sebaik-baiknya.

Pengertian sistem akuntansi menurut Bodnar dan Hopwood (2008:181) adalah sebagai berikut Sistem akuntansi adalah suatu organisasi terdiri dari metode dan catatan-catatan yang dibuat untuk mengidentifikasi, mengumpulkan, menganalisis, mencatat dan melaporkan transaksi-transaksi organisasi dan menyelenggarakan pertanggung jawaban bagi aktivitas dan kewajiban yang berkaitan. Menurut Baridwan (2008:4) sistem akuntansi yaitu Sistem akuntansi adalah formulir-formulir, catatan-catatan, prosedur-prosedur, dan alat-alat yang digunakan untuk mengelolah data mengenai usulan satu kesatuan ekonomis dengan tujuan untuk

menghasilkan umpan baik dalam bentuk laporan-laporan yang dilakukan oleh manajemen untuk mengawasi usahanya dan bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan seperti pemegang saham kreditur dan lembaga-lembaga pemerintahan untuk memuali hasil operasi. Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sistem akuntansi adalah suatu organisasi yang digunakan untuk merangkum semua kegiatan dan transaksi perusahaan guna menghasilkan informasi yang diperlukan oleh manajemen sebagai alat pengawasan demi kelancaran aktivitas perusahaan dimasa yang akan datang.

Etnografi

“Ethnography as a Way of Seeing” adalah watak dari penelitian etnografi. Etnografi sebagai cara untuk melihat. Kajian tentang kehidupan dan kebudayaan suatu masyarakat atau etnik, misalnya tentang adat istiadat, kebiasaan, ekonomi, hukum, seni, religi dan bahasa. Beberapa ahli berpendapat, Spradley (1980), Atkinson (1992), Wolcott (1997), etnografi adalah penjelasan tentang budaya dengan maksud untuk mempelajari dan memahami tentang kehidupan individu. Etnografi berarti belajar dari orang, yang menjelaskan secara langsung dari kultur dan subkultur individu tersebut. Wolcott (1977) menjelaskan, etnografi adalah suatu metode khusus atau satu set metode yang didalamnya terdapat berbagai bentuk yang mempunyai karakteristik tertentu, termasuk partisipasi etnografer, memahami dan mengikuti kehidupan sehari-hari dari seseorang dalam periode yang lama, melihat apa yang terjadi,

mendengarkan apa yang dikatakan, bertanya kepada mereka, dan pada kenyataannya mengumpulkan data apa saja yang ada.

Etnografi adalah ilmu tentang unsur-unsur atau masalah-masalah kebudayaan suku bangsa dan masyarakat penduduk suatu daerah diseluruh dunia secara komprehensif dan tujuan mendapat pengertian tentang sejarah dan proses evolusi serta penyebaran kebudayaan didunia. (Koentjaraningrat, 1993). Etnografi berasal dari kata *ethos*, yaitu bangsa atau suku bangsa dan *graphein* yaitu tulisan atau uraian. Sebuah karangan etnografi adalah suatu deskripsi mengenai kebudayaan suatu suku bangsa. Namun karena di dunia ini ada suku-suku bangsa kecil terdiri dari hanya beberapa ratus penduduk tetapi juga ada suku-suku bangsa besar yang terdiri dari berjuta-juta penduduk, maka seorang ahli antropologi yang mengarang sebuah etnografi sudahtentu tidak dapat mencakup keseluruhan dari suku-suku bangsa yang besar itu dalam deskripsinya.

Bahan mengenai kesatuan kebudayaan suku bangsa di suatu komunitas dari suatu daerah geografi ekologi, atau di suatu wilayah administrasi tertentu yang menjadi pokok deskripsi sebuah buku etnografi, biasanya dibagi ke dalam bab-bab tentang unsur-unsur kebudayaan menurut suatu tata-urut yang sudah baku. Susunan tata-urut itu kita sebut sebagai “Kerangka Etnografi”. Mengenai tata-urut dari unsur-unsur itu, para ahli antropologi dapat memakai suatu system menurut selera dari perhatian mereka masing-masing. System yang paling lazim dipakai adalah system dari unsure yang paling konkret ke yang paling

abstrak. Walaupun demikian, setiap ahli antropologi mempunyai focus perhatian tertentu.

Dalam menguraikan lokasi atau tempat tinggal dan penyebaran suku-suku bangsa yang menjadi pokok deskripsi etnografi perlu di jelaskan cirri-ciri geografinya. Ada baiknya juga kalau penulis etnografi dapat melukiskan cirri-ciri geologi dan geomorfologi dari daerah lokasi dan penyebaran suku bangsanya, sedangkan suatu hal yang perlu juga adalah keterangan mengenai cirri-ciri flora dan fauna di daerah yang bersangkutan.

Unsur-unsur Kebudayaan

1. Sistem Bahasa

Bahasa atau system perlambangan manusia yang lisan maupun yang tertulis untuk berkomunikasi satu dengan yang lain, dalam sebuah karangan etnografi, memberi deskripsi tentang ciri-ciri terpenting dari bahasa yang diucapkan oleh suku bangsa, beserta variasi-variasi dari bahasa itu.

2. Sistem Peralatan Hidup dan Teknologi

Teknologi atau cara-cara memproduksi, memakai, dan memelihara segala peralatan hidup dari suku bangsa dalam karangan etnografi, cukup membatasi diri terhadap teknologi yang tradisional, yaitu teknologi dari peralatan hidupnya yang tidak atau hanya secara terbatas dipengaruhi oleh teknologi yang berasal dari kebudayaan Ero-Amerika atau kebudayaan “Barat”. Teknologi tradisional mengenai paling sedikit delapan macam system peralatan dan unsur kebudayaan fisik yang dipakai oleh manusia yang hidup dalam masyarakat kecil yang

berpindah-pindah atau masyarakat pedesaan yang hidup dari pertanian, yaitu; alat-alat produktif; senjata; wadah; alat-alat menyalakan api; makanan, minuman, bahan pembangkit gairah, dan jamu-jamuan; pakaian dan perhiasan; tempat berlindung dan rumah; alat-alat transport.

3. Sistem Ekonomi dan Mata Pencarian

System mata pencarian tradisional. Perhatian para ahli antropologi terhadap berbagai macam system mata pencarian atau system ekonomi hanya terbatas kepada system-sistem yang bersifat tradisional saja, terutama dalam rangka perhatian mereka terhadap kebudayaan suatu suku bangsa secara holistik.

