

LABA BATHIN DALAM PERSPEKTIF GUNUNGAN WAYANG

Diah Ayu Gustiningsih
(diahdani57@gmail.com)
STIE Tri Dharma Nusantara

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali dan mendalami dasar dari konsep bisnis yang dilakukan oleh pemilik usaha industri tahu bapak wahyudi. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan hermetika, dengan menelaah konsep bisnis gunung wayang yang menjadi dasar dalam berbisnis yaitu cipta, rasa dan karsa (tridaya). Hasil penelitian ini menggambarkan Laba secukupnya yang diambil oleh pemilik dengan mengorbankan kemungkinan besar laba yang akan didapatkan dari operasional bisnis yang dilepaskan, kesempatan mendapatkan pemasukan dan keuntungan lebih demi mendapatkan kenyamanan atau ketenangan bathin dengan menyaksikan bahwa seluruh pedagang yang membeli dan menjual barang buaatannya ikut merasakan keuntungan dan tidak susah menjual barangnya karena harganya tidak mengikuti anomali yang seharusnya hasil penelitian ini kemudian ditelaah dalam persepsi gunung wayang.

Kata kunci : Laba, bathin, gunung wayang, tridaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to study and refine the business concept carried out by the tofu wahyudi business owner. This research was conducted by discussing hermetics, by examining the concept of the gunung wayang business which is the basis of doing business in creativity, taste and intention (tridaya). The results of this study reveal sufficient profit taken by the owner by sacrificing large profits to be obtained from the business operations released, the opportunity to get income and profit in order to get the comfort or enjoyment of the heart by bringing up pedikas who buy and sell the goods they need for profit and fail. selling the goods because they did not get the anomalous results needed for the results of this study were then examined in the perception of gunung wayang.

Keywords : Profit, inner, gunung wayang, tridaya

A. LATAR BELAKANG

Sebuah bisnis seyogyanya dibangun dan dijalankan demi pemenuhan kebutuhan dari pelakunya. Pelaku bisnis memiliki berbagai konsep dalam menjalankan bisnis, pada umumnya orientasi bisnis lebih merujuk kepada laba maksimal seperti dipahami selama

ini aplikasi dari teori ekonomi yang dikemukakan oleh Adam Smith sehingga para pelaku bisnis menjadi sesosok pembisnis yang rasional. Kahneman dan Trevisky (1973) telah mencoba membuktikan bahwa asumsi dari tentang pelaku bisnis itu selalu rasional dipatahkan dengan penelitiannya bahwa tak selamanya seperti demikian, ada juga pelaku bisnis yang irrasional, konsepsi bahwa bukan hanya laba optimal tujuannya. Bagi pelaku bisnis irrasional ada tujuan tersendiri yang ingin dicapai.

Kerangka berfikir sekuler dalam ekonomi neoklasik setidaknya bisa dilihat dalam konsep rasionalitas ekonomi yang dikembangkan. Ilmu ekonomi konvensional (neoklasik) sangat memegang teguh asumsi bahwa tindakan individu adalah rasional. Sebenarnya tidak ada persoalan untuk menerima asumsi ini, hanya ada satu masalah yaitu dalam hal mendefinisikan rasionalitas, karena memang hampir semua bidang ilmu sosial mempunyai definisi dan pandangan yang tersendiri tentang rasionalitas. Definisi rasionalitas dari berbagai cabang ilmu sosial mungkin akan berbeda. Misalnya suatu perbuatan yang dianggap rasional menurut seorang pakar psikologi, akan tetapi menurut pakar ekonomi sebagai tidak rasional (Kholis, 2009 dalam Munir, 2012)

Laba menurut Suwito (2014) adalah sebuah kepalsuan atau kebathilan jika dilihat dari perspektif basa walikan malangan yaitu "*abal*" atau "*abal-abal*" sebuah *hipperealitas* dengan *simulacra* fatamorgana sebagai akhirnya mendorong untuk menghalalkan segala cara dalam mendapatkannya. Tidak bisa dipungkiri laba merupakan tujuan utama bagi pemilik usaha, tetapi ukuran laba yang diinginkan juga berbeda-beda. Deggan (2006) menyatakan bahwa adanya tindakan moral hazard "oportunistik" demi kesejahteraan diri sendiri "selft interest" yang menyebabkan manajer mengambil kebijakan akuntansi dengan tujuan tersebut.

