

**INTERAKSI ASPEK BUDAYA DALAM AKUNTANSI  
PADA INDUSTRI KRIPIK TEMPE DI KOTA MALANG**

**Oleh:**

**Galuh Purbaningtyas**

**Dosen Pembimbing**

**Prof. Dr. Unti Ludigdo SE., M.Si., Ak.**

**Abstrak**

Studi ini bertujuan untuk menggambarkan interaksi antara makna budaya terhadap bisnis dan praktik akuntansi, yang berkembang pada pengusaha kripik tempe khususnya di Kampung Sanan, Kota Malang. Sebagai bentuk manifestasi budaya yang berkembang, kripik tempe menjadi oleh-oleh asli Kota Malang dan Kampung Sanan berhasil membuktikan keberadaannya menjadi sentra industri kripik tempe terbesar di Kota Malang. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi sebagai metodologi penelitian, dimaksudkan untuk menggali lebih dalam hubungan antara budaya dan akuntansi pada usaha kripik tempe yang berkembang di Kampung Sanan. Dalam suatu bisnis, akuntansi bertujuan untuk memberikan informasi yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan pihak internal. Sehingga dalam studi ini akan diungkapkan bahwa, karakteristik, nilai, dan makna budaya turut menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi praktik akuntansi dan pengambilan keputusan dalam bisnis yang dilakukan oleh para pelaku usaha kripik tempe.

**Kata kunci: praktik akuntansi, usaha mikro, etnografi, makna budaya, kripik tempe.**

**CULTURE INTERACTION OF ACCOUNTING  
IN KRIPIK TEMPE INDUSTRY AT MALANG CITY**

**By:**

**Galuh Purbaningtyas**

**Guidance Lecture:**

**Prof. Dr. Unti Ludigdo SE., M.Si., Ak.**

**Abstract**

This study aims to describe the interaction between the cultural significance towards business and accounting practices that committed by businessman of kripik tempe industries especially in Kampung Sanan, Malang. As manifestation of a developing local culture, kripik tempe becomes a signature dish of Malang and Kampung Sanan successfully prove their existence become the biggest industrial centers of kripik tempe in Malang City. This study uses a qualitative approach with an ethnography method as methodology research to explore the connection between culture and accounting of kripik tempe business in Kampung Sanan. In a business, accounting has purposes of providing the information that needed for internal decision making. Hereby, in study will describe the characteristics, values and cultural significances become factors that also influence the accounting practices and decision making in a business that runs by the businessman of kripik tempe.

**Keywords: accounting practices, micro business, ethnography, cultural significance, kripik tempe.**

## **PENDAHULUAN**

Menurut Hofstede (1999), budaya adalah merupakan keseluruhan pola pemikiran, perasaan dan tindakan dari suatu kelompok sosial, yang membedakan dengan kelompok sosial yang lain. Dimulai dari pola pikir yang sama di sekelompok orang dan akhirnya menjadi sebuah kebiasaan dan adat istiadat yang terjadi, sehingga pada akhirnya menjadi budaya. Budaya yang berkembang dapat membangun kebiasaan, tingkah laku, hingga etika dan moral.

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

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

## **LATAR BELAKANG**

Tidak bisa kita pungkiri, bahwa di Indonesia sendiri masih sangat kental unsur budaya yang melekat dalam kehidupan sehari-hari termasuk di dalamnya kegiatan berbisnis. Latar belakang budaya seseorang dapat menentukan perilaku dan sikapnya dalam menjalani kehidupan sehari-hari, serta berbagai perspektif dalam mengambil keputusan. Misalkan dalam berbisnis kita dapat mengetahui perbedaan cara berbisnis etnis tertentu dengan etnis yang berbeda. Sebagai contohnya di Indonesia sendiri, setiap etnis memiliki karakteristik tersendiri dalam berbisnis.