4. Sistem Kepercayaan / agama

Kepercayaan / agama telah menjadi pokok penting dalam buku-buku para pengarang tulisan etnografi mengenai suku-suku bangsa ketika ilmu antropologi belum ada dan hanya merupakan suatu himpunan tulisan mengenai adat istiadat dari suku-suku bangsa di luar Eropa.

Masalah asal mula dari suatu unsur religi, artinya masalah penyebab manusia percaya adanya suatu kekuatan gaib yang dianggapnya lebih tinggi dari padanya.

5. Sistem Kemasyarakatan dan Organisasi Sosial

Setiap kehidupan masyarakat diorganisasi atau diatur oleh adat istiadat dan aturan-aturan mengenai berbagai macam kesatuan didalam lingkungan tempat individu hidup dan bergaul dari hari ke hari. Kesatuan sosial yang paling dekat adalah kesatuan kekerabatannya yaitu keluarga inti.

6. Sistem Pengetahuan

Dalam suatu etnografi biasanya ada berbagai bahan keterangan mengenai pengetahuan biasanya meliputi pengetahuan mengenai teknologi, kepandaian suku-suku bangsa dan perhatian terhadap pengetahuan yang mencolok.

7. Kesenian Budaya Jawa

Budaya merupakan nilai dan attitude yang digunakan dan diyakini oleh suatu masyarakat atau negara. Variabel budaya tergambar dalam kelembagaan negara yang bersangkutan (dalam sistem hukum). Hofstede (1980; 1983) meneliti dimensi budaya di 39 negara. Dia mendefinisikan budaya sebagai "The collective programming of the mind which distinguishes the members of one human group from another" (Hofstede, 1983) dan membagi dimensi budaya menjadi 4 bagian :

1. Individualism (lawan dari collectivism). Individualism merefleksikan sejauh mana individu mengharapkan kebebasan pribadi. Ini berlawanan dengan collectivism (kelompok) yang didefinisikan menerima tanggung jawab dari keluarga, kelompok masyarakat (suku).
2. Power distance merupakan sebagai jarak kekuasaan antara Boss B dengan Bawahan S dalam hirarki organisasi adalah berbeda antara sejauh mana B dapat menentukan perilaku S dan sebaliknya (Hofstede, 1983). Pada masyarakat yang power distance besar, adanya pengakuan tingkatan didalam masyarakat dan tidak memerlukan persamaan tingkatan. Sedangkan pada masyarakat yang power distance kecil, tidak mengakui adanya perbedaan dan membutuhkan

persamaan tingkatan di dalam masyarakat.

3. *Uncertainty avoidance* merupakan ketidakpastian mengenai masa depan adalah sebagai dasar kehidupan masyarakat. Masyarakat yang tingkat ketidakpastiannya tinggi akan mengurangi dampak ketidakpastian dengan teknologi, peraturan dan ritual, sedangkan masyarakat dengan tingkat menghindari ketidakpastian yang rendah akan lebih santai sehingga praktek lebih tergantung prinsip dan penyimpangan akan lebih bisa ditoleransi.
4. *Masculinity Vs femininity* merupakan nilai *Masculine* menekankan pada nilai kinerja dan pencapaian yang nampak, sedangkan *Feminine* lebih pada preferensi pada kualitas hidup, hubungan persaudaraan, modis dan peduli pada yang lemah.

Empat dimensi budaya diatas mengidentifikasi nilai dasar yang mencoba untuk menjelaskan persamaan dan perbedaan budaya secara umum di seluruh dunia. Hofstede dan Bond (1988), menambahkan dimensi budaya kelima yaitu *Confucian Dynamism*, yang kemudian dinamakan dengan orientasi jangka panjang. Hofstede (2001), mendefinisikan jangka panjang sebagai gambaran masa datang yang berorientasi pada reward dan punishment. Dimensi ini diciptakan ketika survey budaya cina dan mungkin mewakili perbedaan antara budaya barat dan timur. Gray (1988), mengidentifikasi empat budaya akuntansi yang bisa digunakan untuk mendefinisikan sub – budaya akuntansi: *Professionalism, Uniformity,*

Conservatism, and secrecy. Penjelasan mengenai nilai-nilai sub-budaya tersebut sebagai berikut:

1. *Professionalism vs Statutory Control* adalah preferensi untuk melaksanakan pertimbangan profesional individu dan memelihara aturan-aturan yang dibuat sendiri untuk mengatur profesionalitas dan menolak patuh dengan perundangan-undangan dan kontrol dari pihak pemerintah.
2. *Uniformity vs Flexibility* adalah suatu preferensi untuk memberlakukan praktik akuntansi yang seragam antara perusahaan dan penggunaan praktik tersebut secara konsisten dan menolak fleksibilitas.
3. *Conservatism vs. Optimism* adalah suatu preferensi untuk suatu pendekatan hati-hati dalam pengukuran dan juga sesuai dengan ketidakpastian masa yang akan datang. Dimensi menolak untuk konsep lebih optimis dan pendekatan yang penuh resiko.
4. *Secrecy vs Transparency* adalah suatu preferensi untuk bersikap konfidensial dan membatasi disclosure informasi mengenai bisnis dan menolak untuk bersikap transparan, terbuka, dan pendekatan pertanggungjawaban pada publik.

Hubungan antara dimensi budaya menurut Hofstede dan dimensi akuntansi menurut Gray dapat diambil kesimpulan sebagai berikut;

1. Profesionalisme berhubungan erat dengan individualisme yang tinggi, sangat tergantung pada pertimbangan profesional dan menolak pengawasan hukum. Profesionalisme juga berhubungan dengan tingkat

- menghindari ketidakpastian yang rendah (menerima variasi pertimbangan profesional) dan maskulinitas serta power distance yang kecil (butuh dana pensiun dan mutual fund lainnya).
2. Keseragaman dekat dengan tingkat menghindari ketidakpastian yang kuat dan individualisme yang rendah serta power distance yang tinggi.
 3. Konservatisme berhubungan kuat dengan menghindari ketidakpastian yang kuat dan individualisme yang rendah dan maskulinitas yang tinggi.
 4. Secrecy sangat dekat dengan menghindari ketidakpastian yang tinggi dan power distance yang besar serta individualisme dan maskulinitas yang rendah.

Falsafah Hidup dan Budaya Jawa dalam Konteks Bisnis.