Dalam paradoks laba setelah di restorasi dengan nilai-nilai kearifan lokal malangan, mengharuskan laba tersebut terbangun dengan dasar kejujuran dan keluhuran budi pekerti. Apabila manajer juga merupakan pelaku bisnis maka laba dalam setiap usaha akan menjadi sebuah hal yang diilustrasikan sebagai kebohongan atau kepalsuan. Akibat dari tujuan utama sebuah entitas yaitu menghasilkan profit, menyebabkan sifat oportunistik tidak dapat terhindarkan, sedangkan perilaku oportunistik adalah upaya untuk mendapatkan keuntungan melalui praktik yang tidak jujur dalam kegiatan transaksi.

Williamson, (1993) oportuniste sendiri merupakan tindakan mengutamakan kepentingan diri dengan menggunakan akal bulus. Dalam aktivitas bisnis, individu terkadang berusaha mengeksploitasi situasi demi keuntungannya. Hal ini tidak berarti bahwa seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi bertindak oportunistis, namun

demikian resiko oportuniste sering muncul. Semakin sedikit jumlah *supplier*, semakin memungkinkan *supplier* bertindak oportuniste (Priyadi, 2008).

Munir, (2012) menyatakan tindakan yang demikian tersebut menyebabkan keuntungan terkadang hanya pada salah satu pihak, dan ada pihak yang dirugikan. Sesuatu yang menurutnya baik dan menguntungkan belum tentu baik dan menguntungkan bagi orang lain. Sesuatu yang rasional belum tentu dapat diterima akal orang lain. Sebagai misal, seorang pedagang memberikan bandrol sangat tinggi bagi sebuah produk. Bagi penjual, hal tersebut wajar dan masuk akal, tetapi belum tentu bagi pembeli atau penjual lainnya. Di sisi lain, terdapat pula seorang pelaku usaha yang merasa puas atas apa yang dilakukannya ketika ia menetapkan harga secukupnya kepada konsumen. Baginya, itu rasional, tetapi bagi kebanyakan orang bisa dianggap sebagai sebuah kebodohan. Dan ini terjadi dalam kehidupan manusia, khususnya dalam perilaku mereka untuk memenuhi kebutuhan akan kesejahteraannya.

Akan tetapi menurut Praditha (2017) laba juga bisa menjadi sebuah laba yang hakiki apabila didapatkannya dengan cara yang halal dan menjadi sebuah laba akhirat, dan bukan hanya untuk kesejahteraan akhirat tetapi juga kesejahteraan kehidupan setelah di dunia. Dalam artikel ini pemilik lebih menganggap bahwa laba itu harus didapatkan dengan cara yang halal.

Berangkat dari beberapa penelitian tentang konsep laba Suwito dan Praditha maka peneliti mencoba untuk mengkaji konsep laba dalam perspektif kearifan lokal, pada tempat usaha lokal, apakah dalam usaha tersebut juga tersimpan nilai-nilai kearifan lokal yang lain. Penelitian dengan melibatkan nilai-nilai kearifan lokal telah banyak dilakukan bukan hanya dalam konteks laba tetapi juga dalam hal, jual-beli, penganggaran, dan masih banyak lagi, sebagai contoh penelitian seperti Sopanah et al (2003) yang mencoba menemukan nilai-nilai kearifan lokal dalam partisipasi penganggaran di daerah tersebut. Meneliti konsep-konsep penganggaran dengan memasukkan nilai-nilai dari *local wisdom* masyarakat malang, yaitu malangkecewara, dimana untuk menghindari yang bathil dan berpihak pada yang benar maka penganggaran harus menjadi alat yang memiliki kepekaan yang tajam.

Dalam penelitian ini peneliti mencoba menggali sebuah konsep bisnis dengan mencari sisi filosofis dari kearifan lokal gunungan wayang yang didalamnya terkandung sebuah tridaya yaitu cipta, rasa dan karsa. Peneliti mencoba mengamati konsep bisnis dan pemilik usaha kemudian mencoba menangkap beberapa detail perencanaan yang menjadi dasar-dasar kegiatan operasional bisnis hingga tujuan berbisnis dan penggunaan keuntungannya, dari pengamatan tersebut

kemudian peneliti mencoba mengkajinya dalam filosofis konsepsi gunung wayang dengan tridaya.

B. TINJAUAN TEORITIS

1. Laba

Setiap perusahaan berusaha untuk memperoleh laba yang maksimal. Laba yang diperoleh perusahaan akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan tersebut hal ini dikarenakan operasi perusahaan yang berlangsung secara kontinuitas juga berasal dari laba setiap periodenya. Berikut pengertian laba menurut beberapa ahli: Menurut Harahap (2011:103) "Laba adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi".

