Volume 8, Nomor 2, Agustus 2017

JAMAL

Jurnal Akuntansi Multiparadigma

JAMAL	Volume 8	Nomor 2	[illegible]	Malang Agustus 2017	[illegible]

SERTIFIKAT

Kementerian Riset dan Teknologi/
Badan Riset dan Inovasi Nasional

RISTEK-BRIN

Petikan dari Keputusan Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Nomor 200/M/KPT/2020
Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode III Tahun 2020
Nama Jurnal Ilmiah

Jurnal Akuntansi Multiparadigma

E-ISSN: 20895879

Penerbit: Jurusan Akuntansi FEB UB dan Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia (MAMI)

Ditetapkan sebagai Jurnal Ilmiah

TERAKREDITASI PERINGKAT 2

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu
Volume 11 Nomor 1 Tahun 2020 sampai Volume 15 Nomor 2 Tahun 2024

Jakarta, 23 Desember 2020
Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Republik Indonesia,

Bambang P. S. Brodjonegoro

Jurnal Akuntansi Multiparadigma

Jurnal Akuntansi Multiparadigma or Journal of Multiparadigm Accounting (JAMAL) has been published since April 2010 by Universitas Brawijaya, and since 2014 has been collaborating with Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia. JAMAL publishes scientific articles and highly appreciates creative and challenging thought to trigger the birth of accounting innovation as well as practices. JAMAL is quarterly issued on April-July, August-November, and December-April. JAMAL also uses LOCKSS system to ensure a secure and permanent archive for the journal. Today, JAMAL is indexed in ASEAN Citation Index (ACI), Directory of Open Access Journal (DOAJ), Google Scholar, Sinta, and under evaluation of Scopus. Since 2015, JAMAL is member of CrossRef, therefore each article will own a DOI (Digital Object Identifier) number. To increase publicity JAMAL can also be found in Mendeley and Academia.Edu. JAMAL is also associated with ALJEBI (Aliansi Pengelola Jurnal Berintegritas Indonesia) to continuously improve its quality.

e-ISSN: 2089-5879 and p-ISSN: 2086-7603

Announcements

Pemenang ULUNG JAMAL 2020

Sehubungan dengan pelaksanaan ULUNG JAMAL 2020, kami mengucapkan terima kasih atas partisipasi seluruh penulis yang telah mengirimkan tulisan pada Jurnal Akuntansi Multiparadigma.

Posted: 2021-01-04 More...

New DOI Prefiks

Journal of Multiparadigm Accounting officially uses a new DOI prefix: 10.21776. This has been started since volume 10 number 3 (2019).

Posted: 2020-01-04

News: Submission to Scopus

Jurnal Akuntansi Multiparadigma has been submit for Scopus evaluation since April 23, 2019. For futher information please follow this link.

Posted: 2019-04-22 More...

More Announcements...

Vol 12, No 3 (2021): Jurnal Akuntansi Multiparadigma (Desember 2021 - April 2022)

Table of Contents

Articles

LOGICAL FALLACY DALAM RISET AKUNTANSI POSITIVISME
Akhmad Riduwan, Andajani Andajani

UNIVERSALISME PERSPEKTIF KHALIFAH UNTUK JIWA AKUNTANSI LINGKUNGAN
Salmah Islamiyah, Sujoko Efferin

RITUAL NYADRAN PRAGMATICS FOR ENVIRONMENTAL MANAGEMENT ACCOUNTING
Whedy Prasetyo

APAKAH TEORI FRAUD PENTAGON RELEVAN DALAM MENDETEKSI PENGGELAPAN PAJAK?
Ayu Fury Puspita, Devi Pusposari, Yuki Firmanto

REVOLUSI AKUNTAN 4.0

About JAMAL

- Aim and Scope
- Editorial Team
- Peer Reviewers
- Management Team
- Publication Ethics
- Copyright Notice
- Visitor Statistic
- History
- Reviewers Acknowledgement

User

Username
Password
Remember me
Login

Information for Author

- Author Guidelines
- Author Guidelines (PDF Version)
- Submissions Guidelines
- Article Template (Indonesian Version)
- Article Template (English Version)
- Author Fees
- Index of Authors

Language

Select Language English
Submit

Tools

- Mendeley User Guide
- Insert Citation using Mendeley

Index

Editorial Team

Editor in Chief

1. Iwan Triyuwono, Universitas Brawijaya, Indonesia

Associate Editor

1. Aji Dedi Mulawarman, Universitas Brawijaya, Indonesia
2. Made Sudarma, Universitas Brawijaya, Indonesia
3. Ali Djamhuri, Universitas Brawijaya, Indonesia
4. Ari Kamayanti, Politeknik Negeri Malang, Indonesia
5. Unti Ludigdo, Universitas Brawijaya, Indonesia
6. Sylvia Veronica Siregar, Universitas Indonesia, Indonesia

International Editorial Board

1. Gugus Irianto, Universitas Brawijaya, Indonesia
2. Mehmet Asutay, Durham University, United Kingdom
3. Sujoko Efferin, Universitas Surabaya, Indonesia
4. Kym Fraser, University of Kurdistan Hewlêr, Iran, Islamic Republic of
5. Tjiptohadi Sawarjuwono, Universitas Airlangga, Indonesia
6. Hadrian Geri Djajadikerta, Edith Cowan University, Australia
7. Abdul Khalid Siti-Nabiha, Universiti Sains Malaysia, Malaysia
8. Terri Trireksani, Murdoch University, Australia
9. Arif Perdana, Singapore Institute of Technology, Singapore
10. Kashan Pirzada, Universiti Utara Malaysia, Malaysia

Managing Editor

1. Jordan Hotman Ekklesia Sitorus, Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia, Indonesia

About JAMAL

- Aim and Scope
- Editorial Team
- Peer Reviewers
- Management Team
- Publication Ethics
- Copyright Notice
- Visitor Statistic
- History
- Reviewers Acknowledgement

User

Username

Password

Remember me

Login

Information for Author

- Author Guidelines
- Author Guidelines (PDF Version)
- Submissions Guidelines
- Article Template (Indonesian Version)
- Article Template (English Version)
- Author Fees
- Index of Authors

Language

Select Language English

Submit

Tools

- Mendeley User Guide
- Insert Citation using Mendeley

Index

People

Peer Reviewers

Indra Bastian, Universitas Gajah Mada, Indonesia

Krismiaji Krismiaji, Akademi Akuntansi YKPN, Indonesia

Hanif Hanif, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Astrie Krisnawati, Universitas Telkom, Indonesia

Jamal Roudaki, Lincoln University, New Zealand

Eka Siskawati, Politeknik Negeri Padang

Fivi Anggraini, Universitas Bung Hatta, Indonesia

Sugiyarti Fatma Laela, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tazkia, Indonesia

Fidiana Fidiana, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, Indonesia

Tri Jatmiko Wahyu Prabowo, Universitas Diponegoro, Indonesia

Salim Darmadi, Otoritas Jasa Keuangan, Indonesia

Harun Harun, University of Canberra, Australia

Sylvia Sylvia, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia, Indonesia

Agus Fredy Maradona, Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

Anis Chariri, Universitas Diponegoro, Indonesia

Hidayatul Ihsan, Politeknik Negeri Padang, Indonesia

Fitra Roman Cahaya, Universitas Islam Indonesia, Indonesia

Ani Wilujeng Suryani, Universitas Negeri Malang, Indonesia

Zulkarim Salampessy, Politeknik Negeri Ambon, Indonesia

Novi Puspitasari, Universitas Jember, Indonesia

Nur Indah Riwajanti, Politeknik Negeri Malang, Indonesia

Muhammad Nur Abdullah Birton, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Muhammad Akhyar Adnan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

Arie Pratama, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Bety Nur Achadiyah, Universitas Negeri Malang, Indonesia

Rangga Handika, Tokyo International University, Japan

Kurnia Ekasari, Politeknik Negeri Malang, Indonesia

Parulian Silaen, University of Wollongong, Australia

Novrida Qudsi Iutfillah, Universitas Wijaya Putra, Indonesia

Masiyah Kholmi, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Yuni Yuningsih, Curtin University, Australia

Nurafni Eltivia, Politeknik Negeri Malang, Indonesia

Dian Purnama Sari, Universitas Katolik Widaya Mandala, Indonesia

Intiyas Utami, Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

Ang Swat Lin Lindawati, Universitas Bina Nusantara, Indonesia

Rohmawati Kusumaningtias, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

About JAMAL

- Aim and Scope
- Editorial Team
- Peer Reviewers
- Management Team
- Publication Ethics
- Copyright Notice
- Visitor Statistic
- History
- Reviewers Acknowledgement

User

Username

Password

Remember me

Login

Information for Author

- Author Guidelines
- Author Guidelines (PDF Version)
- Submissions Guidelines
- Article Template (Indonesian Version)
- Article Template (English Version)
- Author Fees
- Index of Authors

Language

Select Language English

Submit

Tools

- Mendeley User Guide
- Insert Citation using Mendeley

Index

People

Management Team

Virginia Nur Rahmanti, Universitas Brawijaya, Indonesia

Achdiar Redy Setiawan, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Amelia Indah Kusdewanti, Peneleh Research Institute, Indonesia

Husnul Hatimah, Universitas Tadulako, Indonesia

Jordan Hotman Ekklesia Sitorus, Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia, Indonesia

Diana Nurindrasari, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Nisrina Habibaty, Universitas Brawijaya, Indonesia

About JAMAL

- Aim and Scope
- Editorial Team
- Peer Reviewers
- Management Team
- Publication Ethics
- Copyright Notice
- Visitor Statistic
- History
- Reviewers Acknowledgement

User

Username

Password

Remember me

Login

Information for Author

- Author Guidelines
- Author Guidelines (PDF Version)
- Submissions Guidelines
- Article Template (Indonesian Version)
- Article Template (English Version)
- Author Fees
- Index of Authors

Language

Select Language English

Submit

Tools

- Mendeley User Guide
- Insert Citation using Mendeley

Index

Abstracting and Indexing

Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL) terindeks pada:

1. ASEAN Citation Index
2. Google Scholar
3. Ebsco
4. Indonesian Publication Index
5. Directory of Open Access Journal (DOAJ)
6. Crossref
7. Worldcat
8. Science and Technology Index (SINTA)
9. Bielfield Academic Search Engine (BASE)
10. Onesearch
11. Garba Rujukan Digital (GARUDA)

About JAMAL

- Aim and Scope
- Editorial Team
- Peer Reviewers
- Management Team
- Publication Ethics
- Copyright Notice
- Visitor Statistic
- History
- Reviewers Acknowledgement

User

Username

Password

Remember me

Login

Information for Author

- Author Guidelines
- Author Guidelines (PDF Version)
- Submissions Guidelines
- Article Template (Indonesian Version)
- Article Template (English Version)
- Author Fees
- Index of Authors

Language

Select Language English

Submit

Tools

- Mendeley User Guide
- Insert Citation using Mendeley

Index

Journal Contact

Mailing Address

Jurnal Akuntansi Multiparadigma
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis & Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia (MAMI)
Universitas Brawijaya
Jl. MT. Haryono 165 Malang Jawa Timur 65145

Official Email: jamalfeb@ub.ac.id

Principal Contact

Dr. Aji Dedi Mulawarman
Associate Editor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeritas Brawijaya

Jurnal Akuntansi Multiparadigma
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis & Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia (MAMI)
Universitas Brawijaya
Jl. MT. Haryono 165 Malang Jawa Timur 65145

Email: jamalfeb@ub.ac.id

Support Contact

Almira
Phone: +62896-4389-0754
Email: jamal.feub@gmail.com

About JAMAL

- Aim and Scope
- Editorial Team
- Peer Reviewers
- Management Team
- Publication Ethics
- Copyright Notice
- Visitor Statistic
- History
- Reviewers Acknowledgement

User

Username
Password
Remember me
Login

Information for Author

- Author Guidelines
- Author Guidelines (PDF Version)
- Submissions Guidelines
- Article Template (Indonesian Version)
- Article Template (English Version)
- Author Fees
- Index of Authors

Language

Select Language English
Submit

Tools

- Mendeley User Guide
- Insert Citation using Mendeley

Index

KONSEP HARGA JUAL BETAWIAN DALAM BINGKAI SI PITUNG

Tri Handayani Amaliah
Sugianto

Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jenderal Sudirman No.6, Dulalowo Tim, Kota Tengah 96128
surel: tri.handayani.amaliah@gmail.com

http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2018.04.9002

Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL
Volume 9
Nomor 1
Halaman 20-37
Malang, April 2018
ISSN 2086-7603
e-ISSN 2089-5879

Tanggal Masuk:
02 Juli 2017
Tanggal Revisi:
16 April 2018
Tanggal Diterima:
30 April 2018

Abstrak: Konsep Harga Jual Betawian dalam Bingkai Si Pitung. Studi ini bertujuan mengungkap konsep harga jual berbasis nilai-nilai Si Pitung yang diimplementasikan oleh masyarakat Betawi. Metode yang digunakan adalah fenomenologi berbasis nilai-nilai Si Pitung. Studi ini menemukan bahwa harga jual yang ditetapkan masyarakat Betawi tidak hanya terbentuk oleh nilai materi, namun juga terkandung nilai religi dalam bentuk sedekah dan nilai sosial. Harga jual tersebut juga merefleksikan profit *ubuddiyah* dan profit religius. Nilai-nilai Si Pitung mampu membawa pencapaian *going concern* dari aktivitas ekonomi.