Masyarakat Jawa memiliki karakteristik budaya yang khas sesuai dengan kondisi masyarakatnya. Prabowo (2003: 24) membagi budaya secara garis besar menjadi dua, yaitu: budaya lahir dan budaya batin. Budaya lahir terkait dengan kedudukan seseorang sebagai makhluk individu dan makhluk sosial. Dalam hal itu, budaya Jawa memiliki kaidah-kaidah yang dapat dengan mudah diidentifikasi berdasarkan ungkapan-ungkapan budaya sebagai pengejawantahan nilai-nilai budaya yang didukung oleh masyarakat. Sebaliknya budaya batin terkait dengan persoalan-persoalan yang bersifat supranatural atau hal-hal yang tidak dapat dijangkau berdasarkan penghitungan empiris atau objektif, tetapi menduduki posisi yang penting dalam sistem kehidupan masyarakat Jawa. Budaya

batin yang dalam klasifikasi menurut Koentjaraningrat (1982: 2) dapat dimasukkan pada sistem religi atau keagamaan Jawa tersimbolisasikan dalam ungkapan manunggaling kawula Gusti.

Sikap keagamaan masyarakat Jawa sangat kental dengan keyakinan tentang asal mula kehidupan yang disebut sebagai sangkan "asal atau kelahiran" dan paran "tujuan hidup". Pengakuan orang Jawa terhadap Tuhan Sang Pencipta dapat dilihat pada ungkapan-ungkapan yang mengacu pada ketergantungan manusia terhadap Tuhan. Sejumlah ungkapan yang bernada keagamaan tersebut antara lain adalah manungsa sadrema nglakoni, sumendhe ing pepethening pangeran, pasrah lan sumarah ing pangeran, wis ginaris ing pangeran.

Budaya Jawa sangat dipengaruhi oleh sikap mental orang-orang Jawa sebagai pandangan hidupnya. Pandangan hidup orang Jawa akan menjadi acuan dalam bertindak dalam kehidupan. Jong (1976) dalam Endraswara (2006: 43) mengemukakan bahwa unsur sentral kebudayaan Jawa adalah sikap rila (rela), nrima (menerima), dan sabar. Hal ini akan mendasari segala gerak dan langkah orang Jawa dalam segala hal. Rila disebut juga ikhlas, yaitu kesediaan menyerahkan segala milik, kemampuan dan hasil karya kepada Tuhan. Nrima berarti merasa puas dengan nasib dan kewajiban yang telah ada, tidak memberontak, tapi mengucapkan matur nuwun (terima kasih). Sabar, menunjukkan ketiadaan hasrat, ketiadaan nafsu yang bergolak.

Di samping sikap mental, orang Jawa juga memiliki etos kerja

yang kuat dan disiplin tinggi. Etos kerja ini diajarkan pertama kalinya oleh para orang tua kepada anaknya ketika mereka sudah berumur akil baligh. Nilai-nilai yang ditanamkan orang tua kepada anaknya tersebut adalah terkait dengan kewajiban dalam mencari penghidupan (pemuahan kebutuhan hidup sehari-hari). Mereka akan terus mendorong anaknya dengan memberikan nilai-nilai yang arif dan memberikan sebuah perumpamaan-perumpamaan sebagai tuladha (contoh). Kata-kata arif yang sering diucapkan oleh orang tua kepada anaknya agar mau bekerja, misalnya ana dina ana upa , artinya ada hari pasti ada rezeki; aja sangga uang“jangan berpangku tangan”; obah-mamah, lebih lengkapnya dalam sebuah nasehat sing sopo gelem obah bakal mamah, artinya siapa yang mau berusaha (bekerja) pasti akan makan (Prabowo, 2003: 23). Nasehat tersebut memiliki arti yang sangat dalam. Obah yang berarti bergerak, menunjukkan bahwa kita harus bekerja untuk mendapatkan mamah (makan) yang berarti rizki.

Bahkan tidak jarang orang tua yang memberikan gambaran kepada anaknya dengan ungkapan manuk esuk-esuk metu sak jerone luwe, mulih sore iso dadi wareg . Artinya seekor burung pagi-pagi keluar dalam keadaan lapar, pulang sore dalam keadaan kenyang. Ungkapan ini menggambarkan bagaimana seekor burung saja mampu memenuhi kebutuhan hidupnya setiap hari. Menurut falsafah tersebut manusia seharusnya memiliki kemampuan yang lebih dari seekor burung. Ungkapan tersebut sebenarnya diambil dari sebuah ajaran Islam yang

terkandung dalam hadist nabi yang diriwayatkan oleh At-Tirmidzi, yang berbunyi: "Kalau kalian benar-benar bertawakal kepada Allah, niscaya Allah memberi rizqi kepada kalian, sebagaimana burung-burung diberi rizqi; pagi-pagi mereka meninggalkan sarang dalam keadaan lapar, dan sore hari pulang dalam keadaan kenyang".

Dalam etos berbisnis orang Jawa sangat memegang prinsip-prinsip leluhurnya. Ketika memulai untuk melakukan aktivitas bisnis para orang tua mengingatkan Gusti ora sare (Tuhan tidak tidur). Ungkapan ini memiliki makna bahwa kita harus memulai aktivitas dengan memohon apa yang kita inginkan. Di samping itu ungkapan tersebut memiliki nuansa persuasif agar seseorang selalu berhati-hati sebelum berbuat (Suratno dan Astiyanto, 2009: 93). Tuhan selalu mengawasi sehingga manusia harus memikirkan apakah tindakan yang dilakukannya berpengaruh baik atau buruk, baik bagi dirinya maupun orang lain.