Sedangkan menurut Suwardjono (2008:464) "Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa)". Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan pendapatan di atas biaya sebagai imbalan menghasilkan barang dan jasa selama satu periode akuntansi.

Menurut Horngren (1997), bahwa laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya. Laba disebut juga pendapatan bersih atau net earnings. Sedangkan menurut Hansen dan Mowen (2001), bahwa laba atau laba bersih merupakan laba operasi dikurangi pajak, biaya bunga, biaya riset, dan pengembangan. Laba bersih disajikan dalam laporan rugi-laba dengan menyandingkan antara pendapatan dengan biaya.

2. Bathin

Bathin dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah sesuatu yg terdapat di dalam hati, menyangkut apa yang dirasakan dalam jiwa seseorang dengan lebih hakiki. Murata (1999) menjelaskan bahwa Tuhan meniupkan ruh dan menjadi jiwa dalam diri manusia, jiwa adalah unsur yang tak terpisahkan dari tubuh yang berasal dari tanah. Shihab (2008:282) mengungkapkan bahwa manusia adalah makhluk spriritual dengan berbagai kebaikan yang dimilikinya seperti sifat Tuhan dan memiliki kesadaran tauhid dengan entitas spriritual yang ada, melihat dengan hati, bukan hanya dengan mata. Dengan demikian maka manusia seharusnya memiliki kesadaran untuk membawa rahmatan lil alamin demi kebaikan di seluruh alam.

3. Gunung Wayang

Dalam cerita pewayangan ada benda yang dinamakan gunung, mengapa dinakan gunung sebab, dalam cerita pewayang benda tersebut digambarkan sebagai gunung. Gunung wayang biasanya digunakan saat adegan pertama sebelum memulai cerita

dengan memutar-mutarkan gunung dengan tanda biasanya cerita dimulai atau babak baru. Dalam bentuk gunung yang mengerucut ke atas memiliki makna bahwa semua kehidupan akan kembali padaNYA dan filosofi bentuk adalah : bentuk gunung sendiri menyerupai serambi bilik kiri yang ada di dalam tubuh kita, itu mungkin mempunyai makna kalau kita harus menjaga apapun yang ada di dalam hati kita hanya kepada sang pencipta. Dan yang lebih hebat lagi adalah dari segi bentuk yang persisi dengan “mustoko” di atas masjid yang ada banyak di negara kita. itu perlambang dari sipembuat untuk kita supaya menjaga hati kita secara lurus (seperti pohon) kepada masjid/agama/tuhan.

Seluruh alam raya beserta isinya mulai dari manusia sampai dengan hewan serta hutan dan perlengkapannya merupakan bentuk kehidupan yang disimbolkan dalam gunung wayang . Gunung wayang, jika dilihat dari segi bentuk segi limanya , mempunyai makna bahwa segi lima itu lima waktu yang harus dilakukan oleh agama adapun bentuk gunung meruncing ke atas itu melambangkan bahwa manusia hidup ini menuju yang di atas yaitu Allah SWT.

Gambar 1: Gunung Wayang



Sumber:www.google.com

Gunung wayang dengan bentuknya yang lancip runcing ke atas melambangkan bahwa manusia hidup memiliki jika semakin tua maka memiliki ilmu yang semakin tinggi, manusia harus semakin mengerucut (golong gilig) manunggaling jiwa, cipta, rasa dan karsa dalam hidup kita (Santoso:2013). Hakekat makna tridaya sendiri adalah cipta adalah proses penerapan cipta ini menggunakan kekuatan pikiran dan imajinasi. Pada saat berdoa atau memohon kepada Tuhan, maka kita harus mengetahui apa yang kita minta atau mohonkan itu. Sehingga kita harus memahami arti dan makna dari doa-doa yang kita panjatkan. Rasa adalah cara menerapkannya menggunakan kekuatan perasaan batin atau emosi jiwa. Setelah kita menggunakan daya cipta terhadap keinginan, maka dilanjutkan dengan merasakan dalam batin bahwa keinginan tersebut telah hadir dan dirasakan. Sedangkan karsa lebih bermakna keinginan atau

kemauan yang kuat. Apabila dalam tahap cipta dan rasa, keinginan-keinginan itu masih tak kasat mata, maka dalam tahap selanjutnya keinginan itu harus diupayakan maujud sehingga dapat dilihat, disentuh dan dimanfaatkan sesuai kebutuhan. Karsa berarti kekuatan untuk mewujudkan keinginan tersebut menjadi nyata.