Abstract: The Concept of Betawian Selling Price based on Si Pitung's Value. *This study aims to reveal the concept of selling price based on the values of Si Pitung implemented by Betawi society. The method used is phenomenology based on the values of Si Pitung. This study finds that the selling price set by Betawi society is not only formed by the value of the material, but also contained religious values in the form of alms and social values. The selling price also reflects the profit of ubuddiyah and religious profit. The values of Si Pitung are able to bring the achievement of going concern of the economy activity.*

Kata kunci: harga jual, si pitung, betawi

Berbicara tentang harga jual merupakan topik yang menarik untuk dikaji mengingat bahwa kehidupan manusia selalu bersentuhan dengan harga. Harga menyentuh baik pada praktik bisnis perusahaan, aktivitas entitas sektor publik, maupun dalam kehidupan bermasyarakat secara individual atau kelompok. Realitas yang terjadi adalah pemahaman konsep harga yang selama ini marak diimplementasikan beranjak dari motivasi perolehan keuntungan materi semata. Satu-satunya tujuan dilakukannya penetapan harga adalah hanya semata berorientasi tunggal, yaitu uang. Pemikiran tersebut tentunya didasari oleh suatu pemahaman bahwa hanya angka-angka yang terdapat pada biaya dan laba sajalah yang merupakan ukuran yang rasional yang dapat digunakan dalam membentuk harga jual. Padahal, bila kita ingin melihat secara lebih jauh, sebenarnya definisi harga jual melampaui dari hanya sekadar biaya dan pencapaian laba yang bersifat materi. Secara lebih sederhana dapat dikatakan bahwa selain unsur-unsur materi, harga jual juga dibentuk oleh nilai-nilai non-materi. Harga jual tidak hanya dibentuk oleh unsur-unsur biaya dan laba sebagaimana yang terdapat dalam akuntansi modern, tetapi harga jual juga bersentuhan dengan unsur-unsur budaya (Amaliah, 2016;Stanley, 2017). Memang, harga jual bukanlah hanya harga jual itu sendiri yang dibentuk oleh nilai-nilai kuantitatif namun nilai-nilai kualitatif juga berperan dalam pembentukannya. Walaupun tidak dapat dipungkiri bahwa selama ini konsep tentang harga jual cenderung hanya berfokus pada angka-angka laba se-

bagai tujuan akhirnya. Tujuan akhir penentuan harga jual yang hanya bersandar pada pencapaian laba hanya dalam wujud materi disadari ataupun tidak dapat mengarahkan pelakunya pada perilaku yang tidak etis. Realitas menjamurnya kasus kecurangan yang dilakukan oleh para "pedagang nakal" saat ini sebenarnya disadari ataupun tidak merupakan produk akhir dari konsep penetapan harga jual yang tunduk hanya pada kuasa nilai materi sebagai tujuan tunggalnya. Demi meraup keuntungan (uang) yang sebesar-besarnya, tak jarang terdapat beberapa pedagang mencampurkan buah yang rasanya asam pada buah yang memiliki kualitas rasa yang manis untuk dijual kepada konsumennya. Tidak hanya itu, tindakan penggunaan formalin, boraks, hingga realitas ikan kaleng yang mengandung cacing yang ditemukan baru-baru ini menjadi suatu realitas menakutkan yang "menghantui" masyarakat dewasa ini.

Melihat fenomena seperti yang diungkapkan sebelumnya memberikan pemahaman bahwa penetapan harga jual yang hanya berorientasi pada angka laba sebetulnya mampu membentuk pola pikir para penggunanya ke arah perilaku-perilaku yang ateis. Tidak dapat dipungkiri, penetapan harga jual yang terdapat di berbagai literatur saat ini hanya semata berlandaskan pada orientasi laba (Pal, Sana & Chaudhuri 2012; Plassmann & Tideman, 2011; Rahayu, Yudi, & Sari, 2016; Reusen & Stouthuysen, 2017; Spencer, 2016; Umney, 2017). Harga jual terbentuk hanya melalui angka-angka yang terdapat pada berbagai biaya yang dikeluarkan plus laba yang diharapkan. Tujuan semata hanya pada angka laba tentu saja dapat mengarahkan manusia pada perilaku egoistik dan materialistik. Tidak heran jika hingga saat ini terdapat banyak kasus perilaku tidak etis yang dilakukan oleh beberapa pedagang dalam menjual barang dagangannya sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya. Upaya untuk mendapatkan angka laba yang maksimal mengarahkan mereka untuk melakukan minimalisasi biaya dengan cara-cara yang tidak etis serta keluar dari nilai-nilai agama dan kemanusiaan. Jika akuntansi dilahirkan dari nilai-nilai kapitalistik, informasi yang disajikan mengandung nilai-nilai kapitalistik pula. Menyimak dampak dari realitas yang ditimbulkan oleh penetapan harga jual konvensional sebagai bagian dari praktik akuntansi, maka perlu untuk dilakukan berbagai upaya menghadirkan konsep harga jual yang menyejukkan dan tidak membenarkan adanya keserakahan dalam penetapannya.

Studi ini bertujuan untuk mengungkap tentang konsep harga jual berbasis nilai-nilai Si Pitung yang diimplementasikan oleh masyarakat Betawi. Akuntansi merupakan ilmu yang sarat dengan nilai, bukan praktik yang bebas nilai. Beranjak dari keyakinan peneliti bahwa akuntansi dapat ditransformasi sehingga dapat menjadi instrumen yang mencerahkan bagi para penggunanya sebagaimana yang dikemukakan oleh (Triyuwono, 2012), maka studi ini dimaksudkan untuk memberikan sepucuk kontribusi pemikiran untuk menggali kesadaran bahwa akuntansi tidak semestinya terbelenggu oleh nilai-nilai kapitalistik yang selama ini membentuk dirinya. Harga jual yang merupakan bagian dari praktik akuntansi merupakan ilmu yang *value laden* yang di dalamnya terkandung nilai-nilai budaya (Amaliah, 2016). Studi ini bertujuan untuk mengungkap konsep harga jual berbasis nilai-nilai Si Pitung. Meskipun saat ini telah banyak kajian yang mengungkapkan tentang konsep harga jual, berbeda dari penelitian ini yang menggunakan pendekatan nilai kearifan lokal Betawi yang terdapat dalam nilai Si Pitung. Terkait dengan tujuan yang hendak dicapai, studi ini menggunakan nilai-nilai diri yang terdapat pada Si Pitung.

Seperti dalam legenda masyarakat Betawi, sosok Si Pitung merupakan sosok yang fenomenal. Ketika kita mendengar, menyaksikan kisah, atau menyebut nama Si Pitung tentu saja yang terlintas dalam benak kita adalah sosok pahlawan bagi masyarakat Betawi. Dapat dikatakan kisah Si Pitung begitu melekat dalam masyarakat Betawi. Begitu lekatnya kisah tersebut sehingga bukanlah suatu keniscayaan jika nilai-nilai kebaikan yang dimiliki oleh Si Pitung juga terpateri dan terbawa dalam konsep hidup masyarakat Betawi, termasuk dalam menetapkan harga jual. Harga jual sebagai bagian dari praktik akuntansi dengan menggunakan realitas nilai-nilai Si Pitung merupakan konsep harga jual yang humanis, konstruksi wujud kesadaran bahwa akuntansi tidak semestinya terbelenggu oleh nilai-nilai kapitalistik yang membentuk dirinya sejak ia dilahirkan, tetapi akuntansi merupakan ilmu yang dapat mencerahkan, sehingga ketika dipelajari dan dipraktikkan ilmu akuntansi dapat mengantarkan penggunanya untuk lebih dekat kepada Sang Pencipta. Studi yang dilakukan

oleh Triyuwono (2016), Sitorus, Triyuwono, & Kamayanti (2017), dan Kusdewanti, Setiawan, Kamayanti, & Mulawarman (2014) menghasilkan sebuah konsep bahwa untuk memproduksi informasi akuntansi, secara ideal akuntansi menggunakan konsep kesatuan usaha tri hita karana sehingga orientasi bisnis hanya semata-mata untuk memperoleh kebahagiaan dengan cara melakukan transaksi yang seimbang, terpadu, dan harmonis antara manajemen perusahaan dengan Tuhan, dengan sesama manusia, dan dengan alam dalam bingkai *tri kaya parisudha* dan *rwa bhineda*. Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji tentang konsep harga jual dalam sudut pandang masyarakat Betawi, dengan budaya yang berbeda tentunya penelitian ini akan menemukan konsep harga jual yang berbeda pula.

Pengembangan wacana hubungan budaya dan akuntansi juga telah ditunjukkan melalui penelitian-penelitian sebelumnya (Brown & Jones, 2015; Niswatin, Noholo, Tuli, & Wuryandini, 2017; Paranoan, 2015; Tumirin & Abdurahim, 2015). Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, Rahayu & Yudi (2015) mengungkapkan bahwa akuntansi hadir sebagai bentukan dari budaya lokal tempat akuntansi tersebut tumbuh. Dengan pergeseran jaman yang semakin bergulir dewasa ini realitas menunjukkan bahwa akuntansi bukanlah akuntansi itu sendiri. Akuntansi idealnya berintegrasi dengan ilmu-ilmu pengetahuan lainnya agar mengalami perkembangan dan menebarkan manfaat bagi seluruh alam semesta secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini berada dalam ranah penelitian kualitatif. Sehubungan dengan tujuan yang hendak dicapai, yaitu untuk mengungkap konsep harga jual berbasis nilai-nilai Si Pitung yang diimplementasikan oleh masyarakat Betawi, maka penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan metode fenomenologi yang "dikawinkan" dengan nilai-nilai yang terdapat dalam diri Si Pitung sebagai pendekatannya. Paradigma interpretif memfokuskan perhatian dalam pencarian makna atas pengalaman-pengalaman subjektif yang dialami oleh individu atau masyarakat di kehidupan sehari-hari mereka. Fenomenologi dianggap tepat digunakan dalam penelitian ini. Penelaahan kesadaran individu merupakan fokus analisis dalam fenomenologi transedental yang dicetuskan oleh Husserl (Anwar, 2012; Kamayanti, 2016). Penekanan fenomenologi mengarah pada pengalaman subjektif dari berbagai karakter subjek yang ditemui dan realitas dunia karena manusia memiliki kesadaran tentang realitas itu, menjadikan fenomenologi memiliki kemampuan untuk memahami keberadaan dunia yang muncul kepada orang lain. Dengan demikian, hal tersebut sejalan dengan tujuan penelitian ini yaitu berupaya untuk mendapatkan pemahaman atas nilai-nilai yang membentuk konsep harga jual yang memiliki kekhasan tersendiri sesuai dengan konteks sosial dan budaya yang berlaku dalam diri para pedagang masyarakat Betawi, dalam hal ini difokuskan pada nilai-nilai yang terdapat dalam nilai-nilai Si Pitung. Nilai-nilai yang dimaksud merupakan pemahaman kesadaran dalam penetapan harga jual yang diimplementasikan oleh para pedagang yang merupakan masyarakat Betawi yang menetap di Gorontalo, maka dapat dikatakan bahwa studi tentang penetapan harga jual dalam penelitian ini adalah tepat bila menggunakan fenomenologi.