Prinsip penting orang Jawa dalam etos dagang adalah ungkapan jujur bakal mujur “jujur akan bahagia. Jadi orang Jawa berkeyakinan bahwa seseorang yang berani dan selalu berperilaku jujur akan mendapatkan kebahagiaan. Orang yang mampu berlaku jujur akan memiliki keuntungan karena apa pun alasannya, orang yang mampu bersikap jujur akan mendapatkan ketenangan hati dan dirinya tidak merasa bersalah. Pikiran cerdas dalam berdagang orang Jawa adalah dengan menghindari kegedhen empyak kurang cagak, artinya terlalu besar rangka atap kurang tiang. Ungkapan Jawa tersebut sebagai

peringatan bahwa jika seseorang memiliki rencana dan keinginan, hendaklah sesuai dengan kemampuannya. Ungkapan ini juga mengingatkan untuk mengelola kas dengan sebaik-baiknya agar dapat menjalankan roda bisnis

Akuntansi dalam Sikap Narima ing Pandum

Pada bagian ini akan ditelusuri perilaku orang Jawa yang tercermin dalam falsafah hidup dan etos kerjanya dalam melakukan praktik di medan kehidupan sehari-hari dengan bekal capital yang dimilikinya. Sebagaimana diuraikan dalam bagian sub judul falsafah hidup dan etos kerja, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai kearifan budaya Jawa dalam konteks praktik bisnis paling tidak meliputi obah-mamah-sanak. Perilaku obah (bekerja) bagi sebagian besar orang Jawa adalah merupakan sesuatu yang harus segera dipraktikkan di mana pun tempatnya mereka berada dan dengan seluruh kemampuan (capital) yang dimilikinya. Konsekuensi positif dari perilaku obah adalah akan memunculkan mamah (makan). Mamah sebenarnya merupakan bagian dari rizqi yang Tuhan berikan. Mamah bukan hanya sekedar makan dalam konteks menyambung hidup saja melainkan diharapkan menyisakan sesuatu yang dapat ditabung untuk kebutuhan jangka panjang. Meskipun orang Jawa meyakini bahwa hal tersebut berasal dari sangkan paran (berasal dari Tuhan yang diberikan dari arah manapun baik halal maupun haram), namun mereka tetap menjaga agar rizqi yang didapat memperoleh ridhaning gusti.

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa kita sering mendengar

ungkapan tuna satak bathi sanak dalam pergaulan para bakul. Artinya, rugi uang asal untung saudara. ungkapan yang sering ditemukan dalam pergaulan para bakul (pedagang) tersebut menunjukkan bahwa kebahagiaan orang berdagang tidak selalu diukur dengan keuntungan berupa uang. Bagi seorang pedagang yang dalam bahasa Jawa disebut bakul, mendapatkan saudara atau rekanan dalam berusaha pun dihitungnya sebagai keuntungan (laba). Oleh sebab itu, seorang pedagang rela menjual barang dagangannya dengan harga sedikit lebih rendah dari penawarannya demi menjalin hubungan dengan orang lain, yakni pembeli. Bagi orang Jawa harta bukanlah segala-galanya. Ukuran kekayaan seseorang pun tidak selalu ditentukan dengan banyaknya harta yang dimiliki. Manusia Jawa merupakan sosok yang dapat menerima kondisi atau nasib yang terjadi dalam hidupnya dengan dilandasi rasa percaya pada kemurahan Tuhan sehingga segala sesuatu diterima dengan jiwa narima ing pandum (Marbangun, 1995: 65).

Sikap hidup yang mencerminkan kerukunan tersebut tidak terlepas dari sikap tepo slira (tenggang rasa). Jika persaudaraan menjadi pertimbangan yang khusus, maka seorang bakul tidak mungkin menipu pembeli dengan menjual harga tinggi untuk barang berkualitas rendah. Lagi pula pedagang yang memiliki cara berpikir Jawa tidak akan nuthuk rega (menipu dengan harga tinggi). Penipuan berbentuk nuthuk rega akan mengecewakan para pembeli dan menjauhkan pedagang dengan pelanggannya. Orang Jawa meyakini bahwa perbuatan menipu orang lain

merupakan tindakan negatif. Dengan berbekal kesadaran bahwa nandur bakal ngundhuh "menanam akan memetik" atau ngundhuh wohing pakarti "memetik buah perbuatan", sikap dan perilaku orang Jawa sesungguhnya dikendalikan oleh cahaya hati nurani untuk menjauhi perbuatan nistha.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2007) metode kualitatif adalah proses penyelidikan pemahaman berdasarkan tradisi metodologi yang berbeda dari penyelidikan yang mengeksplorasi masalah sosial atau manusia. Peneliti membangun kompleksitas, gambaran holistik, menganalisis data, melaporkan pandangan rinci dari informasi dan melakukan penelitian di lingkungan.

Pendekatan Penelitian

Dari latar belakang penelitian ini, permasalahan yang ditetapkan adalah bagaimana praktek akuntansi di kalangan pedagang keliling yang berbasis budaya, yang notabene tidak memiliki latar belakang pendidikan akuntansi, dan implementasi dari praktek akuntansinya dipengaruhi oleh latar belakang budaya yang berkembang di masyarakat. Karena itu penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan Etnografi yang rasional dan bertujuan untuk mengeksplorasi lebih hal hal yang berkaitan dengan praktek akuntansi yang berkembang di masyarakat.

Etnografi secara umum adalah menuliskan kembali apa yang terjadi pada masyarakat. Sehingga etnografi

sendiri tidak terlepas dari kebudayaan yang berkembang di mana di dalam prosesnya akan melibatkan, kelompok, orang-orang, lembaga dan masyarakat (Mulyana, 2001). Penelitian yang menggunakan pendekatan etnografi sendiri seringkali dapat mengungkapkan fenomena fenomena yang ada di masyarakat. Etnografi membangun teori kebudayaan atau penjelasan tentang bagaimana orang berpikir, percaya, dan berperilaku yang disituasikan dalam ruang dan waktu setempat.

Metode penelitian etnografi sendiri, dapat dikatakan cukup jarang dilakukan dalam bidang akuntansi. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Dey, (2001), etnografi sendiri masih dianggap kontroversi untuk mengeksplorasi bidang akuntansi. Hal ini dikarenakan diperlukan pengujian empiris terhadap uji kritis yang dijalankan. Selain itu penelitian studi empiris yang masih kurang dilakukan dengan metode etnografi dalam literatur akuntansi membuat para peneliti cukup lama memperdebatkan metode ini. Tetapi dijabarkan lebih lanjut oleh Dey (2001), bahwa pengalaman etnografis sendiri dapat menjabarkan bentuk-bentuk baru akuntansi yang berkembang. Tidak serta merta standarisasi praktek akuntansi dapat berpengaruh langsung ke setiap aspek budaya di kehidupan masyarakat, tetapi justru dengan pendekatan etnografis ini, dapat ditemukan pendekatan baru dalam bidang akuntansi.