4. Teori Ketundukan

Kusdewanti, Triyuwono dan Djamhuri (2016) menyebutkan compliance (**ketundukan**) merupakan suatu perilaku yang sebagai persetujuan atas permintaan orang lain. Memang di dalam mengabdikan permintaan orang lain bisa disebabkan karena adanya kekuatan sosial, adakalanya seseorang itu mengabdikan permintaan tanpa alasan tertentu. Artinya, dia hanya ingin memberi dan kalau ada permintaan. Keadaan seperti ini disebut **Mindlessness** (kerelaan tanpa pamrih). Menurut **Equity Theory** (Teori Tentang Keadilan), hubungan interpersonal cenderung terbentuk oleh adanya perasaan bahwa mereka itu diperlakukan secara fair (adil). Apabila kita tertarik pada seseorang, kita akan berbuat sesuatu yang disukainya. Orang akan mengabdikan permintaan apabila sedang senang hatinya. Perasaan senang berkaitan dengan moodnya pada saat itu. Pendapat ini terbukti dalam penelitian oleh **Regan** (1971) yang menemukan apabila orang itu dalam masalah, cenderung menolak permintaan, sebaliknya apabila dia dalam situasi rileks/menyenangkan, cenderung mengabdikan permintaan.

Dalam buku teori ketundukan yang diturunkan dari nilai-nilai kearifan lokal yang lebih “memanusiakan” manusia dari pada dibandingkan nilai *self-interest* yang diusung Agency Theory. Dijelaskan bahwa filosofis Gunung wayang dijelaskan bahwa ada sang pencipta sebagai penentu dari seluruh kebijakan yang diambil dan dijalankan oleh manusia. Jika awalnya konsep maksimalisasi laba dalam ekonomi dan akhirnya setiap manajer berperilaku opportunistik dalam mengambil kebijakan.

Teori ketundukan adalah teori mengenai jaring-jaring kesadaran hubungan dan ketundukan holistik dibawah kuasa Illahi, dimana bukan keegoisan yang dibawa melainkan perwujudan dari ajaran tauhid dimana manusia diciptakan untuk membawa rahmatan lil alamin secara amanah menghilangkan dominasi dari segala eksploitasi.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan interpretif hermeneutika yakni metode penelitian religius dan sastra bahan tekstual dengan menyelidiki secara mendalam kemudian menemukan bagian-bagiannya dan menghubungkan keseluruhan maknanya kemudian mengkaji dan mengungkapkan makna dibalik

temuan tersebut (Neuman, 2013). Subyek penelitian adalah usaha pembuatan tahu bapak Wahyudi, dengan konsep bisnisnya sebagai obyek dari penelitian, penelitian ini dilakukan secara langsung dengan metode wawancara dan pengamatan langsung.

D. HASIL PENELITIAN

Konsep bisnis dalam usaha pembuatan tahu bapak Wahyudi dapat dilihat dari hasil wawancara dan pengamatan secara langsung dimana jawaban dari adalah sebagai berikut: Menurut hasil wawancara pemilik usaha, ketika ditanya tentang beberapa tujuan dari pembuatan usaha ini beliau menyatakan:

“Yo, nggo nyukupi kebutuhan, untunge nggo sekolah anak, dadi sugih cita-citane ben ra kleleran, isin yen kurang mangan”.

Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa bisnis ini dijalankan untuk memenuhi segala kebutuhan hidup keluarga, pemenuhannya adalah dengan keuntungan dalam bahasa akuntansi yang biasa disebut sebagai laba. Penelitian dilanjutkan dengan pengamatan dimana didapatkan sebuah bagian kegiatan ketika beberapa kali peneliti sering menemukan kenyataan bahwa adanya penolakan pesanan pembeli yang dilakukan oleh pemilik. Ketika hal ini saya amati, menimbulkan sebuah pertanyaan, mengapa tidak diterima pesanan, padahal jika diterima bukankah pendapatan pada hari ini akan naik dan seiring dengan hal itu maka laba juga meningkat. Kemudian ketika hal ini ditanyakan penyebabnya beliau menyatakan bahwa:

“ora popo,...ben mene wae, yen diterimo kabeh yo kesengkan, wes wayahe ngaso ngedemne awak”.