Di sisi yang lain, alasan penggunaan fenomenologi dalam penelitian ini sebagai upaya pencarian konsep harga jual yaitu tertuju pada penemuan hakikat di balik sikap dan tindakan oleh informan dalam menetapkan harga. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Lutfillah, Mangoting, Wijaya, & Djuharni (2016), Kuswarno (2009), dan Kamayanti (2016) bahwa salah satu fokus studi fenomenologi berpijak pada penampakan visi melalui penjelajahan dengan melihat, mendengar, dan merasakan tentang realitas yang terkait dengan harga jual yang ditetapkan oleh informan. Penampakan tersebut ditemui melalui prosedur fenomenologi Husserl, yaitu *noema, epoche, noesis, intentional analysis,* dan *eidetic reduction* (Kamayanti, 2016; Mulia, 2012). Hal tersebut mengarahkan peneliti untuk menggali secara lebih dalam tentang kesadaran yang dimiliki informan dalam menetapkan harga jual yang dipraktikkan oleh para informan sebagai bagian dari masyarakat Betawi yang berada di Gorontalo.

Selanjutnya, sesuai dengan tujuan penelitian ini yang bermaksud mengkaji tentang bagaimanakah konsep harga jual yang diterapkan oleh masyarakat Betawi, maka penelitian berada dalam rumpun penelitian kualitatif. Dalam konteks penelitian ini, peneliti sendirilah yang menjadi instrumennya

Tabel 3 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Nama (Samaran)	Profesi
Tuti	Pedagang sembako dan pemilik warteg
Ani	Pedagang sembako dan pemilik warteg
Ratih	Pedagang sembako dan pemilik warteg
Amir	Pemilik Café Hobbies
Ramlah	Pedagang sembako dan pemilik warteg
Jamilah	Pemilik warteg
Ima	Ibu rumah tangga
Irsan	Akademisi bidang sastra dan budaya

dengan melakukan penjaringan data melalui pengamatan dan wawancara mendalam. Wawancara dilakukan secara nonformil dalam kondisi atau situasi yang memungkinkan peneliti melakukan wawancara. Hal tersebut peneliti lakukan bertujuan agar proses penjaringan data berlangsung secara alamiah dan tidak mengganggu aktivitas para informan dalam melakukan rutinitasnya sehari-harinya. Proses wawancara yang berlangsung secara alamiah memungkinkan data yang terjaring mengalir secara apa adanya. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara mengarah pada pertanyaan terkait dengan penetapan harga jual yang dilakukan oleh para pedagang Betawi. Pertanyaan yang peneliti ajukan tersebut mengalir secara alamiah. Selanjutnya, sebagai upaya untuk menjawab tujuan penelitian ini, peneliti menetapkan beberapa orang informan sebagai informan inti dan seorang informan tambahan. Adapun informasi mengenai profil informan peneliti sajikan melalui Tabel 1.

Dari tabel 1 di atas tampak bahwa informan-informan dalam penelitian ini memiliki latar belakang profesi sebagai seorang pedagang dan nonpedagang. Walaupun memiliki profesi yang berbeda, informan-informan tersebut merupakan orang Betawi asli kecuali untuk akademisi atau ahli sastra dan budaya merupakan satu-satunya informan yang bukan berasal dari Betawi. Peneliti berkeyakinan bahwa informan yang telah ditetapkan dapat memberikan informasi yang komprehensif tentang aktivitas yang dilakukan oleh para pedagang Betawi, khususnya dalam penetapan harga jual dan sosok Si Pitung yang dianggap sebagai pahlawan masyarakat Betawi dalam legenda yang dikisahkan secara turun-temurun.

Terkait dengan penggunaan fenomenologi sebagai metode dalam penelitian ini, tahapan analisis yang dilakukan yaitu tahapan *noema, epoche, noesis, intentional analysis*, dan *eidetic reduction*. Tahapan tahapan tersebut merupakan konsep-konsep kunci fenomenologi. Analisis fenomenologi diawali oleh tahapan mengidentifikasi *noema* (analisis tekstural). Berdasarkan pada identifikasi noema, peneliti melakukan bracketing pada penemuan yang ditangkap dalam tekstur lain di bawah tekstur (analisis struktural) untuk mendapatkan *noesis* atau pemaknaan yang lebih mendalam (Kamayanti, 2016). Tradisi fenomenologi berupaya melukiskan fenomena keseharian yang dialami oleh suatu komunitas tentang konsep diri informan menurut pandangan mereka sendiri (Kuswarno, 2009). Pada prinsipnya fenomenologi Husserl menekankan untuk berpijak pada sumber asli dari diri subjek dan kesadaran yang dimiliki untuk menggali dunia yang subjektif tentang makna pengalaman hidup sejumlah orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menggali nilai-nilai dalam cerita diri Si Pitung. Sebenarnya tidak sulit untuk menemukan identitas Betawi karena ada banyak budaya Betawi yang sering kita dengar dan saksikan kerap kali ditayangkan oleh berbagai media di tanah air. Budaya Betawi bahkan tidak hanya terkenal di Indonesia tetapi juga telah tersohor ke seluruh penjuru dunia. Menikmati indahnya warna budaya Betawi merupakan salah satu sasaran para wisatawan mancanegara untuk menjatuhkan pilihannya berkunjung ke Indonesia. Tidak hanya wisatawan mancanegara, wisatawan lokal juga kerap berkunjung ke Jakarta untuk menikmati beranekaragam keindahan budayanya.

Jakarta memang memiliki aneka warna simbol unsur budaya dan perpaduan unsur budaya yang merupakan ciri kebudayaan kota metropolitan (Knorr, 2014;Windarsih, 2013). Sebagaimana kita ketahui bersama

dalam budaya Betawi kita mengenal adanya berbagai jenis tarian yang tentunya memiliki makna tersendiri yang tersampaikan melalui gerak-gerik para penarinya. Selain itu, Betawi juga terkenal dengan ondel-ondelnya, roti buaya, dan tentu saja beraneka ragam simbol budaya lainnya yang mencerminkan jati diri Betawi atau yang kita sebut sebagai Jakarta yang merupakan kota metropolitan. Tidak hanya itu, identitas Betawi bukan hanya dicerminkan melalui berbagai jenis tarian yang menjadi kebanggaan masyarakatnya, bukan juga hanya dengan ondel-ondelnya atau roti buayanya. Identitas Betawi juga dicirikan melalui kisah legenda pahlawan Betawi yang dikenal dengan sebutan "Si Pitung".

Mendengar atau menyebutkan kata Betawi tentu saja kita langsung teringat dengan sosok Si Pitung sebagai sang pahlawan dalam legenda Betawi. Cerita rakyat dari budaya Betawi ini atau biasa juga disebut "Sang Jagoan Betawi" sebagaimana kita ketahui telah dilukiskan dalam berbagai media. Peneliti sendiri mengenal sosok Si Pitung melalui layar kaca kala diperankan oleh Dicky Zulkarnaen. Masih teringat dalam ingatan peneliti, Si Pitung begitu sering menggunakan kopiah dan pakaian yang berwarna serba hitam (layaknya pakaian yang sering digunakan pada bela diri pencak silat) dengan dilengkapi sabuknya yang begitu khas.

Selain di layar kaca cerita tentang Si Pitung juga dikisahkan dalam berbagai media cetak. Dalam bukunya, Knorr (2014), Reza (2013), Sambangsari (2013), dan Ali (1993) mengisahkan bahwa sosok Si Pitung dikenal sebagai pribadi yang memiliki kemampuan bela diri yang tak tertandingi. Si Pitung adalah seorang pahlawan yang gagah dan memiliki ilmu bela diri silat yang tinggi sekaligus taat beragama. Sosok Pitung dikisahkan dalam suatu zaman di saat Belanda atau disebut sebagai kaum kompeni tengah melakukan penjajahan dan penindasan di Indonesia. Kala itu sangat tampak penderitaan yang melanda masyarakat pribumi akibat penindasan kaum kompeni. Namun, di sisi yang berbeda sepanjang sejarah kekuasaan Belanda kaum kompeni dan antek-anteknya hidup dalam gelimang harta dan kemewahan. Keserakahan dan penindasan merajalela, sehingga sangat tampak jurang pemisah antara si kaya dan si miskin pada saat itu. Gambaran kisah ketidakberdayaan rakyat Indonesia kala itu membuat hati nurani Si Pitung terpanggil untuk membela kaumnya. Realitas ketimpangan sosial yang hadir di depan mata membuat Si Pitung merasa prihatin dan terpanggil untuk membela dan membebaskan kaumnya dari penjara kemiskinan dan kelaparan.

Cerita tentang Si Pitung juga mengisahkan tentang cara-cara yang dilakukan oleh Si Pitung dalam membantu masyarakat Indonesia sebagai masyarakat yang terjajah dan tak berdaya. Upaya yang dilakukan oleh seorang Pitung yang anti kolonial dalam menjalankan misi kemanusiaannya tersebut berbekal kepandaian dan kesaktian yang dimilikinya. Kelebihan yang dimiliki tersebut yang menjadi penyebab kaum penjajah Belanda menjadikan Si Pitung sebagai "target buronan" karena dianggap sebagai pemberontak. Namun, Si Pitung sebagai musuh besar Sang Kompeni pada akhirnya harus berakhir dalam suatu perlawanannya dengan kompeni Belanda. Sepeninggal Si Pitung sebagai pahlawan masyarakat Betawi yang tertindas kala itu merasa kehilangan seorang sosok Sang Penolong yang menebarkan aroma kebaikan untuk membantu kaum pribumi.

Kisah Si Pitung menyisakan kenangan Pitung sebagai sosok masyarakat Betawi yang dikenal sebagai pembela rakyat kecil. Hasil rampokan milik keluarga kaya raya yang kikir dan para antek-antek Belanda dimaksudkan bukan untuk kepentingan dirinya, melainkan hanya untuk dipersembahkan kepada rakyat jelata yang sedang kelaparan dan didera kesusahan. Si Pitung yang dikenal sebagai sosok yang memiliki jiwa pemberani dalam melakukan perlawanan-perlawanan terhadap penjajah kala itu, yaitu kompeni Belanda juga dipertegas oleh salah seorang informan berikut ini.

> "Si Pitung itu merupakan cerita milik masyarakat Betawi. Dalam cerita legenda masyarakat Betawi itu dikenal bahwa Si Pitung merampok para kaki tangan Belanda yang pelit. Hasil rampokannya untuk warga miskin. Pitung itu menentang keserakahan dan kesewenang-wenangan kompeni dan antek-anteknya yang hidup bergelimang harta sementara warga kita hidup menderita kelaparan" (Ima).

Kisah tentang Si Pitung yang dikenal sebagai sosok pahlawan bagi masyarakat Betawi dikisahkan kembali oleh Ibu Ima dalam wawancara di warung milik beliau. Secara bersahaja untaian kisah Si Pitung yang diungkapkan oleh Ibu Ima memberikan petunjuk bahwa hal menarik yang dapat dipetik dalam diri Si Pitung yaitu menentang keserakahan. Senada yang diungkapkan oleh Bu Ima, cerita tentang Si Pitung juga dituturkan oleh Ibu Ramlah. Ibu Ramlah adalah salah satu informan yang tergabung dalam komunitas masyarakat asli Betawi yang telah lama menetap di Gorontalo. Berikut ini penuturan pemahaman beliau tentang Si Pitung.

