

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Akuntansi adalah produk sosial atau produk budaya yang tercipta dari konsep-konsep pemikiran manusia yaitu hasil dari perpaduan dari cipta, rasa dan karsa manusia. Dengan begini akuntansi adalah anak budaya masyarakat dimana akuntansi itu di praktikan dalam masyarakat di kehidupan sehari-hari.

Lebih lanjut Hopwood (1994) dalam menjelaskan bahwa akuntansi bukan merupakan karunia yang secara otomatis menjadi sesuatu yang sangat signifikan sebagaimana tampak di mata publik saat ini Wiyarni (2013). Menciptakan, memelihara dan merubah domain dari ilmu akuntansi.

Pernyataan yang senada dikatakan oleh Triyuwono (2009) bahwa akuntansi merupakan praktik diskursif, ia (akuntansi) mempengaruhi penggunaanya (*users*), begitu pun sebaliknya *users* (masyarakat bisnis) juga mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi akuntansi sebagai instrument bisnis.

Bisa disimpulkan bahwa apa saja yang mempengaruhi masyarakat juga ikut mempengaruhi konsep-konsep akuntansi sampai pada tingkat praktiknya. Pernyataan diatas tentang akuntansi, pada penelitian ini peneliti ingin menelusuri kejadian-kejadian kehidupan sehari-hari yang mempengaruhi penyusunan konsep-konsep akuntansi sebagai instrumen bisnis.

Perilaku masyarakat pasti memiliki nilai yang digunakan sebagai landasan hidup orang-orang yang mempraktikkannya. Adapun yang akan di teliti lebih lanjut oleh peneliti adalah bagaimana basis nilai spiritual seperti nilai estika, nilai moral, nilai religious dan nilai kebenaran Ilmu Pengetahuan yang dipahami oleh pedagang di pasar tradisional mempengaruhi konsep-konsep akuntansi.

Fenomena yang ada pada saat ini Kondisi pasar tradisional di PagarAalam agak sedikit memperhatikan dikarenakan munculnya pasar modern seperti supermarket, minimarket dan lain sebagainya. Dengan kemunculan pasar modern ini lebih menjadi pilihan utama masyarakat tertentu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Pasar tradisional ini kalau dibandingkan pasar modern jauh lebih unggul seperti diruang/digedung yang nyaman, bersih, sejuk dengan pelayang yang ramah tidak seperti pasar tradisional dengan suasana yang panas sumpek becek sehingga konsumen lebih tertarik berbelanja di pasar modern.

Hal ini menyebabkan para pedagang mengalami penurunan omset penjualan serta keuntungan yang didapatkan oleh para pedagang tradisional juga menurun dan nilai-nilai spiritual yang dijadikan landasan hidup para pedagang mengalami pergeseran dari sifat kekeluargaan menjadi individual.

Peneliti memiliki pemaknaan yang serupa dengan Wiyarni (2013), Subiyantoro dan Triyuwono (2004) atas akuntansi bahwa ia (akuntansi) adalah realitas yang dikonstruksi secara sosial, sehingga praktik akuntansi tidak dapat dipisahkan dengan konteks budayanya. Sebagai realitas yang dikonstruksi secara

sosial, para aktor dalam pasar tradisional juga dapat mengonstruksi konsep-konsep akuntansi yang sesuai dengan nilai-nilai yang terinternalisasi dalam diri para pedagang yang kemudian dijadikan sebagai satu landasan hidup.

Konstruksi sosial juga terjadi dalam proses pembentukan ilmu pengetahuan, sebagaimana yang dijelaskan oleh Subiyantoro dan Triyuwono:

“Akuntansi seperti ilmu-ilmu yang lain merupakan ilmu pengetahuan yang juga merupakan hasil dari konstruksi masyarakat..., ilmu akuntansi dalam masyarakat kapitalis merupakan hasil jaringan kerja yang dibentuk oleh relasi-relasi kapitalisme untuk membentuk sistem akuntansi kapitalistik yang merupakan instrumen penting dalam dunia bisnis.” (Subiyantoro dan Triyuwono, 2004).

Nilai-nilai yang dijadikan landasan hidup para pedagang di pasar tradisional kurang, bahkan sangat jarang masyarakat ketahui. Pola kompetisi bisnis modern turut berperan serta dalam terciptanya kondisi ini. Meskipun pasar tradisional tidak “mati”, namun menjamurnya pasar modern mempengaruhi kuantitas pembeli (masyarakat) yang berkunjung ke pasar tradisional, khususnya pasar tradisional yang sebagian besar barang yang diperjual belikan bukan hasil pertanian.