Maksudnya inti dari jawaban tersebut adalah tidak mengapa, besok saja sekarang waktunya istirahat. Selain itu juga ada beberapa hasil pengamatan yang cukup membuat peneliti perlu mengkaji lebih dalam dari pengamatan ini diantaranya pemilik sering tidak menaikkan harga jual disaat harga produksi meningkat, padahal jika kita melihat orientasi laba yang digunakan untuk pemenuhan hidup, maka hasil pengamatan tentang beberapa hal berikut ini sangat bertolak belakang sehingga peneliti menyimpulkan bahwa pemilik usaha tidak rasionall dalam menjalankan usahanya. Berikut hasil pengamatan:

Tabel 1: Hasil pengamatan

Keterangan	Pengusaha rasional	Pengusaha irrasional
Saat permintaan meningkat	Menerima pesanan, menambah produksi yang sudah ada	Menolak pesanan, cukup dengan produksi yang biasanya

Saat bahan baku mengalami kenaikan harga	Menaikan harga jual produk agar laba terjaga	Tidak menaikkan harga jual produk dan membiarkan laba berkurang .
Saat bahan baku sulit didapatkan	Menaikkan harga jual produk	Harga jual tetap, memilih untuk mencari ke perkampungan stok bahan baku.

Sumber: data diolah (2018)

Dari tabel pengamatan tersebut menjadi dasar wawancara lanjutan atas hasil pengamatan, dimana pemilik menjawab:

“ ora usah, muluk-muluk , cukup semene wae, nggo opo sugih yen uripe ra ayam, sakke bakul e nyen regane mundhak, biasae tak golekke dele seng rodo mudhun regane nek kampung, biasae isih ono setithik. Ra usah kuatir rejeki iku wes ono sing ngatur , sing penting dilakoni, yen ngono bathine ayam”.

Maka dari hasil wawancara dan pengamatan inilah menjadi dasar kajian dalam penelitian ini. Interpretasi yang berbeda muncul ketika ada keputusan pemilik untuk menolak pesanan atau menambah produksi, padahal secara pengamatan menambah produksi sangat mungkin dilakukan mengingat pemilik masih memiliki persediaan bahan baku, serta tidak adanya penolakan dari karyawan untuk menambah produksi. Hal ini berarti pemilik menunda *pofit taking* dan tidak mencoba untuk mendapatkan laba yang lebih tinggi. Begitu juga dengan keputusan untuk menentukan tidak menaikkan harga jual dengan alasan rasa kasihan pada *reseller* (bakul) lebih memilih mencari bahan-baku lebih murah hingga ke daerah, padahal secara matematis hal ini malah menambah biaya pengadaan bahan baku termasuk tidak memperhitungkan rasa lelah dalam pencarian bahan baku. Meskipun sebenarnya ada bahan baku yang siap tetapi harganya sedang mengalami kenaikan.

Pemilik menyatakan bahwa yang paling utama adalah keamanan hidup yang dapat dipenuhi dari keuntungan usaha atau laba, lebih tepatnya laba secukupnya demi tujuan akhir yaitu ketenangan bathin. Pemilik dalam usaha ini juga berperan sebagai *agent* untuk mengelola perusahaan bukan hanya sekedar menjadi *principal*, hal inilah yang menyebabkan pemilik secara sadar bertindak sebaik mungkin untuk *principal* yaitu dirinya sendiri, sehingga pemilik dengan jelas mengetahui seluk beluk bisnis dan setiap langkahnya, dan menghilangkan tindakan rasionalitas yang materiil saja. Berbeda dengan Jensen & Meckling (1976: 318) yang menurutnya pasti ada tindakan yang dilakukan demi kepentingan material. Serta baik *principal* maupun *agent* pasti memiliki sifat *self interest* hal ini ditegaskan oleh Arnold & de Lange (2004)

Dalam tujuan dari bisnis yang diteliti yaitu mendapatkan ketenangan bathin apabila dalam gunungan wayang dimaknakan menjaga ketenangan hati. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa usaha dijalankan dengan konsep dimana Bapak Wayudi (pemilik usaha) sering menolak permintaan dari pesanan, dengan alasan bahwa sudah cukup saat ini, dalam hal ini adalah penjualannya. Jika seandainya pesanan diterima maka penjualan meningkat dan laba juga meningkat, tetapi hal ini tidak dilakukan, dengan alasan sudah cukup laba untuk hari ini. Meskipun dari keputusan tersebut, akan ada resiko bahwa pembeli tidak akan memesan kembali.