> "Kalo yang saya tau tentang Si Pitung itu keturunan Betawi, pendekar *lah ya...* pembela kaum yang lemah. (Setelah terdiam sejenak informan melanjutkan penuturannya)...Dia mencuri bukan untuk dirinya tetapi dibagi-bagi untuk kaum yang *nggak* mampu (dengan nada yang sedikit tegas). Tapi banyak yang disalahartikan *ama* kaum penjajah (sambil tersenyum).....ini *kan* mereka nggak suka karena kebaikan dia gitu.....mencurinya dari harta-harta kaum kompeni untuk dibagikan ke orang-orang *nggak* punya. Jadi Si Pitung itu merupakan pedoman untuk jadi orang baik...untuk jadi orang yang benar bahwa kita hidup ini harus saling membantu harus saling tolong-menolong kepada orang yang membutuhkan" (Ramlah).

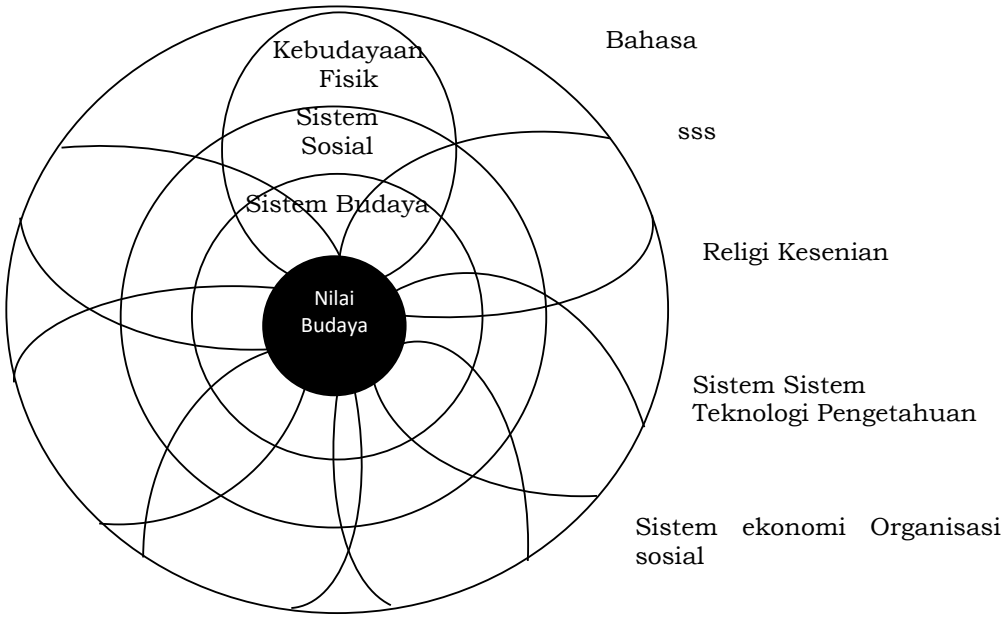
Hasil wawancara dengan ibu Ima dan Ibu Ramlah sebetulnya memberikan pemahaman betapa melekatnya nama Si Pitung dalam setiap sanubari masyarakat Betawi. Hal tersebut sekaligus juga memberikan pemahaman akan keberadaan dan pembenaran perilaku Si Pitung yang memang telah dikisahkan baik dalam cerita di media elektronik maupun di beberapa media cetak. Nilai-nilai yang terdapat dalam diri Si Pitung sebagaimana dikisahkan oleh Ibu Ramlah pada hasil wawancara sebetulnya menunjukkan bahwa dalam mengarungi kehidupannya, nilai tolong-menolong selalu hadir pada diri Si Pitung. Sementara itu, Bapak Amir mencoba untuk memberikan gambaran tentang nilai-nilai diri yang dimiliki oleh sosok Si Pitung seperti dalam penuturan beliau berikut ini.

> "Si Pitung itu...(seolah berpikir sejenak)...jawara kampung *sampe* difilmkan (sambil melemparkan senyum tipis). Kisah tersebut itu memang *beneran* ada (dengan nada yang sedikit keras). Jadi Si Pitung itu kan dia dianggap jawara yang berani, vokal *sampe* berani lawan penjajah. Dalam cerita Si Pitung dikisahkan dia bisa berubah, pokoknya *saktilah* begitu, juga taat beragama" (Amir).

Bagi masyarakat Betawi Si Pitung merupakan simbol seorang pahlawan sekaligus simbol budaya. Hal ini dikarenakan dalam sosok Si Pitung terdapat unsur-unsur intrinsik yang dijadikan sebagai prinsip hidupnya. Penuturan para informan (Ima, Ramlah, dan Amir) menunjukkan cara pandang Si Pitung dalam menentang ketidakadilan dan penindasan yang dilakukan oleh kaum kompeni Belanda terhadap bangsa Indonesia. Si Pitung terkenal dengan ketakwaan dan jiwa kemanusiaannya. Nilai diri Si Pitung selain bertakwa kepada Allah SWT, juga merupakan sosok manusia yang peduli terhadap sesama. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa sosok Si Pitung senantiasa menebarkan kemaslahatan bagi masyarakat yang membutuhkan. Merujuk dari penuturan informan seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, maka nilai diri yang dimiliki Si Pitung adalah antara lain tolong-menolong, menentang keserakahan, dan taat beragama.

Nilai-nilai kearifan lokal yang tertoreh dalam kisah legenda Si Pitung mengisahkan tentang rumusan nilai-nilai kebaikan yang sakral dan sangat berharga untuk dijadikan sebagai kompas dalam berkehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa manusia dan budaya merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan. Tidak ada manusia yang hidup tanpa budaya dan tidak ada budaya tanpa manusia sebagai penyempurnanya. Wujud konkrit budaya seperti yang dijelaskan dalam Gambar 1.

Koentjaraningrat (2011) mengungkapkan bahwa salah satu wujud konkret budaya adalah nilai-nilai budaya. Nilai-nilai budaya inilah yang kemudian memiliki peran di dalam membentuk cara berpikir dan bersikap manusia. Sementara itu, Attas (2017) meng-



Gambar 1. Rerangka Kebudayaan
Sumber : Koentjaraningrat (2011:92)

ungkapkan bahwa nilai merupakan sesuatu yang berharga dan bermutu yang akan mengarahkan pada kualitas kehidupan manusia yang sangat bermanfaat dalam menjalani kehidupan. Definisi nilai yang dimaksud mengarah pada sesuatu yang berharga dan menunjukkan kebaikan yang bermanfaat bagi manusia untuk menjalani hidup. Nilai-nilai inilah sebetulnya yang akan menuntun manusia dalam berperilaku atau bersikap. Oleh karena itulah dalam rerangka kebudayaan, nilai-nilai disebutkan inilah yang merupakan wujud konkret dari budaya yang diposisikan sebagai pusat atau inti kebudayaan. Sejalan dengan hal tersebut, Yunus (2013) mengungkapkan bahwa implementasi nilai-nilai budaya merupakan bukti legitimasi masyarakat tertentu pada suatu wujud kebudayaan. Budaya merupakan simbol yang berhubungan erat satu dengan yang lainnya baik dalam bentuk ungkapan bahasa, benda, musik, maupun dalam berbagai ragam kegiatan masyarakat yang mengandung makna kebersamaan.

Dari kisah kerak telor hingga penelusuran konsep harga jual betawian. Menemukan komunitas masyarakat Betawi yang ada di Gorontalo pada awalnya memang bukanlah perkara yang mudah. Masyarakat Betawi yang hidup dan menetap di Gorontalo jumlahnya memang tidak begitu banyak. Namun akhirnya peneliti dapat bertemu langsung dengan salah seorang informan yang merupakan masyarakat Betawi asli yang berperan sebagai Ketua Paguyuban Betawi di Gorontalo saat ini. Di suatu siang pada tanggal 08 Juni 2017 pukul 14.16 WITA bertempat di kediaman beliau yang asri Pak Amir menuturkan tentang keberadaan perhimpunan masyarakat Betawi yang ada di Gorontalo. Dengan penuh keramahan Pak Amir bercerita seperti pada kutipan berikut ini.

> "Warga Betawi *kalo* ketemu di wilayah lain walaupun tidak keluarga langsung, kayak di Gorontalo ini…biasanya kayak kakak adik, kayak bapak anak walaupun bukan orang tua langsung. Budaya Betawi itu kalo melihat dari *patokan* umur, *kalo* sama yang lebih tua kita panggil *Encang kalo* laki-laki, *kalo* yang lebih tua *Engkong*, *Encing kalo* yang perempuan. Di Gorontalo ini memang telah kita bentuk kerukunan warga Betawi yang kita kasih nama Kerukunan Kerak Telor. Kenapa kita pilih kerak telor? Karena ini *kan* makanan khas Betawi. Jadi kita maknai kerak telor. Ke-

> rak telor itu singkatan dari Kerukunan Masyarakat Jakarta Lo Gorontalo…ini sebutan untuk orang-orang Jakarta yang ada di Gorontalo *lah*" (Amir).

Apa yang diungkapkan oleh Pak Amir di atas menunjukkan tentang eksistensi keberadaan masyarakat Betawi perantau yang ada di Gorontalo. Sebagai bagian dari masyarakat Betawi tempat mereka berasal tentu saja menyisakan nilai-nilai budaya kebersamaan, sikap saling menghormati dimana pun mereka berada. Komitmen untuk selalu mempererat tali silaturrahim di antara mereka teraktualisasikan melalui suatu wadah dalam bentuk kerukunan masyarakat Betawi perantau yang ada di Gorontalo dengan sebutan Kerak Telor. Selanjutnya Bapak Amir menuturkan lebih lanjut penjelasan terkait tentang keberadaan Kerak Telor, sebagai berikut.

> "Kerukunan ini baru terbentuk dua tahun (sambil terdiam sejenak) mau jalan dua tahunlah. Di bawah pendataan langsung keanggotaan kita ada sekitar delapan puluh orang yang itu arus ketemuannya sering. *Kalo* ada waktu *lowong* kita ketemu di *café* ini….kita juga ada buka grup *kayak* di WA. Jadi dari situ juga ada komunikasi. Bentuk sosialisasi kita itu selain dari mulut ke mulut atau dari anggota satu sama lain. Kita juga sering adakan sosialisasi lewat radio *kayak* di RRI. Jadi *kalo* ketemu cerita bercandaan *lo gue lo guenya* keluar" (Amir).

Walaupun kerukunan masyarakat Betawi yang bernama "Kerak Telor" baru berusia dua tahun, bagi masyarakat Betawi perantau perhimpunan ini sangat berarti untuk membumikan semangat *silaturrahim* dan kebersamaan para anggotanya. Melalui wadah "Kerak Telor" yang diambil dari nama panganan khas milik masyarakat Betawi dijadikan wadah ajang silaturrahim di antara mereka. Tidak itu saja, keberartian hadirnya Kerak Telor juga mampu mengaktualisasikan hobi Bapak Amir selaku ketua paguyuban Betawi untuk berbisnis. Bapak Amir yang merupakan penggemar kopi atau dapat dikatakan salah seorang penikmat kopi akhirnya mendirikan kafe *Hobbies* yang diberinya nama "Warung Kopi Hobbies". Meskipun terkadang beliau enggan untuk mengatakan bahwa kehadiran kafe tersebut bukanlah semata-mata dimaksudkan untuk tujuan berbisnis, tetapi tidak lebih dari sekadar hobi.