Salah satunya adalah Etnis Jawa mementingkan pencitraan dalam kehidupan sehari-harinya dan menjunjung tinggi kebersamaan maupun keakraban keluarga. Etnis Jawa dalam melakukan bisnis memiliki ritme yang lebih lambat dibandingkan etnis Minang dan Tionghoa. Menurut Sulastomo (2012), manusia Jawa otentik adalah manusia Jawa yang mempunyai unggah-ungguh, dan tata-krama. Kata santun adalah kata sifat dan kata bendanya adalah kesantunan. Kesantunan adalah tata cara atau kebiasaan, norma atau adat yang berlaku dalam suatu masyarakat. Kesantunan merupakan tata cara atau aturan perilaku yang menjadi kesepakatan bersama dalam suatu masyarakat tertentu. Karena itu dapat ditarik kesimpulan budaya juga berpengaruh dalam kehidupan perekonomian di suatu daerah. Hal itu dapat dilatarbelakangi oleh perbedaan etnis, filosofi, maupun pendidikan yang didapatkan sejak pertama dalam keluarga. Sehingga membangun watak dan karakteristik tertentu dan menentukan bagaimana budaya tersebut berkembang di masyarakat dan implikasinya terhadap beberapa faktor di kehidupan sehari-hari.

Terutama pada usaha mikro yang notabene adalah industri rumahan, yang tentu saja dalam perkembangan bisnisnya akan selalu terbawa dengan lingkungan sekitar yang turut mempengaruhi perilaku usaha. Usaha Kripik Tempe di Kampung Sanan menjadi salah satu penggambaran usaha mikro yang berhasil berkembang di Kota Malang dalam beberapa tahun terakhir. Kampung Sanan yang menjadi sentra industri kedelai khususnya tempe dan kripik tempe, telah berhasil menjadi salah satu ikon untuk kota wisata seperti Malang. Keunikan lainnya adalah Kampung Sanan merupakan sentra industri pengolahan kedelai yang terbesar dan sudah bertahan selama beberapa generasi di Kota Malang.

Maka, pada penelitian ini akan berfokus kepada Usaha Kripik Tempe di Kampung Sanan, merupakan penggambaran dari usaha mikro yang hidup di dalam masyarakatnya dan terpengaruh oleh budaya dalam kegiatannya usahanya sehari-hari. Ditambah lagi, kripik tempe merupakan makanan khas kota Malang, yang dapat menggambarkan karakteristik masyarakat lewat cerminan dari makanan khasnya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Terdapat dua teori yang mendukung penelitian pengaruh budaya dalam praktek akuntansi, yaitu penelitian Hofstede (1984) dan Gray (1988). Hofstede (1984) mengungkapkan terdapat empat dimensi budaya yang mempengaruhi kegiatan bisnis dan implikasinya terhadap praktek akuntansi yaitu (1) *individualism versus collectivism*, Seberapa besar keinginan seseorang untuk memiliki kebebasan sendiri atau menerima tanggung jawab kelompok (2) *Power distance*, Jarak antara pemimpin dan bawahan yang akan berpengaruh terhadap

praktek yang ada (3) *Uncertainty avoidance*, Ketidakpastian mengenai masa depan adalah sebagai dasar kehidupan masyarakat. (4) *Masculinity versus femininity*, Nilai Masculine menekankan pada nilai kinerja dan pencapaian yang nampak, sedangkan Feminine lebih pada preferensi pada kualitas hidup, hubungan persaudaraan, modis dan peduli pada yang lemah.

Sedangkan pada teori yang diungkapkan Gray (1988), mengungkapkan empat budaya akuntansi yang digunakan untuk mendefinisikan sub-budaya akuntansi itu sendiri yaitu, : *Professionalism*, dimana terdapat aturan-aturan yang menentukan untuk berperilaku secara profesional dan tidak terikat dengan peraturan dari sisi eksternal. *Uniformity*, dimana akuntansi lebih memilih untuk melakukan keseragaman dalam prakteknya dan menolak fleksibilitas. *Conservatism* adalah preferensi untuk selalu memikirkan risiko dan bertindak penuh kehati-hatian dibandingkan selalu bertindak optimis. *secrecy*, bahwa praktek akuntansi lebih memilih untuk membatasi disclosure dan menolak transparansi.