Teknik Pemilihan Informan dan Tempat

Menurut Spradley (1997) ada lima syarat minimal untuk memilih

informan dalam penelitian etnografi, yaitu:

1. Enkulturasasi penuh, informan mengetahui budaya miliknya dengan baik.
2. Keterlibatan langsung
3. Suasana budaya yang tidak dikenal, biasanya akan semakin menerima tindak budaya sebagaimana adanya, dan tidak akan basa-basi
4. Memiliki waktu yang cukup
5. Non analitis artinya informan menggunakan bahasa, cara, sudut pandang mereka sendiri tanpa ada penyesuaian dengan etnografer.

Tentu saja, lima syarat ini merupakan idealisme, sehingga kalau peneliti kebetulan hanya mampu memenuhi dua sampai tiga syarat pun juga sah-sah saja. Apalagi, ketika memasuki lapangan, peneliti juga masih menduga-duga siapa yang pantas menjadi informan yang tepat sesuai penelitiannya.

Dalam penelitian ini, yang selama prosesnya menekankan pada subjektifitas dan pengungkapan inti dari pengalaman dengan sebuah metodologi yang sistematis. Obyek penelitian yang akan diteliti disini adalah para pedagang keliling di kota Semarang. Sedangkan kategori selanjutnya adalah kategori usaha kecil adalah usaha dengan jumlah dan volume produksi memiliki kapasitas yang lebih besar. Sehingga pelaku usaha dapat memproduksi sendiri kripik tempe dan dalam proses penjualannya mereka sudah dapat menjual dalam toko mereka sendiri yang pada umumnya merupakan bagian dari rumah mereka. Dan kategori selanjutnya adalah kategori usaha besar, di mana dalam volume produksi dan

penjualan sudah mencapai kepada tingkat yang lebih besar.

Dalam skala ini para pelaku usaha sudah cukup stabil dalam memproduksi dengan kapasitas industri. Selain itu volume penjualan yang sangat tinggi, hingga memungkinkan para pelaku usaha melakukan ekspor ke luar negeri. Dalam pemetaan lokasi penjualan, para pelaku usaha kripik tempe dalam skala besar dapat memiliki bangunan tersendiri untuk melakukan penjualan dan juga di lokasi strategis seperti di pinggir jalan raya.

Pemberian kategori terhadap informan akan mempermudah penelitian dalam mengobservasi interaksi budaya dan praktek akuntansi yang terjadi dalam industri kripik tempe, yang merupakan makanan khas kota Malang. Selain itu pembagian kategori ini dimaksudkan pula untuk mengetahui perkembangan industri tersebut.

Memilih Informan

Pada akhirnya peneliti memilih lima informan dari pelaku/pedagang keliling di beberapa lokasi. Teknik pemilihan informan dilakukan dengan melalui pendekatan snowball. Terdapat lima pedagang yang menjadi informan dalam penelitian ini. Hal tersebut didasarkan oleh usia dan media yang digunakan. Hal ini berkaitan dengan lokasi dari para pedagang menjual dagangannya.

Penelitian ini dilakukan secara observasi yang dilakukan peneliti memakan waktu seminggu untuk semua informan yang dipilih oleh peneliti. Saat peneliti masih dalam pencarian informan, peneliti sendiri masih menemukan kesulitan antara

lain dikarenakan sikap skeptisme dari pedagang dalam proses penelitian ilmiah, walaupun penelitian ilmiah dan wawancara dilakukan di pingir jalan.

HASIL PENELITIAN

Inti dari keseluruhan penelitian etnografis adalah penentuan makna budaya yang terkandung di dalamnya. Penentuan makna tersebut dapat ditemukan melalui domain atau kategori simbolik apa pun yang mencakup kategori-kategori lain. Sehingga kita dapat mengetahui pencakupan makna berdasarkan informasi yang diberikan. Salah satu domain yang cukup signifikan akan mengarahkan peneliti dalam menentukan fokus penelitian sementara. Dalam hal ini domain yang muncul ke permukaan secara mencolok adalah sikap nrimo/iklas yang sedikit banyak merupakan penggambaran dari masyarakat.

Praktek Akuntansi dan Perilaku Para Pedagang Keliling

Semua pedagang keliling dapat dikategorikan menjadi usaha mikro kecil. Pedagang keliling yang menjadi informan peneliti sangat diwarnai oleh budaya yang berkembang di dalam kehidupan sehari-hari dan mempengaruhi aspek usaha termasuk di dalamnya praktek akuntansi. Disertai dengan saratnya budaya kekeluargaan dan tingginya tingkat kepercayaan, membuat kesadaran akan praktek akuntansi sangat kurang di sebagian besar para pedagang. Kenyataan tersebut sangat mencolok ketika peneliti menanyakan praktek akuntansi yang dijalani, dan tidak ada satu pun informan yang memahami praktek akuntansi semacam apa yang

dimaksudkan oleh peneliti. Sehingga peneliti harus menjabarkan lebih rinci gambaran praktek akuntansi yang dimaksud, seperti pencatatan transaksi, pengakuan modal serta asset pemilik.

Para pedagang mengaku tidak melakukan praktek akuntansi apapun dalam usaha yang dijalankannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan yang mendasari, contohnya adalah merasa tidak praktis dalam penggunaannya. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Wati yang menjual dagangannya menggunakan motor sebagai berikut:

“...wah ya ndak sempet mas saya nyatet-nyatet begitu. Soalnya wis kebiasaan juga. mbiyen sempet mas saya nyatet, kayak berapa ongkos, untung dan segala macam. Tapi makin kesini kok makin ribet, ya sudah enggak saya teruskan lagi.”

Peneliti sempat berasumsi jika sebuah usaha masih kecil dan hanya ditangani sendiri maka tidak terlalu dibutuhkan pencatatan yang memadai. Karena yang bertanggung jawab si pedagang yang sekaligus pelaku dan pemilik jaga. Seperti yang dikatakan Ibu Murni yang menjajakan dagangannya menggunakan mobil bak terbuka yang dikasih terpal di atasnya,

“... Saya enggak pake catetan mas, orang ini yang jualan kan cuma saya sama suami saya. Lagipula perputaran uangnya kan cepet sekali mas, kalau misalnya mau nyatet uang keluar, uda ada pemasukan lagi. Terus mau nyatet uang masuk, uda habis aja jadi modal. Jadi ya ndak sempet mas....”