Nilai religi sebagai elemen penentu dalam konsep harga jual betawian. Melanjutkan kisah tentang usaha bisnis yang tengah digeluti oleh Bapak Amir dengan kafe Hobbies miliknya sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya peneliti menemukan salah satu nilai Si Pitung yang terkandung dalam konsep harga jual. Tidak hanya itu, nilai-nilai Si Pitung lainnya yang diimplementasikan oleh masyarakat Betawi juga terungkap dalam penelitian ini. Peneliti menemukan nilai religi yang tercermin melalui nilai sedekah. Hal ini seperti dalam penuturan Bapak Amir berikut ini.

> "Di kafe ini selain jual kopi dengan berbagai jenis kopi, di sini juga kami menjual pisang goroho (*musa acuminafe*,sp) atau beberapa cemilan dan nasi goreng. Kalo ada yang mau utang yang *kayak gitu cincai ajalah* paling besok *kan* balik ulang (sambil tersenyum). Bila ada teman-teman yang dari Papua datang misalnya, mau makan nasi goreng kita kasih makan aja *nggak usah* bayar *kan* sekali-sekali juga datangnya, padahal ada di antara teman-teman yang datang itu juga baru saya kenal…*nggak papa*. Karena budaya kita ini di saat kita datang ke tempat mereka, mereka yang layani kita seperti itu juga. Kita *kan* muslim ya jadi saling sedekah-*lah*. *Alhamdulillah* kafe ini bisa berjalan terus sampe sekarang" (Amir).

Dari kutipan hasil wawancara dengan Bapak Amir di atas, tampak bahwa harga jual bukan hanya terlahir dari orientasi laba yang bersifat materi semata. Elemen keuntungan juga dapat menjelma dalam wujudnya yang abstrak yang sebenarnya melampaui wujud keuntungan dalam nilai rupiah. Makna keuntungan dapat tercermin melalui rasa bahagia ketika Bapak Amir dapat membantu sesama dengan jalan memberikan utang kepada pelanggannya. Mursy & Rosidi (2013) menjelaskan bahwa pada dasarnya seorang anak manusia selalu mencari rasa

bahagia, tenteram, aman, dan damai dalam kehidupannya. Kebahagiaan yang dirasakan tersebut akan bertambah ketika ia menebarkan kebahagiaan untuk masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Bila dilihat lebih jauh, ekspresi senyuman yang ditunjukkan oleh Bapak Amir pada saat menuturkan hasil wawancara di atas sesungguhnya memberikan isyarat terhadap bentuk keikhlasan beliau memberikan utang kepada pelanggannya. Al-Sowayan (2012:43) mengacu komentar Al-Hafizh Ibn Rajab bersumber dari Jaami' al Ulum wa al-Hikam menyatakan bahwa Hadits Anas menunjukkan bahwa seorang mukmin merasa bahagia dengan kebahagiaan saudaranya sesama mukmin. Ia menginginkan untuk saudaranya kebaikan yang ia inginkan untuk dirinya. Hal ini hanya akan terwujud dari hati yang bebas dari sifat dengki, benci, dan *hasad*. Karena sifat *hasad* selalu menyeret orang untuk benci kepada orang yang menyaingi atau menyerupainya dalam kebaikan. Karena orang *hasad* senang berbeda dengan orang lain dan memonopoli kebaikan sedang keimanan bertentangan dengan hal itu. Keimanan menuntut agar semua orang mukmin bersekutu dalam kebaikan yang diberikan Allah tanpa mengurangi hak mereka sedikit pun.

Perasaan bahagia yang diungkapkan oleh Bapak Amir ketika beliau mampu memberikan utang kepada pelanggannya juga dituturkan oleh salah seorang informan dalam penelitian ini (Ibu Tuti). Nilai religi yang terkandung dalam aktivitas berjualan yang dilakukan oleh Ibu Tuti dalam keseharian-nya, tampak dalam hasil wawancara berikut ini.

> "Di sini bisa utang kebanyakan kalau sudah gajian bayar…*udah* langganan lama. Saya ngerti kalo karyawan dan anak kost gajian bulanan, saya *gak* takut kalau ada yang kabur…saya percaya sama yang di atas (Allah SWT) *Lagian,* jarang-jarang juga *sih* yang kabur…pernah ada yang kabur. Saya *nggak apa-apain itung-itung* sedekah saya anggap mungkin orang itu lupa atau gimana. (Beliau terdiam sejenak lalu melanjutkan penjelasannya)…*Alhamdulillah* hasil dari keuntungan bisa saya nabung per minggu seharinya lima ribu" (Tuti).

Nilai religi yang terdapat dalam aktivitas keseharian para informan sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Bapak Irsan dan Ibu Tuti juga tercemin dalam penuturan Ibu Jamilah dalam praktik penetapan harga jual yang dilakukan. Kehadiran perasaan bahagia dapat membantu sesama merupakan sifat khas kerangka sosial yang menyaratkan penentuan harga jual yang berlaku dalam komunitas ini. Hal tersebut tercermin dalam hasil wawancara berikut ini.

> "Kalo misalnya harga bahan di pasar naik, saya naikin juga harga jualan saya tapi nggak banyak-banyak naikinnya karena saya harus sesuaikan dengan kemampuan anak kost yang biasa beli di sini. Kasian mereka anak-anak kost biasa cuma mau beli tahu dua ribu, sayur dua ribu kasian *dorang kan*. Saya juga ini orang susah juga. Bahkan kadang *kalo dorang* mau utang saya kasih. Tapi saya catat utangnya *dorang*. *Biar jo Alhamdulillah* saya ikhlas" (Tuti).

Kata ikhlas dan *alhamdulillah* yang hadir dalam penuturan informan Ibu Tuti dan Ibu Jamilah di atas mengarah pada pemahaman bahwa dalam penetapan harga jual dilakukan untuk melaksanakan perintah Allah *'azza wa jalla* untuk mencari keridhaan Allah semata. Kata "*Alhamdulillah*" yang dituturkan oleh Ibu Tuti dan Ibu Jamilah, menunjukkan hadirnya kebahagiaan terhadap apa yang telah dilakukan terhadap para pelanggannya. Sementara itu, makna pada kata "ikhlas" yang diucapkan oleh Ibu Jamilah dapat diartikan sebagai wujud penyerahan diri seorang hamba kepada Sang Maha Pencipta yang merupakan salah satu bentuk ibadah yang menunjukkan ketundukan penuh seorang hamba yang tidak dicampuri oleh ketundukan pada apapun selain kepada Allah SWT. Shallehuddin (2016) menyatakan bahwa ikhlas adalah mendedikasikan dan mengorientasikan seluruh perbuatan semata-mata untuk meraih keridaan Allah SWT. Jika dikaitkan dengan level motivasi spiritual yaitu ikhlas adalah level motivasi paling kuat dan tertinggi dari seorang anak manusia. Ikhlas berarti menjadikan Allah sebagai tujuan tertinggi, menjalankan misi kehidupan untuk beribadah kepada-Nya dan menjadi *khalifah fil ardh* (Kusdewanti,

Triyuwono, & Djamhuri, 2016; Sadr, 2015). Allah SWT berfirman dalam Q.s. Al-Baqarah:112, yang artinya:

> "(Tidak demikian) bahkan barang siapa yang menyerahkan diri kepada Allah, sedang ia berbuat kebajikan, maka baginya pahala di sisi Tuhannya dan tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati."

Ayat di atas mengungkapkan tentang janji Allah terhadap hamba-Nya yang berbuat kebajikan di muka bumi ini dengan niat yang tulus karena Allah semata. Bila seorang hamba berbuat kebajikan dengan niat yang tulus untuk mencari keridhaan-Nya, maka Allah akan memberikan kepadanya pahala dan keberkahan hidup. Selain nilai religi dalam balutan nilai sedekah, peneliti juga menemukan nilai sosial pada konsep harga jual yang diterapkan oleh masyarakat Betawi.

Nilai sosial dalam harga jual betawian. Setelah penemuan nilai religi yang terdapat dalam konsep harga jual yang ditetapkan oleh masyarakat Betawi, selanjutnya peneliti menemukan nilai lainnya, yaitu nilai sosial. Nilai sosial yang terdapat pada konsep harga jual masyarakat Betawi tercermin dalam penuturan Bapak Amir berikut ini.

> "Di kafe ini harga segelas kopi kita *patok* delapan ribu *kalo* bukan permintaan khusus. Tapi kalo permintaan khusus kita jual dengan harga dua belas ribu saja. Harga ini tetap segini aja walaupun harga kopi lagi naik. Karena saya pikir *kan* kita *nggak* ambil untung dari situ *kan* awalnya. Kadang ini barang saya pesan satu kilo karena *saking* dekat dengan teman-teman yang pemasoknya *eee*...yang dikirim dua kilo udah *aaa*...Jadi harganya yang kita kasih *nggak* terlalu *ngotot* harus *segini*. Saya pikir karena awalnya pembuatan kafe ini ya untuk bisa *ngumpul-ngumpul* dari hobi saya juga penikmat kopi, di sini kita bisa cerita-cerita juga. *Nah* saya pikir itu malah lebih dari keuntungan buat saya dibanding saya harus cari yang betul-betul harga umum. Jadi lebih dinikmati *sih*" (Amir).

Harga jual merupakan elemen penting yang dapat dikatakan sangat menentukan pengembangan dan keberlanjutan suatu usaha. Oleh karena itu, dalam konsep harga jual konvensional penetapan harga lebih menekankan pada aspek-aspek yang bernilai kuantitatif karena dianggap lebih rasional untuk dijadikan barometer dalam meraih pendapatan yang besar. Hal inilah yang kemudian mendasari hadirnya beragam metode penentuan harga jual di era modern saat ini. Untuk menetapkan harga jual yang tepat, berbagai faktor dijadikan titik penentu, di antaranya dengan mengacu pada penetapan harga pokok produk dan *mark up* yang tepat (Ammar, 2017; Stanley, 2017; Warwick & Robert, 2014).

Berbeda dengan penentuan harga jual yang diterapkan Pak Amir. Dalam hasil wawancara, beliau mengungkapkan bahwa harga segelas kopi selama ini hanya sebesar Rp.8.000,00 walaupun kopi di pasaran sedang mengalami peningkatan harga. Hal ini tidak disebabkan oleh harga kopi yang diperoleh dari pemasok lebih murah. Namun, prinsip harga yang ditetapkan oleh Bapak Amir tidak hanya berpusat pada pencapaian materi. Sederhananya, keuntungan yang Bapak Amir harapkan dalam harga jual bukan terpusat pada orientasi angka-angka dalam laba melainkan keuntungan yang melampaui nilai materi. Meskipun bisa saja Bapak Amir menetapkan harga didasarkan dengan harga kopi di pasaran. Dengan begitu Bapak Amir dapat memperoleh keuntungan yang berlipat ganda karena harga kopi yang diperolehnya dari pemasok lebih murah. Namun, hal ini tidak dilakukannya. Satu hal yang terpenting terkandung dalam elemen harga jual yang dilakukan adalah pencapaian unsur kebahagiaan. Kebahagiaan itu hadir tentu saja karena dalam harga jual yang ditetapkannya tidak didasari oleh unsur keserakahan atau ketidakadilan.

Metode penetapan harga yang diungkapkan oleh Bapak Amir dalam hal ini memberikan petunjuk terhadap pentingnya menghadirkan nilai sosial dalam menjalani kehidupan. Derasnya pengaruh nilai-nilai kapitalisme dalam konsep berkehidupan saat ini seolah "*melucuti*" nilai-nilai luhur dan nilai-nilai kebaikan lainnya. Nilai-nilai kebaikan yang terdapat dalam kearifan lo-

kal budaya bangsa dianggap tidak ada relevansinya dalam konsep kehidupan di era modern saat ini. Terkait dengan harga yang ditetapkan oleh Bapak Amir, sebagai anggota komunitas masyarakat Betawi perantau Ibu Ani mengemukakan pendapatnya.