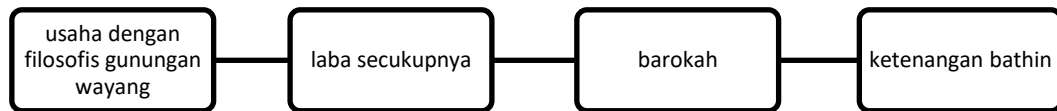
Arti kata “sudah cukup” yang diucapkan pemilik menandakan adanya kesadaran dari pemilik untuk tidak hanya berorientasikan *profit*, tetapi lebih pada penggunaan sumberdaya secukupnya atau sesuai kebutuhan, baik dalam pemakaian bahan baku maupun tenaga dari buruh pabriknya, bahwa pressure yang terlalu berlebihan akan menyebabkan masalah baru. hal ini mengingatkan kisah dari Erisychthon dalam buku berjudul “Spiritual Capital” yang ditulis oleh Zohar dan Marshal (2010), dimana diceritakan bahwa Erisychthon sebagai perwakilan keserakan seorang manusia dan menjadi simbol dari kapitalisme yang ada saat ini, dimana bisnis yang ada hanya dibangun tanpa memperhatikan sekitarnya, satu bisnis bersaing dan membunuh bisnis lain kemudian mengeksploitasi SDA hingga habis, menggunakan karyawan yang hanya berfikir profit yang disebabkan pengukuran kinerja berada pada tingkat laba material, dan produk dari bisnis pun tidak peduli lagi apakah produk tersebut dapat merusak dan tidak memberi manfaat lagi. Teori Ketundukan menolak adanya tindakan eksplotatif dan kapitalime yang muncul dalam sebuah tangan yang memiliki kekuasaan ekonomi (Triyuwono,2012)

“**Ketenangan bathiniah**” dalam bisnis dalam penelitian ini dapat tercapai apabila seluruh dari orientasi bisnis telah dikembalikan dalam tataran sesuai kebutuhan dan tidak muluk. Konsepsi operasional usaha ini seteh dikaji ke arah filosofis nilai-nilai kearifan lokal yang dianut oleh pemilik usaha, sesuai dengan filosofis yang ada pada pewayangan masyarakat jawa yang di ambil dari “**gunungan wayang**”. Menurut Purwoko (2013:30) bahwa gunungan wayang adalah perwujudan dari simbolisasi asal muasal, dan orientasi hidup, serta hubungan antara manusia dan Sang pencipta dan juga tentang kedudukan manusia di alam semesta.

Alasan pemilik berdasarkan bahwa kebutuhan atas laba yang diinginkan telah cukup, dapat berdampak pada *kontinuitas* usahanya. Beliau berujar bahwa ***Ra usah kuatir rejeki iku wes ono sing ngatur***. Artinya ada yang mengatur semuanya yaitu yang memberi kehidupan. Yang memberi kehidupan dalam hal ini tentu ALLAH SWT. Jika dikembalikan ke pada filosofis gunungan wayang sesuai bentuknya semua akan kembali pada sang pencipta. Maka dalam filosofis

gunungan wayang pelaku usaha memilih untuk mengambil keuntungan secukupnya dengan harapan bahwa keuntungan tadi menjadi berkah tersendiri dan memberikan ketenangan bathiniah.

Gambar 2: Usaha dengan filosofis gunung wayang



Sumber: interpretasi penulis, (2018)

Dalam mengaplikasikan tridaya dari gunung wayang dapat tercermin dari cipta rasa dan karsa, adalah bagaimana pemilik dengan serius menjalankan usahanya dengan keputusan-keputusannya yang hingga kini komitmen dijalankan, pada dasarnya cipta dalam tridaya dapat terlihat bahwa pemilik tetap memegang teguh pendirian bahwa konsepsi hasil yang diinginkan dari perusahaannya bukan hanya kesempatan mengambil profit sebanyak-banyak, akan tetapi pemilik lebih cenderung untuk menciptakan konsepsi dari laba yang sesuai kebutuhan dan bisa melengkapi sisi ketenangan bathin dari si pemilik.

Bisa dibayangkan sebenarnya secara pertimbangan manajemen biaya, hal ini pasti tidak akan terjadi, sebab seluruh pengetahuan manajemen biaya adalah mengajarkan untuk mengambil keputusan dengan biaya sebagai penggerak dan laba optimal atau yang lebih tinggi sebagai hasilnya, bagaimana perusahaan-perusahaan lain melakukan efisiensi yang tidak manusiawi sehingga dapat mengurangi kualitas produk mengorbankan buruh dan lain sebagainya seperti yang tertulis dalam buku *Tyranny Of The Bottom Line* oleh Estes (2005).