Berdasarkan penelitian, evolusi dalam akuntansi dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang berbeda, dimana budaya adalah faktor sosial yang paling penting (Noravesh, et al. 2007). Namun, penelitian akuntansi di Indonesia masih didominasi oleh masalah teknis dan cenderung mengabaikan nilai-nilai budaya yang melekat di Indonesia (Chariri, 2009).

### **Pengaruh Budaya dalam Praktek Bisnis**

Seperti yang dikemukakan oleh Hofstede dan Gray (1988), bahwa terdapat faktor-faktor yang menjadi korelasi antara budaya dan pengaruhnya terhadap suatu praktek akuntansi. Walaupun sudah dilakukan standarisasi oleh IFAC, dan beberapa negara telah mengaplikasikan IFRS dalam standar akuntansi yang digunakan, beberapa negara lain masih menggunakan harmonisasi IFRS, yang berarti beberapa regulasi disesuaikan dengan keadaan negara tersebut. Secara otomatis hubungannya dalam dunia bisnis akan terpengaruh akan regulasi tersebut.

Menurut Young (2013) pengaruh signifikan dari budaya dan akuntansi sangatlah jelas. Praktik akuntansi yang dilakukan pada organisasi yang berbeda dapat membentuk praktik akuntansi yang berbeda pula. Hal ini disebabkan oleh faktor-faktor budaya yang mempengaruhi perbedaan praktik akuntansi dari satu organisasi dari satu organisasi lainnya, seperti salah satu contohnya adalah agama. Perbedaan ini tidak dapat dengan mudah didamaikan oleh menerapkan satu standar akuntansi dasar untuk semua untuk mengikuti. Budaya dimulai internal dan sulit, mungkin mustahil, untuk aturan eksternal untuk mengubah nilai-nilai

dasar dari sebuah masyarakat. Oleh karena itu, masa depan pembuat standar akuntansi harus mempertimbangkan pengaruh budaya dalam rangka mempertahankan tujuan dasar profesi dan pertumbuhan menjadi masa depan.

Penelitian mengenai praktek akuntansi pada usaha kecil sudah banyak dilakukan di berbagai negara, meninjau dari standarisasi IFRS yang diterapkan oleh IFAC. Tetapi agaknya penelitian ini masih dipandang sebelah mata di Indonesia. Pada umumnya penelitian akuntansi di Indonesia cenderung berfokus pada praktek akuntansi di lingkungan perusahaan besar. Walaupun sebenarnya UMKM menjadi salah satu penyokong perekonomian Indonesia, tetapi dukungan terhadap pengembangan UMKM masih cukup minim.

Dalam studi kasus di Spanyol pada perusahaan Medina Garvey SA, pada tahun 1963-1967 yang dilakukan oleh Alvarez, *et al.* (2007), terungkap bahwa sebenarnya perusahaan kecil dan menengah selalu melakukan penyesuaian dengan praktek akuntansi yang ada dari tahun ke tahun. Walaupun belum ada regulasi yang mengikat perusahaan kecil ini, hal ini merupakan suatu inisiatif yang bagus, mengingat usaha kecil yang lain belum tentu melakukan penyesuaian dalam praktek akuntansinya. Perubahan politik dan pengaruhnya terhadap kebijakan akuntansi di negara Spanyol tidak lantas mempengaruhi bisnis keluarga yang dijalani oleh Luis Medina Garvey, yang lalu dilanjutkan oleh anak laki-lakinya pada generasi berikutnya. Tetapi tetap saja praktek akuntansinya masih terpengaruh dengan unsur-unsur budaya yang hidup di keluarga Luis Medina Garvey, sebagai pendiri hingga saat ini.

Selain itu, diungkapkan pula oleh Zashabila (2012) dalam penelitiannya terhadap akuntansi yang diterapkan oleh pedagang bakso, yang notabene penusaha mikro, di Kota Malang. Dalam penelitiannya mengenai bagaimana seorang pedagang bakso dapat menentukan harga pokok penjualan berdasarkan latar belakang budaya Jawa. *Tepo Slira*, merupakan dasar yang digunakan oleh pedagang yang memiliki latar belakang Jawa. Budi pekerti menjadi penting, dan keputusan yang digunakan akan selalu berlandaskan oleh rasa. Sehingga menimbulkan keputusan yang unik yang berlandaskan atas budaya.