Dalam pasar terminal di pagaram ini penerapan nilai-nilai spiritual dalam jual beli pada pasar tradisional sudah mulai menurun hal ini disebabkan oleh omset penjualan serta keuntungan yang didapatkan oleh para pedagang tradisional menurun, sedangkan nilai spiritual dalam perdagangan sangatlah

penting untuk menyertai kegiatan antara penjual dan pembeli dalam berinteraksi dan bertransaksi.

Pengertian Nilai Spiritual itu sendiri ialah nilai yang terdapat dalam kejiwaan manusia yang mencakup nilai estetika, nilai moral, nilai religius dan nilai kebenaran. Nilai spiritual ini juga berfungsi sebagai pedoman perilaku secara konkret.

Nilai spiritual ini cenderung berbentuk abstrak yang merupakan ide atau angan - angan sesuai dengan bidang kehidupan masing - masing baik dalam bentuk nilai moral, nilai estetika ataupun pada nilai - nilai yang bersifat religius. Nilai - nilai spiritual ini akan menjadi pedoman perilaku bagi warga masyarakat.

Dalam wawancara di pasar tradisional tersebut yang menyatakan bahwa kurangnya nilai spiritual dalam berinteraksi misalnya terjadinya tawar menawar di pasar tersebut Tawar-menawar ini tanpa disadari sering kali terjadi unsur penipuan kecil yang bisa mengakibatkan cacatnya transaksi jual beli.

Penjual seringkali saat menawarkan barang kepada pembeli menyebutkan harga dan modal yang tidak pasti. Misalnya seperti si A dan si B melakukan transaksi jual beli tetapi si A dan si B memiliki hubungan kekerabatansaat melakukan transaksi terjadilah tawar menawar tanpa keuntungan. Yang menyebabkan si A mendapat kerugian yang signifikan.

Pasar tradisional di PagarAlam menyimpan banyak keunikan, yang tidak ditemukan di pasar modern. Interaksi yang minim serta proses penetapan harga dihilangkan dan diganti menjadi penetapan harga mati yang berorientasi pada

untung rugi material adalah beberapa ciri dari pasar modern, ciri tersebut memperkuat eksistensi masyarakat individualis.

Telah banyak penelitian tentang pasar tradisional, kajian yang dilakukan oleh Andriani dan Ali (2013) dengan menggunakan metode campuran meneliti modal sosial di pasar tradisional PagarAlam, memberikan satu kesimpulan bahwa dari banyak variabel penentu eksistensi pasar tradisional seperti sarana dan prasarana, pendapatan pedagang, regulasi perda, kualitas barang, dan modal sosial, dapat disimpulkan bahwa variabel kunci sebagai penentu eksistensi pasar tradisional terletak pada modal sosial (kepercayaan, norma, dan proses tawar-menawar).

Kesimpulan ini menggambarkan definisi lebih luas tentang pasar tradisional. Ia tidak hanya dilihat sebagai arena pemenuhan kebutuhan fisik, namun juga merupakan ruang publik yang memberi kesempatan kepada masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain. Pasar tradisional dalam pemaknaan ini lebih sesuai dengan kebutuhan manusia, baik dari kebutuhan ekonomi dan juga sosialisasi.

Kajian ini juga memperkuat pernyataan bahwa fungsi pasar tradisional sesungguhnya lebih sesuai dengan kebutuhan manusia sebagai makhluk multidimensi, salah satunya dimensi sosial. Pengabaian terhadap fungsi sosial-kultural pasar akan melahirkan bentuk-bentuk pasar modern yang bernuansa kapitalistik, yang lebih menonjolkan kenyamanan fisik bangunan, kemewahan,

kemudahan, dan kelengkapan fasilitas namun menampilkan sisi lain yang individualistis dingin.

Kajian tentang pasar tradisional dari perspektif akuntansi telah dilakukan oleh Wiyarni (2013). Ia telah menemukan nilai-nilai akuntansi pedagang di pasar tradisional Jawa yang sangat jauh berbeda dengan nilai akuntansi konvensional. Nilai-nilai akuntansi pedagang sangat dipengaruhi oleh budaya lokal Jawa. Misalnya, prinsip *sak madya* yang artinya tidak berlebihan dalam memberi perlakuan terhadap kekayaan fisiknya.

Implikasi dari *sak madya* ini tampak padacara pedagang yang hanya mencatat dan melaporkan hal-hal yang mereka anggap penting. Seperti, hal-hal yang kemungkinan menimbulkan konflik dan mengganggu kelancaran bisnis mereka. Pedagang hanya mencatat pesanan dari pembeli, barang dagangan yang habis, dan transaksi non tunai dengan pemasok.

Prinsip *sak madya* ini pun tercermin dari perilaku pedagang yang tidak mencatat, bahkan tidak menghitung atau melaporkan laba mereka. Laba menurut pedagang tidak hanya diukur dari uang, tetapi juga relasi, persaudaraan, dan kerukunan.