> "Kalo harga bahan-bahan di pasar naik harga *jualan* saya *naikin*. Misalnya kalau hati ampela di pasarnya harga dua ribu dua ratus per pasang saya jual jadi dua ribu lima ratus satunya. Saya *naikin* cuma *gak* banyak. Yang penting lancar. *Kalo* ada yang nawar sih saya kasih …bisa turun kalo misalnya harga dua belas ribu minta diturunin sepuluh ribu bisa kalo udah langganan. Karena udah lama beli di sini jadi kayak keluarga sendiri sih. Kadang juga kalo ada yang mau utang kalo langganan saya kasih dah gak papa. Kalau langganan *bolehlah*. Saya *gak* takut karena sudah percaya biasa sering utang *kalo gak* dikasih kasian *kan* saya ngerti nanti gajian baru bayar. Saya ada catat buktinya" (Ani).

Penuturan beberapa informan dalam penelitian ini memberikan pemahaman bahwa pada dasarnya nilai diri Si Pitung secara realitasnya juga tergambar jelas dalam cara-cara penetapan harga jual sebagaimana yang dilakukan oleh masyarakat Betawi. Selain nilai sosial, dalam wujud nilai keadilan, nilai sosial lainnya yang tercermin dalam hasil wawancara dengan Ibu Ani adalah nilai tolong-menolong. Attas (2017) menyatakan bahwa sikap tolong-menolong terlahir dari fitrah manusia sebagai makhluk sosial yang dipicu oleh perasaan simpati dan empati sesama manusia. Nilai tolong-menolong beranjak dari nilai kasih sayang. Kasih sayang merupakan sebuah perasaan tulus yang hadir dari lubuk hati terdalam dan mengarahkan manusia untuk memberi, mengasihi, menyayangi, dan membahagiakan. Perasaan kasih sayang hadir dalam lubuk hati manusia secara alami ketika terdapat perasaan iba atau simpatik terhadap seseorang yang dikasihi. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa sikap tolong-menolong dan menentang keserakahan atau ketidakadilan merupakan manifestasi dari nilai kasih sayang yang terdapat dalam diri komunitas ini.

Potret kasih sayang dalam cerminan sikap tolong-menolong dan menentang keserakahan atau ketidakadilan sebagaimana yang tampak pada elemen penentu harga jual yang diimplementasikan oleh para informan dalam penelitian ini memberikan gambaran tentang indahnya potret konsep harga jual yang ditetapkan. Harga jual yang ditetapkan tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang melampaui nilai materi karena nilai kasih sayang dapat memperkokoh tali ukhuwah dan hubungan sosial antarsesama anak manusia. Adapun seruan untuk saling menyayangi hendaknyalah dijadikan skala prioritas umat manusia dalam mengarungi kehidupan di dunia ini sebagaimana dalam firman Allah SWT terdapat dalam QS.at-Taubah ayat 71 sebagai berikut.

> "Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain."

Kehadiran nilai kasih sayang dalam konsep harga jual yang diimplementasikan oleh masyarakat Betawi perantauan di Gorontalo seolah sangat kontras dengan fenomena di era modern saat ini. Sebagian manusia seakan berkompetisi bahkan melakukan berbagai cara tanpa mengindahkan nilai kasih sayang untuk meraih kekayaan individu. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Al-Sowayan (2012) bahwa fenomena yang perlu diamati dan dikaji adalah saat ini sebagian masyarakat dunia Islam telah mengalami gegar budaya (*cultural shock*) dalam sistem nilai dan moral yang mengatur hubungan sosial antarberbagai lapisan masyarakat yang seakan berlari mengikuti hawa nafsunya untuk kepentingan pribadinya. Peradaban kontemporer dengan segala sisi materialis dan kebobrokannya telah mengubah manusia menjadi sekadar alat yang buta. Ia bergerak secara terpisah dari manusia lainnya. Akibatnya, banyak hubungan sosial yang putus dan perilaku egoisme yang semakin merajalela. Ibu Ramlah juga mengungkapkan cara penetapan harga jualnya yang tidak berbeda.

> "*Kalo* kita beli barang seribu, walaupun saat ini harga barang di pasar *udah* naik tapi kita *nggak* langsung naikin harganya. Jadi kita *habisin* dulu *stock* lama.

> Setelah itu kita *naikin* misalnya jadi seribu seratus, *nggak* banyak *naikinnya*. (terdiam sejenak, lalu melanjutkan penjelasannya) Begitu juga *kalo* ada yang nawar dari harga seribu seratus, *trus* mau nawar seribu lima puluh saya kasih yang penting lancar. *Kalo* masalah pemberian utang *sih* saya *nggak* pernah *ngasih* utang" (Ramlah).

Ibu Ratih mengamini cara penetapan harga jual yang senada dengan harga jual yang ditetapkan oleh Bapak Amir, Ibu Ani, dan Ibu Ramlah. Berikut ini hasil wawancara yang dikemukakan oleh Ibu Ratih.

> "Pertama buka warung jajanan cuma keuntungannya yang dapat kurang, kadang sehari cuma dapat seratus ribu makanya saya nambah untuk warung makan sehari dapat empat ratus ribu. Kalau harga bahan-bahan di pasar naik, harga jualan saya saya naikin juga...seribu...seribu lima ratus sampai dua ribu. Kalau ada pelanggan saya yang nawar, kalau untuk jajanan saya *nggak* kasih tapi untuk nasi bisa karena *kan* keuntungan saya sudah dapat dari hasil jualan jajanan warung *kan* yang nawar pelanggan *yaaa kasianlah* orang mereka mau makan. Di sini *nggak* bisa *ngutang*, semuanya harus *cash*" (Ratih).

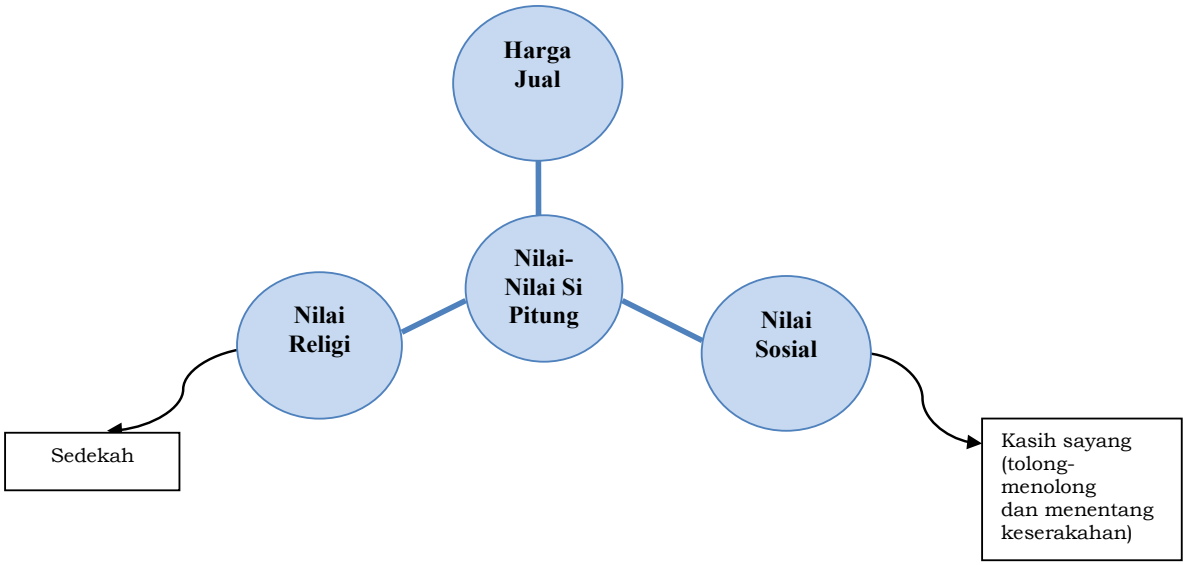
Di sisi yang sedikit berbeda, melalui salah seorang informan (Ibu Ramlah) terungkap bahwa penetapan harga jual didasarkan pada harga pokok persediaan yang mengikuti kaidah metode persediaan *First In First Out* (FIFO). Implikasinya, meskipun harga kebutuhan pokok di pasar sudah mengalami peningkatan harga, informan masih menggunakan harga yang lama sebelum persediaan barang yang lama habis terjual. Hal ini menunjukkan salah satu bentuk kearifan sang penjual yang tidak meletakkan kecintaan pada keuntungan yang berlebihan (serakah).

Selain itu, meskipun dalam kebijakan pemberian utang terdapat perbedaan antara beberapa informan. Cara berakuntansi lainnya juga memiliki kemiripan. Melalui hasil pengamatan peneliti, para informan tidak melakukan pencatatan akuntansi terkait tentang seberapa pendapatan dan biaya-biaya yang telah dikeluarkan setiap harinya. Pencatatan yang dilakukan hanyalah catatan-catatan kecil berupa daftar jumlah utang berikut nama-nama orang berutang.

Merujuk pada kisah Si Pitung tentu saja mengisahkan untaian nilai-nilai yang bisa dipetik untuk dijadikan referensi hidup di dunia menuju kehidupan yang abadi. Nilai-nilai tersebut yaitu nilai religi dan nilai sosial. Nilai religi tercermin pada keyakinan terhadap keesaan Allah SWT dan taat beribadah. Nilai religi yang dimaksud melekat dalam konsep harga jual masyarakat Betawi diwujudkan dalam sedekah. Kemudian nilai sosial yang dimaksudkan adalah terletak pada sikap tolong-menolong dan menentang keserakahan atau ketidakadilan yang merupakan terjemahan dari nilai kasih sayang. Sehubungan dengan nilai-nilai seperti yang telah diuraikan sebelumnya penjelasan tentang nilai-nilai yang dimiliki Si Pitung "Sang Jagoan Betawi" dapat digambarkan berikut ini.

Upaya pencapaian profit *ubuddiyah* dan religius. Nilai-nilai Si Pitung yang termanifestasikan pada aktivitas penetapan harga jual pada masyarakat Betawi sebenarnya tidak hanya dapat didefinisikan melalui bingkai nilai religi dan nilai sosial saja. Di balik penetapan harga jual masyarakat Betawi sebenarnya juga memberikan makna pada pencapaian profit *ubuddiyah* dan profit religius. Hal ini terungkap dalam penuturan informan-informan berikut ini.

> "Jangan dianggap bahwa kebudayaan lokal itu tidak ada profit, ada, justru profit yang ada di kebudayaan itu ada tiga. Yang pertama yang disebut profit matrialis, orang berdagang di pasar tidak mungkin dia menjual di bawah harga yang dia beli tetapi dia tidak boleh mengambil keuntungan yang berlebihan, misalnya dua kali lipat, tidak boleh. Yang kedua, adalah biasa disebut profit *ubuddiyah*. Profit yang ada kaitannya dengan moral manusia, seperti yang saya katakan tadi itu *kan* yang dia beli misalnya seratus ribu lalu dia akan menjual dua ratus ribu tidak *ubuddiyah*. Tapi kalo dia mau menjual misal-



Gambar 2. Nilai Si Pitung dalam Konsep Harga Jual Komunitas Betawi

nya dia perhitungkan bahwa saya ingin menjual dengan rate kemampuan misalnya seratus sepuluh atau seratus lima yang *pokoknya* seratus itu sudah *ubudiyah*. Yang ketiga disebut dengan profit religius, ketuhanan. *Kan* Rasulullah itu memberikan contoh bagaimana beliau berdagang membawa dagangannya sebelum istrinya Siti Khadijah, dia bawa ke sana kemari dia tetapkan harganya sekian dia terserah orang mau beli berapa, sehingga banyak yang laku. Jangan terlalu mengambil keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Itu yang namanya rakus, serakah dalam agama tidak boleh serakah. Yang seratus ribu dijual dua ratus ribu bahkan kadang-kadang tiga ratus ribu itu serakah. Rasulullah berdagang tidak menjual di bawah harga pokoknya namun di dalam penjualan itu sudah ada sedekah. Ada keuntungan materi, ada keuntungan orang merasa senang" (Irsan).