Dalam penelitian sebelumnya, praktek akuntansi dalam rumah

tangga maupun usaha mikro terbagi menjadi dua yaitu, akuntansi dengan tulisan dan akuntansi tanpa tulisan. Maka hal tersebut juga menjadi acuan peneliti dalam mengklasifikasikan praktek akuntansi yang dilakukan oleh para pedagang keliling tersebut.. Yang selanjutnya peneliti menemukan bahwa praktek akuntansi tanpa catatan lebih menonjol dibandingkan dengan akuntansi dengan catatan,

Jacob dan Kemp (2002) menyatakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberadaan akuntansi pada usaha mikro, dalam studi kasusnya di Bangladesh. Terdapat empat faktor yang dijabarkan untuk menjelaskan ketiadaan maupun keberadaan akuntansi di Bangladesh yaitu pertama ketiadaan permintaan institusi atau negara mengenai bentuk akuntansi pada usaha mikro. Kedua tingkat melek huruf yang masih rendah di Bangladesh. Ketiga, orientasi bisnis usaha mikro yang masih cenderung berbasis kas sehingga cenderung membatasi penggunaan akuntansi. Keempat budaya masyarakat yang kental akan rasa percaya dan menjunjung tinggi kepercayaan yang diberikan kepadanya membuat akuntansi menjadi tidak berguna.

Akuntansi yang terdapat pada para pedagang keliling di sebagian kota Semarang memang tidak dapat terdeteksi secara gamblang. Meskipun begitu, jika dilakukan pendekatan yang lebih mendalam, keberadaan akuntansi secara sederhana akan dapat dilihat. Walaupun secara konteks, seperti pencatatan maupun pembukuan dan pelaporan tidak ada, tetapi hal-hal dalam pemenuhan tujuan akuntansi seperti pemenuhan informasi untuk

mengambil keputusan, dan kontrol internal (walaupun lemah) telah dilakukan oleh para pedagang.

Tetapi sebagaimana yang diungkapkan Syariati (2012), keberadaan akuntansi pada usaha mikro dapat muncul dalam bentuk lain seperti akuntansi dalam ingatan. Sebagian besar pedagang keliling disemarang melakukan praktek akuntansi sederhana yang dilakukan tanpa catatan. Pada pedagang keliling, hal ini terbukti dengan bagaimana para pelaku usaha menentukan harga jual dan kebijakan akuntansi yang mereka terapkan untuk bisnis mereka.

Penerapan harga jual dan volume penjualan setiap hari para pedagang keliling dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu (1) total biaya bahan baku (biaya yang dikeluarkan untuk membeli stock) dan tenaga kerja langsung, (2) harga yang menyesuaikan permintaan pasar, dan (3) biaya kebutuhan keluarga sehari-hari. Ketiga faktor tersebut diperhitungkan secara sederhana oleh para pedagang keliling. Mengingat dengan latar belakang pendidikan informan yang tidak memahami penerapan akuntansi pada umumnya dan melakukan praktek akuntansi berdasarkan ingatan dan kebiasaan.

Faktor pertama, yaitu perhitungan harga jual berdasarkan total biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Dari kelima informan, peneliti menemukan bahwa mereka memahami perhitungan biaya secara total, bukan secara satuan. Para informan dapat menjelaskan secara rinci berapa jumlah uang yang mereka belanjakan untuk memenuhi biaya bahan baku, tetapi secara general. Lalu, faktor yang kedua, harga yang

menyesuaikan permintaan pasar, dalam menentukan takaran akan menyesuaikan dengan selera konsumen sehingga akan mendapatkan pelanggan yang lebih banyak. Sehingga secara tidak langsung, konsumen juga mengambil peran dalam menentukan informasi yang dibutuhkan oleh para pedagang. Memang tidak ada catatan yang dibuat, tetapi intuisi bisnis dan kebiasaan menjadi patokan utama dalam mengambil keputusan. Sedangkan, pada faktor yang ketiga akan mempengaruhi jumlah produksi untuk memenuhi kebutuhan biaya keluarga setelah dikurangi dengan harga pokok produksinya.

Walaupun pada awalnya informan mengaku jika tidak melakukan praktek akuntansi, tetapi sebenarnya para pengusaha mikro tersebut telah melakukan praktek akuntansi dalam bentuk yang paling sederhana. Seperti yang diungkapkan oleh Alvarez, et al. (2005) dalam studi kasusnya pada perusahaan kecil Medina Garvey SA, ditunjukkan bahwa praktek akuntansi tidak serta merta dipraktekan sempurna sesuai dengan ketentuan akuntansi yang berlaku, melainkan bertahap. Sehingga ketika perusahaan tersebut sudah bertahan sekian tahun lamanya, penyesuaian dalam bidang akuntansi pun akan terjadi. Melihat hal tersebut, maka wajar dalam perkembangannya akuntansi yang dipraktekan oleh pedagang keliling masih dalam bentuk yang sederhana.

Dalam tingkatan bisnis yang lebih tinggi, praktik akuntansi yang tidak sesuai dapat menimbulkan asimetri informasi. Pada umumnya akan ada salah satu pihak yang

dirugikan oleh asimetri informasi khususnya pada internal perusahaan, dan sebagian besar pihak yang dirugikan adalah pihak pemilik. Asimetri informasi merupakan pembahasan terakhir dalam bidang teori keagenan yang memfokuskan pada masalah-masalah yang ditimbulkan oleh informasi yang tidak lengkap, yaitu ketika tidak semua keadaan diketahui oleh kedua belah pihak dan sebagai akibatnya, ketika konsekuensi-konsekuensi tertentu tidak dipertimbangkan oleh masing-masing pihak yang bersangkutan. Misalnya, pihak pemilik perusahaan mungkin tidak mengetahui preferensi manajer perusahaan sehingga tidak sulit bagi keduanya untuk melakukan kepentingan perhitungan yang telah disebutkan sebelumnya (Deegan, 2004). Tetapi pada penelitian ini, asimetri informasi yang terjadi pada internal pedagang keliling itu tidak ditemukan. Hal ini disebabkan karena lingkup usaha yang kecil dan juga keterbukaan yang ditunjukkan oleh semua pelaku usaha, mengenai transaksi yang mereka lakukan. Seperti yang terjadi pada pedagang yang biasa berkeliling pake motor yang namanya pak Trisno.

Pak Trisno: Bu... bungkuse plastik kresek telas.. niki kulo tak tumbas teng warungan ngajeng ngeh?

Pembeli: Aku sing tuku kang... aku yo arep sisan tuku banyu aqua galon nang warung ngarep..