Konsepsi rasa baru muncul ketika pertimbangan biaya atas produksi serta keputusan menunda *taking profit* tadi diambil, bagaimana pemilik mencoba meminimal kan laba ketika biaya meningkat akibat adanya lonjakan harga bahan baku, dengan alasan rasa kasihan kepada para *bakunya* (*reseller*), telah menguatkan tekad dengan menerapkan kosepsi dari cita atas penciptaan laba yang secukupnya, dan tidak menghiraukan hitung-hitungan untuk menjaga nilai dari angka laba yang biasanya diagung-agungkan oleh setiap pengusaha. Kepercayaan pemilik bahwa jalan ketenangan bathin yang diinginkan hanya bisa terjadi jika laba yang dia dapatkan tidak menyebabkan resellernya mengalami kekurangan keuntunganlah yang dapat menyebabkan laba berapapun yang didapatkan akan menjadi barokah dan dikembalikan oleh tuhan kepada manusia sebagai bentuk proses dari filosofis karsa.

Rasa kasihan pada *reseller* menjelaskan bahwa pemilik telah memiliki kesadaran bawasannya manusia hidup sebagai makhluk sosial, yang masih membutuhkan orang lain dan manusia juga diciptakan untuk berhubungan dengan orang lain, peduli dengan kehidupan orang lain. Dan secara tidak langsung membantu perekonomian para *reseller* dan konsumen dengan memberikan harga dengan laba secukupnya tidak terburu-buru menaikkan harga mencari pertimbangan lain dengan mengorbankan keuntungan yaitu mengurangi keuntungan, tetapi pemilik masih menganggapnya cukup, *reseller* masih mampu mendapatkan keuntungan di harga yang sama dan konsumen tetap dapat mendapatkan barang dengan harga yang sama dan kualitas yang sama.

Hal ini sesuai dengan teori ketundukan Kusdewanti, Triuwono dan Djamhuri (2016), bahwa dalam teori tersebut manusia mencoba untuk menahan *self interest* yang ada pada diri mereka sehingga mencegah adanya tindakan *oportunistic* dan menghindarkan pemilik untuk mengoptimalkan laba demi kesejahteraan keluarga semata, tetapi juga mempertimbangkan kesejahteraan dari resellernya, sebab pemilik menyadari bahwa sebagai manusia yang diciptakan oleh Tuhan maka ada beberapa sifat yang dimiliki termasuk rasa kasih/*welas asih* maupun keserakahan. Tergantung manusianya memiliki kecenderungan memelihara sifat yang mana jika manusia tersebut dekat dan menyadari keberadaan Tuhannya maka rasa welas asih akan menjadikan pendorong untuk memberikan harga jual yang sesuai untuk resellernya tidak memberatkan dengan memilih profit taking secukupnya dengan tujuan imbalan berupa ketenangan bathin yang didapat dari Tuhannya.

Dengan menyadari keberadaan Tuhan serta menjaga hubungan dengan sesama manusia dalam hal ini adalah *reseller*, secara tidak langsung pemilik menghindari dampak negatif dari sifat-sifat Mesa dalam ekonomi kapitalis, yang telah menjadi wabah bagi para pelaku ekonomi dengan menghindari laba maksimal yang memberatkan sekitarnya.

Penelitian yang demikian juga dijelaskan oleh Alimuddin, dkk (2014) tentang kesadaran keberadaan Tuhan sehingga dalam menentukan konsep *production costing* perlu ada nilai-nilai *justice* didalamnya, yang penerapannya tidak akan memberatkan ataupun berlaku merugikan bagi sekitarnya.

E. KESIMPULAN

Laba secukupnya yang diambil oleh pemilik dengan mengorbankan kemungkinan besar laba yang akan didapatkan dari operasional bisnis yang dilepaskan, kesempatan mendapatkan pemasukan dan keuntungan lebih demi mendapatkan kenyamanan

atau ketenangan bathin dengan menyaksikan bahwa seluruh pedanggang yang membeli dan menjual barang buaatannya ikut merasakan keuntungan dan tidak susah menjual barangnya karena harganya tidak mengikuti anomali yang seharusnya , menjadikan keutamaan tujuan dari usaha yang dipersepsikan melalui tridaya gunung wayang.