Penjelasan Bapak Irsan di atas sebenarnya tidak terlepas dari cara-cara penetapan harga jual yang diterapkan oleh masyarakat Betawi. Bila kita menyimak penuturan para informan sebelumnya terungkap bahwa di balik nilai religi, konsep harga jual masyarakat Betawi sebenarnya juga dibentuk oleh profit religi dan profit materialis. Sementara itu, dalam harga jual yang dibentuk oleh nilai-nilai sosial pada dasarnya juga terkandung upaya pencapaian profit *ubuddiyah* dan profit materialis.

Apa yang diungkapkan oleh Bapak Irsan sebenarnya memberikan penjelasan bahwa dalam penetapan harga jual yang berpijak dari nilai-nilai budaya juga memiliki elemen profit yang menyatu dalam harga jual yang terbentuk. Meskipun begitu, profit (dalam nilai materi) di sini bukan merupakan satu-satunya elemen penentu terbentuknya harga karena terdapat nilai-nilai lainnya yang menyatu dalam profit tersebut sebagai pembentuk harga. Tentunya hal ini sangat berbeda dengan konsep harga sebagaimana yang dijelaskan pada konsep harga jual konvensional yang penetapannya berangkat dari orientasi materi saja. Shallehuddin, (2016:124) menjelaskan bahwa menurut Muhammad Husain Abdullah mendapatkan penghasilan dan keuntungan merupakan *qimah madiyah* (nilai materi) yang termasuk salah satu dari *qimah* (nilai) yang diupayakan manusia agar terwujud dalam melakukan suatu perbuatan.

Seperti yang terungkap dalam penuturan Bapak Irsan bahwa terdapat tiga bentuk profit pada harga jual berbasis budaya. Profit tersebut adalah profit materialis, profit *ubuddiyah* dan profit religius. Profit materialis memaknai harga jual sebagai sarana un-

tuk mendapatkan keuntungan akan tetapi keuntungan (dalam koridor nilai-nilai Islam) Profit *ubudiyah*, didefinisikan sebagai konsep harga jual yang mengandung nilai-nilai moral di dalamnya. Beberapa peneliti (Aldulaimi, 2016; Almoharby, 2011; Boyce, 2014) mendefinisikan moral sebagai suatu pranata yang berfungsi untuk memberikan orientasi kepada manusia bagaimana dan ke mana harus melangkah dalam hidup ini. Sementara itu, profit religius yang terdapat dalam harga jual berbasis budaya mengarahkan pemahaman bahwa penetapan suatu harga jual merupakan manifestasi ibadah melalui sedekah. Sedekah dapat diartikan tidak hanya memberikan harta di jalan Allah SWT, tetapi juga mencakup segala amal dan perbuatan baik (Al-Krenawi, 2016; Campoy-Muñoz, Cardenete, & Delgado, 2016).

Tujuan penetapan harga jual dalam perspektif masyarakat betawian. Akuntansi merupakan ilmu yang sarat dengan nilai. Realitas akuntansi kekinian sebenarnya terlahir dan tak terpisahkan dari dinamika lingkungan tempat ia berada. Didasarkan pada hal tersebut dapat dikatakan bahwa tujuan penetapan harga jual dalam aktivitas berjualan yang dilakoni oleh masyarakat Betawi pada dasarnya diperuntukkan pada pencapaian keberkahan dari Sang Maha Pencipta, Allah SWT.

Hal tersebut sebagaimana yang diungkapkan oleh salah seorang informan (Ibu Jamilah) yang mulai hijrah ke Gorontalo sejak tahun 1999. Beliau hengkang dari Jakarta karena mengikuti suami yang berasal dan menetap di Gorontalo. Di Gorontalolah keseharian aktivitas berjualan mulai dirintisnya sejak tahun 2011. Karena tidak ada pilihan lain, untuk membantu kehidupan perekonomian keluarganya maka setiap harinya Ibu Jamilah berjualan makanan yang sebagian besar anak kost yang menjadi pelanggannya. Bila pada pagi harinya beliau berjualan nasi kuning, siang harinya beliau berjualan beberapa macam panganan, seperti yang diungkapkan berikut ini.

> "Saya ini taunya cuma *masak* saya tidak punya kebisaan yang lain. Waktu dengan orang tua, di Jakarta kita *kan* tinggal di pinggir jalan jadi anak-anaknya itu dikasih warung masing-masing buat jualan makanan. Kita jual sayur asem, semur, semur jengkol, oseng-oseng, macam-macam. *Kalo* di Gorontalo ini saya datang sejak tahun sembilan sembilan jualan dari tahun dua ribu sebelas. Saya juga jualan kebetulan ada tempat di pinggir jalan punya mertua saya jualan di sini. Jualan untuk makanan anak kost. Saya setiap hari jualan nasi dan macam-macam sayur, ikan, macam-macam, tapi kalo pagi saya jual nasi kuning. Anak-anak kost banyak yang beli di sini" (Jamilah).

Penuturan Ibu Jamilah memberikan gambaran bagaimana proses hidup yang dijalani sehingga pencapaiannya saat ini. Lebih lanjut beliau mengungkapkan tentang pandangannya terhadap harga jual yang ditetapkannya.

> "Biar keuntungannya sedikit-sedikit yang penting lancar. Dalam Islam yang kita cari kan keberkahan. Biar sedikit-sedikit *Alhamdulillah* keperluan anak-anak bisa tercukupi, anak-anak saya selamat, bisa sekolah. *Alhamdulillah* anak saya yang paling tua sekarang sudah *bahonor* di kantor gubernur. Padahal dulu waktu saya masih masak untuk anak-anak prajabatan kalo mereka upacara kadang saya kepikiran Ya Allah kapan anak saya bisa seperti mereka. *Eh Alhamdulillah* sekarang bisa kesampean walaupun masih *bahonor*" (Jamilah).

Dari hasil wawancara terungkap bahwa harga jual yang ditetapkan pada dasarnya hanyalah untuk meraih keberkahan hidup. Apa yang dilakukan oleh Ibu Jamilah tersebut semata karena Allah. Bila dilihat secara lebih jauh sebenarnya penentuan harga dimaksudkan untuk meraih keuntungan yang melampaui nilai materi. Untuk meraih keuntungan tidak saja dibutuhkan modal materi, tetapi juga modal spiritual (*spiritual capital*). Shallehuddin (2016) mengungkapkan modal spiritual (*spiritual capital*) dalam Islam bermakna kekuatan dan pengaruh yang dihasilkan oleh hubungan seseorang dengan Allah SWT. Artinya, kuat tidaknya hubungan seseorang dengan Allah akan memberikan kekuatan dan pengaruh kehidupan. Modal spiritual (*spiritual capital*) merupakan sum-

ber kebajikan yang dalam pandangan Islam tujuannya hanyalah untuk meraih ridho Allah SWT melalui ketundukan dan kecintaan kepada Allah (Abdul-Baki & Uthman, 2017; Khairi, 2013). Di sisi yang lain, Ibu Ramlah menuturkan tentang alokasi hasil penjualan yang diperolehnya.

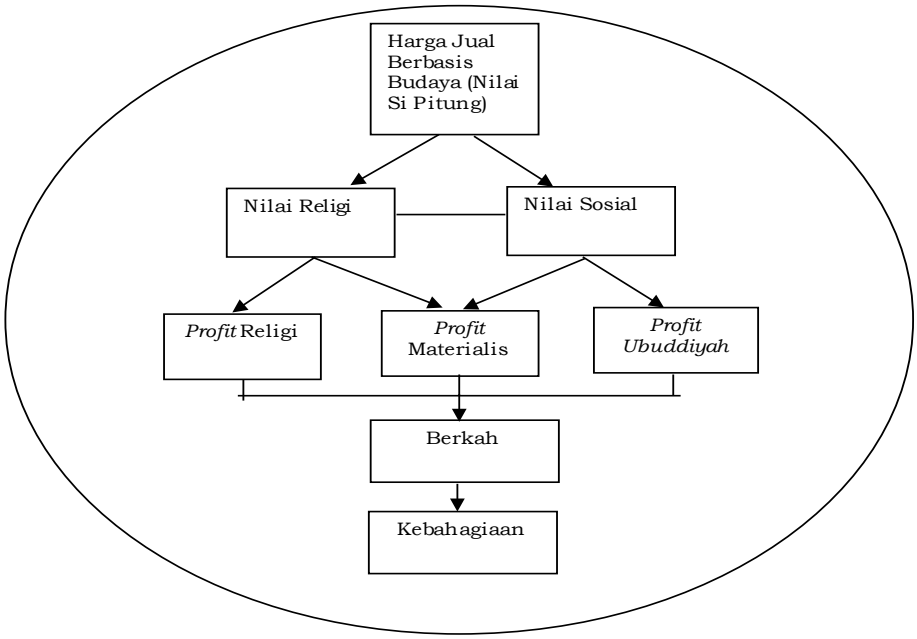
> "*Kalo* masih di Jakarta hasil jualan kita sisihkan di bumbung. Jadi, kita punya bumbung, *kayak* tabungan celengan dari bambu. Jadi, tiap hari diisi beras segenggam. Bumbung itu digantung di depan rumah dan diambil *ama* orang masjid seminggu sekali setiap selesai shalat Jumat. Ada yang beras ada juga uang, terserah. Itu harus ada di setiap rumah. Nanti buat kaum duafa dan misalnya kalo ada kedukaan, buat keperluan si mayat, ada untuk biaya kuburan, biaya buat yang mandiin mayat. Kalo orang warung sih ya lebih banyak ngasihnya. Tapi kalo di Gorontalo mah bukan bumbung namanya tapi waktu saya di *Heledulaa* kita *dimintain* sumbangan tiap bulan *pake* kartu" (Ramlah).

Apa yang diungkapkan oleh informan Ibu Jamilah dan Ibu Ramlah di atas sebenarnya menunjukkan bahwa penetapan harga jual yang dilakukan pada akhirnya akan bermuara tidak hanya untuk kepentingan individu saja, tetapi juga untuk kepentingan sesama manusia. Profit yang diperoleh dari hasil penjualan bukan semata-mata untuk kepentingan hidup di dunia akan tetapi juga diperuntukkan pada investasi bagi kehidupan akhirat. Penuturan para informan sebagaimana yang dipaparkan di atas sebetulnya juga menggambarkan bahwa profit yang dihasilkan dalam harga sebetulnya tidak hanya untuk keberlangsungan hidup di dunia saja. Akan tetapi, yang terpenting adalah profit yang dihasilkan dari harga jual dapat menapakkan jejaknya bagi keberlangsungan hidup di akhirat kelak. Konsep harga jual seperti apa yang digambarkan oleh beberapa informan sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya tentu saja memiliki unsur-unsur yang berbeda bila disandingkan dengan unsur-unsur yang membangun harga jual dalam perspektif harga jual konvensional yang mengedepankan nilai materi untuk kepentingan individu semata. Penuturan beberapa informan dalam penelitian ini tentang konsep harga jual dalam lingkup nilai-nilai Si Pitung seperti yang telah diuraikan sebelumnya mencerminkan tentang hadirnya nilai-nilai Islam yang membentuk harga. Hal ini di antaranya sebagaimana yang terdapat dalam Al Qur'an surah Al Baqarah ayat 215 dan ayat 245.