Pak Trisno: ngeh mpun nek mboten ngrepoti ini yotrone (sambil memberikan selempang uang pecahan Rp 50.000,-)

Setelah beberapa saat...

Pembeli: iki plastik kresek sak bungkus ya kang... susuke iseh

nang warung, jare pelayan
 warung durung ono duwit sing
 ngo nyusuki
 Pak Trisno: ngeh mpun mboten
 nopo nopo, mbenjang njeh
 ketemu maleh kok.....

Hal tersebut sering menjadi
 pemandangan sehari-hari dan
 interaksi yang sudah biasa terjadi
 dalam praktiknya di lapangan. Satu-
 satunya kontrol internal adalah
 kepercayaan yang tumbuh satu sama
 lain di antara pekerja dan pemilik.
 Budaya kekeluargaan yang kental
 seakan menghilangkan prasangka,
 maka dari itu asimetri informasi
 jarang ditemui, karena antara
 komponen usahanya tidak ada
 batasan, antara pemilik dan
 karyawan hanyalah sebatas status.
 Memang kurangnya kesadaran turut
 mempengaruhi praktek akuntansi
 yang ada di dalam usaha pedagang
 keliling. Tetapi bukanlah hal yang
 tidak mungkin jika praktek
 akuntansi yang benar akan dapat
 dipraktekkan oleh para pedagang.
 Hanya saja diperlukan suatu pemicu
 yang dapat membuat para pedagang,
 menyadari pentingnya melakukan
 praktek akuntansi yang sesuai.

Pengambilan Keputusan, Akuntansi dan Budaya

Tentu saja informasi ekonomi
 yang didapat dari praktek akuntansi,
 walaupun dalam bentuk paling
 sederhana akan mempengaruhi
 pengambilan keputusan pemilik
 usaha / pedagang. Peran akuntansi
 sendiri adalah memberikan informasi
 berkaitan dengan peristiwa-
 peristiwa di masa lalu. Dan tidak
 dengan sendirinya akan mengubah
 keadaan atau suatu kejadian, kecuali
 terdapat proses pengambilan
 keputusan yang akan mempengaruhi
 kebijakan dengan konsekuensinya

dengan kejadian di masa depan.
 Karena pengambilan keputusan dan
 informasi akuntansi berada dalam
 fokus waktu yang berbeda, maka
 proses pengambilan keputusan
 dilakukan dengan menggunakan
 data akuntansi tertentu yang
 didukung oleh informasi non-
 keuangan lainnya (Ikhsan dan Ishak,
 2005).

Seperti yang diungkapkan oleh
 Ikhsan dan Ishak (2005),
 pengambilan keputusan pada para
 pedagang walaupun terbatas,
 dipengaruhi oleh informasi ekonomi
 yang dimiliki dan juga informasi
 non-keuangan lainnya. Termasuk di
 dalamnya budaya yang hidup dalam
 masyarakatnya. Tradisi menjadi
 salah satu penentu keputusan yang
 diambil dalam usaha. Dan juga
 interaksi antara masyarakatnya juga
 menjadi faktor yang perlu
 dipertimbangkan dalam
 pengambilan keputusan para
 pedagang tersebut.

Dalam interaksinya, budaya
 dan karakteristik masyarakat sangat
 berpengaruh dalam pengambilan
 keputusan. Seperti yang
 digambarkan dalam penentuan harga
 jual, sering kali harga jual
 terpengaruh oleh pembeli dan juga
 persaingan. Seperti yang
 diungkapkan oleh Zashabila (2012),
 yang dalam penelitiannya
 memahami praktek manufaktur pada
 tukang bakso, bahwa usaha mikro
 merupakan salah satu contoh dari
 pasar persaingan sempurna, di mana
 jumlah penjual dan pembeli sama-
 sama banyak.

Hal tersebut menandakan
 bahwa, walaupun jenis pasarnya
 persaingan sempurna, tetapi pada
 praktiknya, para pedagang masih
 memegang rasa persaudaraan.
 Terdapat salah satu makna budaya

yang terkandung dalam usaha kekeluargaan seperti yang digambarkan oleh ibu Intan tersebut. Yaitu masing-masing pedagang dengan latar belakang agama Islam, percaya bahwa memang rejeki adalah sesuatu yang diatur oleh Allah SWT. Dalam wawancara sering sekali informan menekankan hal tersebut.

“...Kita memang nyari untung mas, apalagi buat hidup dengan kebutuhan keluarga yang banyak dan harga barang-barang juga makin banyak. Tapi, asal kita usaha, semua orang pasti ada rejekinya masing-masing..” kata ibu Parmi, yang biasa mangkal di perumahan didaerah ngaliyan.

“... ya cukup ga cukup mas. Alhamdulillah sih kalau saya untung segitu udah apa ya udah Alhamdulillah sekali mas,, memang rejekinya segitu yang dikasi Allah, semuanya disyukuri aja..”Ibu Ranti pedagang keliling didaerah manyaran/

Nilai religius yang terkandung di dalamnya membuat praktik akuntansi yang memang dilakukan secara tradisional akan mempengaruhi. Kreatifitas menjadikan salah satu hal terpenting dalam mempertahankan usaha dan pengambilan keputusan. Salah satu budaya yang mereka pertahankan hingga kini adalah memegang identitas sebagai pedagang keliling dikota Semarang. Walau dengan pengetahuan yang terbatas, terutama untuk masalah bisnis dan pengelolaan di dalamnya, mereka akan terus berkembang dengan menggunakan pengalaman yang telah mereka jalani selama bertahun-tahun. Sehingga interaksi antara

budaya, bisnis, dan praktik akuntansi tumbuh dengan harmoni yang sesuai dan saling mendukung satu sama lain.

KESIMPULAN

Setelah melakukan pemaparan dari hasil penelitian dan analisis data dari wawancara dengan informan, sesuai dengan rumusan penelitian yang diajukan di awal, penelitian ini dapat menarik beberapa kesimpulan antara lain: Diakui oleh informan jika mereka tidak melakukan praktek akuntansi karena terkendala oleh berbagai macam faktor. Antara lain kurangnya kesadaran akan pentingnya mereka mempraktekan akuntansi pada bisnisnya. Mereka menganggap hal tersebut sangat merepotkan, saat di sisi lain mereka juga harus memikirkan bagaimana produksi dari usahanya akan terus berkembang. Tetapi, tidak dapat dipungkiri jika praktek akuntansi, tanpa mereka sadari telah dilakukan. Mereka melakukan praktek akuntansi berdasarkan ingatan dan pengalaman, sehingga menjadi terbiasa.