Implikasi dalam penelitian ini adalah bahwa orientasi dari bisnis tentunya adalah keuntungan, tetapi bagaimana menyikapi bisnis untuk mendapatkan keuntungan dalam hal ini adalah laba, seharusnya untuk mencapai laba yang diinginkan tidak selalu melakukan strategi harga demi laba maksimal perusahaan tetapi perlu juga menjaga harga untuk keuntungan *reseller* yang kehidupannya masih perlu dibantu oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, Andi Kusumawati, Muhammad Ashari dan Muhammad Irdam Ferdiansha. 2014. *Production Costing Concept Based On Islamic Justice Value. IOS Journal Of Business And Management*. Vol.16. Issue 7. Ver. III. Juli.
- Arnold, B. & de Lange, P. 2004. Enron: an examination of agency problems. *Critical Perspectives on Accounting*, 15(6-7), PP.751-765. Available at :<http://linkinghub.elsavier.com>
- Deegan, C 2006, 'Legitimacy theory' in Z. Hoque (ed.) *Methodological Issues in Accounting Research: Theories, Methods and Issues*, Spiramus, London, pp. 161-181.
- Estes, R. 2005. Tyranny of The Bottom Line, Mengapa banyak perusahaan membuat orang baik bertindak buruk. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hansen & Mowen. (2001). Manajemen Biaya. (Diterjemahkan oleh: Benyamin Molan). Buku II, hal 633. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Harahap Sofyan Syafri .2011, Teori Akuntansi Edisi Revisi 2011. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hornngren, Charles T., Foster, George dan Datar, Srikant M. (1997). Edisi 9. *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*, London : Prentice-Hall, Inc.
- Jensen, M.C dan W.H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Manager Behaviour , Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economicks*, Vol.3, No.4 halm 305-360
- Kahneman and Tversky, 1973. D. Kahneman, A. Tversky On the psychology of prediction. *Psychological Review* (1973) Davis, Jhon.P (1800-an). Corporation, II:269

- Kusdewanti, Triyuwono & Djamhuri .2016. Teori Ketundukan : Gugatan Terhadap Agency Theory (edisi pertama). Malang:Yayasan Rumah Peneleh Seri Media dan Lestari.
- Munir, Misbahun. 2012. Rasionalitas Bisnis Dan Makna Harta (Studi Fenomenologi Pada Tarekat Shiddiqiyah Jombang). Disertasi. Program Doktor Ilmu Ekonomi Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang.
- Neuman .2000. *Social Research Methods: Qualitative And Quantitatives Approachs fourth edition*. Allyn and Bacon: Boston
- Regan, T Deniss .1971. *Effect of a Favor and Liking on Compliance*. Journal Of Experimental Social Psychology 7, 627-639
- Shihab, M.Quraish. 1998. Wawasan Al-Qur'an Tafsir Maudhu'l Atas Pelbagai Persoalan. Mizan: Bandung
- Sophanah,A., Sudarma, M., Ludiqdo, U., & Jamhuri (2003). Beyond Ceremony: The Impact of Local Wisdom on Publick Paticipation in Local Government Budgetting. Journal Management Accounting Research , 11 (1), 65-78.
- Suwito .2012.. Paradoks laba: Konspirasi Perekayasan Angka Tinjauan Kritis dari Budi Pekerti Luhur Budaya Lokal. www.mami.or.id>AM Suwito
- Triyuwono, I. 2012. Akuntansi Syariah, Teori, Perspektif, dan Metodologi. Grafindo. Jakarta
- Praditha, Riza. 2018. Akuntansi Spiritual: Usaha berbasih akhirat. Akuntansi Peradaban : Vol. IV No. 2 Hal. 65-74
- Priyadi U. 2008. Peranan Inovasi Kelembagaan Pabrik Gula Madukismo Terhadap Pelaksanaan Usahatani tebu di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. <http://journal.uui.ac.id/index.php/JEP/article/viewFile/226/222> (Jan. 2012).
- Purwoko, A. 2013. Gunungan: Nilai-nilai Filsafat Jawa. Graha Ilmu : Yogyakarta
- Pusat Bahasa Depdiknas. 2002. Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga). Jakarta: Balai Pustaka.
- Williamson O E . 1993. The Evolving Science of Organization. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*. Vol. 149: 36-63.
- Zohar, D. dan Marshal, I .2010.*Spiritual Capital*. California: Boerrett-Koehler Publiser