> Mereka bertanya tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: "Apa saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu-bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan". Dan apa saja kebaikan yang kamu buat, maka sesungguhnya Allah Maha Mengetahuinya (Surah Al Baqarah ayat 215)

> Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan melipatgandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan (Surah Al Baqarah ayat 245)

Surah Al Baqarah ayat 215 dan ayat 245 menjelaskan tentang kewajiban umat manusia untuk menunjukkan kecintaan dan ketundukannya kepada Allah SWT melalui sedekah dan keutamaan yang diberikan oleh Allah SWT bagi hamba-Nya yang taat. Bagi manusia yang tunduk dan patuh kepada perintah Rabbnya, maka ganjarannya adalah keberkahan hidup di dunia tetapi juga di akhirat. Melalui beberapa hasil wawancara tercermin bahwa kewajiban manusia untuk selalu mengutamakan sedekah dalam realitas kehidupannya juga dapat teraktualisasi pada harga jual yang ditetapkan. Hal ini jelas terlihat dalam gambaran konsep harga jual yang ditetapkan oleh para informan masyarakat Betawi dalam realitas kehidupannya, seperti yang telah dikemukakan sebelumnya. Tanpa disadari, sebenarnya nilai-nilai religi yang mendasari terbentuknya harga yang ditetapkan memberikan dampak yang signifikan bagi terciptanya fondasi yang kuat terhadap keberlangsungan



Gambar 3. Konsep Harga Jual Betawian dalam Nilai-Nilai Si Pitung

usaha yang dijalankan dari waktu ke waktu. Mengedepankan nilai-nilai agama dalam kegiatan perdagangan, khususnya dalam penentuan harga, tentu saja akan membawa keberkahan, kebahagiaan, dan rezeki yang lapang bagi para pelakunya. Berdasarkan uraian sebelumnya melalui gambar 3 dapat digambarkan konsep harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Betawi dalam realitas nilai-nilai Si Pitung.

SIMPULAN

Cerita Si Pitung merupakan salah satu dari beragam simbol budaya milik masyarakat Betawi. Si Pitung "sang jagoan Betawi" dapat dikatakan juga sebagai simbol identitas Betawi. Bagi masyarakat Betawi Si Pitung dalam kisahnya merupakan sosok pahlawan bagi rakyat kecil. Tak dapat dipungkiri kisah Si Pitung menyisakan nilai-nilai kebaikan yang bisa dipetik untuk dijadikan teladan dalam menjalani kehidupan. Nilai-nilai yang terdapat dalam diri Si Pitung tak terkecuali juga memberikan kontribusi dalam penetapan harga jual yang diimplementasikan oleh masyarakat Betawi.

Berdasarkan hasil analisis data studi ini menemukan nilai religi dan nilai sosial tercermin dalam penetapan harga jual yang diterapkan oleh masyarakat Betawi yang hijrah ke Gorontalo. Tidak hanya itu, nilai religi juga menggambarkan profit religius serta profit materialis (keuntungan dalam koridor nilai-nilai Islam). Demikian juga halnya pada nilai sosial yang merefleksikan profit *ubuddiyah* dan profit materialis sebagai tujuan dari penetapan harga jual yang dilakukan.

Hasil penelitian ini sekaligus juga menunjukkan bahwa dalam perspektif budaya, harga jual pada dasarnya mengandung unsur profit di dalamnya, tetapi orientasi profit yang dimaksud berbeda dengan orientasi profit sebagaimana yang terdapat dalam elemen-elemen harga jual konvensional. Penetapan harga jual yang diimplementasikan dalam budaya masyarakat Betawi ditujukan bukan hanya untuk meraih kepentingan duniawi, melainkan dijadikan sebagai ladang berinvestasi dalam meraih kesuksesan hidup di akhirat. Proses penetapan harga jual dalam perspektif budaya Betawi bila ditinjau dari kaca mata nilai-nilai Si Pitung tentunya tidak hanya memberikan warna yang berbeda dari konsep harga jual konvensional. Namun, secara tidak langsung menunjukkan bahwa elemen yang berperan dalam proses terbentuknya harga yaitu elemen nilai religi dan nilai sosial. Nilai religi dan nilai sosial dalam harga jual inilah sekaligus merupakan perisai yang membawa harga yang ditetapkan tersebut menjadi berkah bagi kelangsungan keberlanjutan usaha yang dijalankan. Dalam harga yang ditetapkan menebarkan kesejukan dan kebahagiaan baik bagi para pedagang maupun kepada pelanggannya.

DAFTAR RUJUKAN

Abdul-Baki, Z., & Uthman, A. B. (2017). Exploring the "Social Failures" of Islamic Banks: A Historical Dialectics Analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, 8*(3), 250-271. https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2014-0021

Al-Sowayan, A. I. A. R. (2012). *Rahasia Kasih Sayang dalam Islam (Min Ma'aalim al-Rahmah)*. Jakarta: Yayasan Kemanusiaan Syaikh Tsani Ibn Abdullah.

Aldulaimi, S, H. (2016). Fundamental Islamic Perspective of Work Ethics. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, 7*(1), 59-76. https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2014-0006

Al-Krenawi, A. (2016). The Role of the Mosque and Its Relevance to Social Work. *International Social Work, 59*(3), 359-367. https://doi.org/10.1177/0020872815-5626997

Almoharby, D. (2011). The Current World Business Meltdown: Islamic Religion as a Regulator. *Humanomics, 27*(2), 97-108. https://doi.org/10.1108/082886-61111135108

Amaliah, T. H. (2016). Nilai Budaya Tri Hita Karana dalam Penetapan Harga Jual. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 7*(2), 156-323. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2016.08.7016

Ammar, S. (2017). Enterprise Systems, Business Process Management and UK-management Accounting Practices: Cross-sectional Case Studies. *Qualitative Research in Accounting & Management, 14*(3), 230-281. http://doi.org/10.1108/QRAM-05-2016-0044

Anwar, C. (2012). Methodological Perspective in Constructing Spirituality and Dignity-based Accounting. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 3*(2), 257-273. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2012.08.7160

Attas, S. G. (2017). Seni Pertunjukan Cerita Si Pitung: Pertarungan Identitas dan Representasi Budaya Betawi. *Arkhais: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra Indonesia, 8*(1), 68-79. https://doi.org/10.21009/ARKHAIS.081.08

Boyce, G. (2014). Accounting, Ethics and Human Existence: Lightly Unbearable, Heavily Kitsch. *Critical Perspectives on Accounting, 25*(3), 197-209. https://doi.org/10.1016/j.cpa.2013.10.001

Brown, J., & Jones, M. (2015). Mapping and Exploring the Topography of Contemporary Financial Accounting Research. *The British Accounting Review, 47*(3), 237-261.https://doi.org/10.1016/j.bar.2014.08.006

Campoy-Muñoz, P., Cardenete, M. A., & Delgado, M. C. (2016). Assessing the Economic Impact of a Cultural Heritage Site Using Social Accounting Matrices: The Case of the Mosque-Cathedral of Cordoba. *Tourism Economics, 23*(4), 874-881. https://doi.org/10.5367/te.2016.0554

Kamayanti, A. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi: Pengantar Religiositas Keilmuan*. Jakarta: Yayasan Rumah Peneleh.

Khairi, M. S. (2013). Memahami Spiritual Capital Organisasi Bisnis Melalui Perspektif Islam. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 4*(2), 286-307. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2013.08.7198

Knorr, J. 2014. *Creole Identity in Postcolo nial Indonesia*. New York: Berghahn.

Koentjaraningrat. 2011. *Pengantar Antropologi I*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kusdewanti, A. I., Setiawan, A., Kamayanti, A., & Mulawarman, A. (2014). Akuntansi Bantengan: Perlawanan Akuntansi Indonesia melalui Metafora Bantengan dan Topeng Malang. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 5*(1), 149-169. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2014.04.5013

Kusdewanti, A. I., Triyuwono, I., & Djamhuri, A. (2016). *Teori Ketundukan: Gugatan terhadap Agency Theory*. Jakarta: Yayasan Rumah Peneleh.

Lutfillah, N., Mangoting, Y., Wijaya, R., & Djuharni, D. (2016). Konstruksi Tanggung Jawab Auditor Perspektif Mamayu Hayuning Bawana. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 7*(1), 36-50. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2016.04.7003

Mulia, A. (2014). Mengungkap Pemahaman tentang Akuntansi dari Kecerdasan Emosional, Spiritual dan Sosial Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 3*(3), 441-456. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2012.12.7173

Mursy, A. L., & Rosidi. (2013). Sentuhan Rasa di Balik Makna Laba. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 4*(2), 165–176. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2013.08.7190

Niswatin, N., Noholo, S., Tuli, H., & Wuryandini, A. (2017). Perilaku Pengusaha Mikro Betawi Perantauan terhadap Cost Reduction. *Jurnal Akuntansi Mul-*

tiparadigma, 8(3), 427-443. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2017.12.7064

Pal, B., Sana, S.S., & Chaudhuri, K. (2012). Multi-item EOQ Model While Demand is Sales Price and Price Break Sensitive. *Economic Modelling, 29*(6), 2283–2288. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2012.06.039

Paranoan, S. (2015). Akuntabilitas dalam Upacara Adat Pemakaman. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma. 6*(2), 214-223. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6017

Plassmann, F., & Tideman, T. N. (2011). Marginal Cost Pricing and Eminent Domain. *Foundations and Trends in Microeconomics, 7*(1), 1-110. http://dx.doi.org/10.1561/0700000050

Rahayu, S., & Yudi. (2015). Uang Nai': Antara Cinta dan Gengsi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 6*(2), 224-236. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6016

Rahayu, S., Yudi, & Sari, D.P. (2016). Makna Biaya Pada Ritual Ngaturang Canang Masyarakat Bali. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 7*(3), 382-398. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2016.12.7028

Reusen, E., & Stouthuysen, K. (2017). Misaligned Control: The Role of Management Control System Imitation in Supply Chains. *Accounting, Organizations and Society, 61*, 22-35. https://doi.org/10.1016/j.aos.2017.08.001

Reza, M.A. (2013). 108 *Cerita Rakyat Terbaik Asli Nusantara (Cerita Kepahlawanan, Mitos, Legenda, Dongeng & Fabel dari 33 Provinsi)*. Jakarta: Transmedia Pustaka.

Sadr, S. K. (2015). The Role of Human Capital in Economic Development of the Earliest Islamic Period. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 8*(4), 398-417. https://doi.org/10.1108/IMEFM-12-2014-0122

Shallehuddin, B. (2016). *Spritual Capital: Rahasia Sukses Raih Rezeki Berkah Melimpah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sitorus, J. H. E., Triyuwono, I., & Kamayanti, A. (2017). Homo Economicus vis a vis Homo Pancasilaus: A Fight against Positive Accounting Theory. *Pertanika Journal of Social Science and Humanities, 25*(S), 311-320.

Spencer, D. (2016). Work in and Beyond the Second Machine Age: The Politics of Production and Digital Technologies. *Work, Employment and Society, 31*(1), 142-152. https://doi.org/10.1177/0950017016645716

Stanley, C. (2017). Strategic Cost Management and Performance: The Case of Environmental Costs. *Social and Environmental Accountability Journal, 37*(2), 150-151. https://doi.org/10.1080/0969160X.2017.1345812

Triyuwono, I. (2012). *Akuntansi Syariah: Perspektif, Metodologi, dan Teori*. Jakarta: Raja Grafindo Press.

Triyuwono, I. (2016). Tri Hita Karana, Tri-Kaya Parisudha, dan Rwa Bhineda: Memantik Kesadaran Aham Brahmasmi pada Informasi akuntansi. *In Temu Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia*. Denpasar.

Tumirin & Abdurahim, A. (2015). Makna Biaya Dalam Upacara Rambu Solo. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 6*(2), 175–184. http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6014

Umney, C. (2017). Moral Economy, Intermediaries, and Intensified Competition in the Labour Market for Function Musicians. *Work, Employment and Society, 31*(5), 834-850. https://doi.org/10.1177/0950017017692510

Warwick, F., & Robert, W. (2014). The Religious Imperative of Cost Accounting in the Early Industrial Revolution. *Accounting, Auditing & Accountability Journal, 27*(2), 357-381. https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2013-1269

Windarsih, A. (2013). Memahami "Betawi" dalam Konteks Cagar Budaya Condet dan Setu Babakan. *Jurnal Masyarakat dan Budaya, 15*(1), 178-200. http://dx.doi.org/10.14203/jmb.v15i1.146

Yunus, R. (2013). Transformasi Nilai-Nilai Budaya Lokal sebagai Upaya Pembangunan Karakter Bangsa (Studi Kasus Budaya Huyula di Kota Gorontalo. *Jurnal Penelitian Pendidikan, 14*(1), 65-77.