Selain itu, tujuan dalam penyajian informasi yang dibutuhkan oleh pihak internal dapat dipenuhi. Walaupun dalam bentuk paling sederhana dan tidak sesuai dengan akuntansi pada umumnya. Hal ini disebabkan karena pemilik usaha dan seluruh komponen di bawahnya turun tangan secara langsung dan bersama-sama dalam menjalankan usahanya.

Hal ini lah yang menggambarkan bentuk praktek akuntansi yang terpengaruh oleh tema budaya dan karakteristik masyarakat. Mereka tidak akan berfokus, bagaimana mencari laba

sebesar-besarnya. Tetapi yang mereka cari adalah bagaimana memenuhi kebutuhan keluarga dengan cara mengolah dan menjual. Selain itu walaupun tingkat persaingan yang sangat tinggi, mereka dapat menangani hal tersebut dengan bijak dan percaya bahwa nilai-nilai religius akan membantu dalam usaha mereka.

Daftar Pustaka

- Alvarez, C., Dardet, E., Juan, BS. (2007). *Accounting Change At A Small Business: The Case of Medina Garvey, SA* (1963-1968). Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Sevilla, Spanyol.
- Armando, Z.R. (2014). *Eksplorasi dan Remodelling Akuntansi Pada Usaha Mikro Dan Kecil (UMK)*. Skripsi. Malang: Program Sarjana Universitas Brawijaya.
- Bani, M. P., Ronny H.M. (2010). *Succession Plan dengan Familywned Enterprise(FOE) Pada Perusahaan Pertambakan*. Agora Vol. 1, No 3 (2013). Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra.
- Chariri, A. (2009). *Financial Reporting Practice as A Ritual: Understanding accounting Within Institutional Framework*. Prosiding Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- Chow, C.W., Harrison, G.L., McKinnon, J.L. and Wu, A. (2002). *The Organizational,Culture of Public Accounting Firms: Evidence from Taiwanese Local & US Affiliated Firm*. Accounting, Organizations & Society, 27(4/5): 347-61.
- Creswell, J.W. (2007). *Qualitative Inquiry and research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publication Inc.
- Deakins, D., Logan, D., and Steele, L. (2001). *The Financial Management in Small Enterprise*. The Association of Chartered Certified Accountant, London, UK.
- Deegan, C. (2004). *Financial Accounting Theory*. Australia: McGraw-Hill Australia Pty Limited.
- Dey, C. (2001). *The Use of Critical Ethnography as An Active Research Methodology*. Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 15 No. 1, 2002, pp. 106-121.
- Endraswara, S. (2003). *Budi Pekerti dalam Budaya Jawa*. Yogyakarta: Penerbit Hanindita Graha Widya.
- Espa, V. (2011). *Konstruksi Bentuk Akuntansi Keluarga (Pendekatan Hipnometodologi)*. Tesis. Malang: Program Pascasarjana Universitas Brawijaya.
- Finch, N. (2007). *Towards an Understanding of Cultural Influence on the International Practice of Accounting*. Journal of International Business and Cultural Studies.
- Fock, S. T. (2009). *Dynamics of Family Business*. Singapore: Cengage Learning Asia Pte. Ltd.
- Gray, S.J. (1988). *Towards a theory of cultural influence on the development of accounting systems internationally*. Abacus. Vol. 24: 1-15.

- Hofstede, G. (1999). *Cultures and Organization*. McGraw-Hill International (UK) Limited.
- Hopwood, A.G. (2009). Accounting and The Environment. *Accounting, Organizations and Society* 34 (2009) 433– 439.
- Humphrey, M.; Watson, T.J.(2009). Ethnographic practices: from 'writing-up ethnographic research' to 'writing ethnography'. in Ybema, S; Yanow, D; Wels, H; Kamsteeg, F.(ed) *Organizational ethnography: Studying the complexities of everyday organizational life*. London: Sage Publications.
- Ikhsan, A., Muhammad Ishak.(2005). *Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jacob, K., Thomas, Kemp. (2002). Exploring Accounting Presence and Absence: Case Studies from Bangladesh. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*; 2002; 15, 2; ABI/INFORM Complete pg. 143.
- Kanter, R.M., T. Pittinsky (1995). Globalization: A New World for Social Inquiry. *Berkeley Journal of Sociology* 40 (1995-1996) : pg 1-20
- Kato, T. (2005). *Adat Minangkabau dan Merantau dalam Perspektif Sejarah*. Terjemahan Gusti Asnan dan Akiko Iwata. Jakarta: Balai Pustaka
- Kozan, M.K., Dolun O., Onur O. (2012). Owner Sacrifice and Small Business Growth. *Journal of World Business* 47 (2012) 409–419.
- Liem, Thomas Tjoe. (2007). *Rahasia Sukses Bisnis Etnis Tionghoa di Indonesia*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Naim, M. (1979). *Merantau: Pola Migrasi Suku Minangkabau*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Neuman, W.L., (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 7th Edition. Wisconsin: Pearson.
- Novares I., Dilami, Z. D. (2007). The Impact of Culture on Accounting: Does Gray's Model Apply to Iran?. *Review of Accounting and Finance*, 6, 3, 254-272.
- Purwadi.(2008). *Sejarah Sastra Jawa Klasik*. Yogyakarta: Panji Pustaka.
- Raharjo, A.P., Ari Kamayanti. (2013). *The Implementation of Household Accounting in Families Owning Micro Scale Businesses*. *Simposium Nasional Akuntansi* 17, 2014. Mataram.
- Saokko, P. (2003). *Doing Research in Cultural Studies; An Introduction to Classical and New Methodological Approaches*. London: Sage Publication.
- Songini, L., et al. (2013). *Accounting and Control for Sustainability*. Ebook. Emerald Group Publishing Limited. ISBN 9781780527673
- Spradley, J.P. (1997). *The Ethnographic Interview*. Terjemahan: Misbah Zulfa Elizabeth. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.
- Young, M. (2013). *Cultural Influences on Accounting and Its Practices*. Senior Thesis. Honors Program of Liberty University.
- Zalshabila, S. (2012). *Javanese Price Setting: Refleksi Fenomenologis Harga Pokok Produksi Pedagang Bakso di*

Kota Malang. Skripsi. Malang:
Program Sarjana Universitas

Brawijaya