Prinsip lainnya yang ditemukan oleh Wiyarni adalah, *nrimo ing pandum* (menerima dengan ikhlas apa yang diterima) dan *among roso* (menjaga diri agar tidak menyakiti orang lain baik dalam perilakumaupun dalam tutur kata). Ketiga prinsip tersebut (*sak madya*, *nrimo ingpandum*, dan *among roso*) merupakan

kearifan para pedagang tradisional dalam menjalankan praktik akuntansi mereka (Wiyarni, 2013).

Dari berbagai macam pedagang yang ada di pasar tradisional ini saya mengambil salah satu contoh pedagang sayur Dalam pasar tradisional di PagarAlam yang terkait terhadap konsep dan praktik akuntansi, ketika konsumen berbelanja sayuran seharga Rp 3.500,00 dan membayar dengan uang Rp 5.000,00 maka selisih sebesar Rp 1.500,00 akan dikembalikan pada konsumen dengan diganti barang lain seperti mengganti dengan mengambil bawang, tomat atau kebutuhan lainnya yang sama sebesar selisih. Dalam pasar modern seperti supermarket, ketika konsumen berbelanja sayuran seharga Rp 3.500,00 dan membayar dengan uang Rp 5.000,00 maka akan diperlakukan :

1. Uang kembalian Rp 1.500,00 diberikan berupa permen.
2. Jumlah pembelian konsumen dibulatkan menjadi Rp 5.000,00.
3. Tidak diberikan kembalian sama sekali, tanpa diberi keterangan. Praktik tersebut terjadi karena pecahan Rp 10,00, Rp 25,00, Rp 50,00 Rp 500 susah dicari, dan bahkan sudah menjadi barang langka. Secara individual, konsumen merasa jumlah Rp 1.500,00 tidak material sehingga membiarkan praktik tersebut terjadi.

Bagi kasir frekuensi selisih menjadi tinggi, dan terjadi dalam rentang waktu sehari, sebulan, dan bahkan setahun maka akan menjadi cukup material. Surya Swalayan merupakan pedagang yang cukup, berkembang dan ramai di daerah PagarAlam, dengan jumlah pembelian yang cukup banyak sangat

memungkinkan terjadi selisih antara kas dengan penerimaan yang cukup material. Secara substansial penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti memiliki karakteristik yang sama dengan penelitian Wiyarni (2013).

Kesamaannya terletak pada informan, yaitu pedagang pasar tradisional, dan juga fokus kajian, yakni mengenai nilai-nilai yang mengkonstruksi praktik akuntansi pedagang. Jika Wiyarni (2013) telah menemukan kearifan lokal budaya Jawa, yang akan ditelusuri oleh peneliti adalah berkenaan dengan nilai-nilai spiritual yang mendasari konsep dan praktik akuntansi pedagang pasar tradisional.

Meskipun nilai-nilai kearifan lokal yang berkembang bukanlah tidak mungkin telah banyak diwarnai oleh ajaran agama mereka (Djakfar, 2012). Hal inidimungkinkan terjadi sebab dalam masyarakat terjadi sebuah dialektika yang menghasilkan suatu konsensus nilai yang menjadi panduan hidup masyarakat.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“KETERKAITAN NILAI-NILAI SPRITUAL PEDAGANG PASAR TRADISIONAL TERHADAP KONSEP DAN PRAKTIK AKUNTANSI”** .

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini difokuskan pada rumusan masalah berikut: Bagaimanakah keterkaitan nilai-nilai spiritual terhadap konsep dan praktek akuntansi untuk pedagang pasar tradisional

1.3 Ruang lingkup penelitan

Penelitian ini berfokus pada nilai-nilai spiritual pedagang pasar tradisional yang mengonstruksi pemahaman mereka mengenai konsep dan praktik akuntansi, khususnya konsep laba, konsep modal, serta pola transaksi.

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah memaknai nilai-nilai spiritual yang menyusun konsep dan praktik akuntansi, konsep akuntansi yang dimaksud hanya berfokus pada konsep laba, konsep modal serta pola transaksi pedagang pasar tradisional.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan pengetahuan bagi akademis, mengenai hasil penguatan teori dan menambah wawasan wawasan dibidang akuntansi khususnya ilmu perilaku terutama bagi pasar tradisional.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat Bagi pasar tradisional di PagarAlam danMemberikan edukasi kepada pelaku usaha atau yang bersinggungan dengan hal tersebut tentang bagaimana membangun usaha yang seimbang melalui pengelolaan produk, pelayanan jasa, dan pembangun komunikasi bisnis melalui media informasi dan teknologi yang sesuai, hal

tersebut sebagai untuk menjawab tantangan dari perkembangan perekonomian di era pasar terbuka ini melalui kota dan dinas terkait