Pada bisnis yang berkembang di masyarakat Jawa, pada umumnya keuntungan tidak menjadi fokus utama, tetapi menjadi suatu ritual untuk menjaga kebersamaan dan kekeluargaan dalam interaksi yang ada. Hal ini, membuktikan bahawa karakteristik budaya yang berkembang akan berpengaruh kepada karakteristik bisnis yang ada. Seperti yang disampaikan oleh Hopwood (2009) dalam penelitiannya terhadap pengaruh lingkungan kepada akuntansi,

Finch (2007), mengatakan jika interaksi budaya dan akuntansi pada saat ini tidak dapat dihindari dan juga berpengaruh bahkan dalam praktek akuntansi secara Internasional. Dan penting bagi akuntan saat ini untuk menyadari pentingnya pengaruh budaya tersebut. Karena berdasarkan harmonisasi standarisasi akuntansi IFRS yang saat ini sedang di implementasi, penting bagi kita juga untuk memahami dampak yang terjadi di masyarakat. Penelitian ini akan mengacu pada implementasi akuntansi dan interaksinya dengan budaya Jawa. Dengan sentra industri kripik tempe Malang yang berlokasi pada provinsi Jawa Timur, secara otomatis budaya Jawa ini akan masuk ke dalam praktek akuntansinya. Ditambah lagi, Industri Kripik Tempe ini masih dapat dikatakan sebagai industri rumahan (dengan skala mikro dan kecil) yang kental akan norma kekeluargaan dalam menjalani bisnis ini.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Pendekatan Budaya dalam Menelaah Praktek Akuntansi**

Dimensi atas penelitian akuntansi saat ini berkembang menjadi lebih luas pada saat ini. Sesuai dengan perkembangan zaman maupun perkembangan manusia, perkembangan akuntansi juga mengalami perubahan. Perspektif yang baru itulah, yang mendorong kita untuk selalu terbuka dengan pendekatan metode penelitian yang dapat dikatakan berbeda. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2007) metode kualitatif adalah proses penyelidikan pemahaman berdasarkan tradisi metodologi yang berbeda dari penyelidikan yang mengeksplorasi masalah sosial atau manusia. Peneliti membangun kompleksitas, gambaran holistik, menganalisis data, melaporkan pandangan rinci dari informasi dan melakukan penelitian di lingkungan.

### **Pendekatan Penelitian**

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

Etnografi secara umum adalah menuliskan kembali apa yang terjadi pada masyarakat. Sehingga etnografi sendiri tidak terlepas dari kebudayaan yang

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

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

### **Teknik Pemilihan Informan dan Tempat**

Menurut Spradley (1997) ada lima syarat minimal untuk memilih informan dalam penelitian etnografi, yaitu:

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

Tentu saja, lima syarat ini merupakan idealisme sehingga jika peneliti kebetulan hanya mampu memenuhi dua sampai tiga syarat masih dianggap wajar.

Dalam penelitian ini, yang selama prosesnya menekankan pada subjektifitas dan pengungkapan inti dari pengalaman dengan sebuah metodologi yang sistematis. Obyek penelitian yang akan diteliti disini adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah atau para pelaku industri rumahan yang ada pada sentra industri kripik tempe Sanan yang ada di kota Malang. Terdapat tiga

kategori pelaku industri kripik tempe yang tersebar di sentra industri Sanan. Yaitu kategori mikro di mana pada kategori ini pelaku usaha kapasitas produksi termasuk dalam skala rumahan dan dalam produksi terbatas. Sehingga dalam penjualannya pada umumnya masih dititipkan pada toko-toko yang lebih besar.

Sedangkan kategori selanjutnya adalah kategori usaha kecil adalah usaha dengan jumlah dan volume produksi memiliki kapasitas yang lebih besar. Sehingga pelaku usaha dapat memproduksi sendiri kripik tempe dan dalam proses penjualannya mereka sudah dapat menjual dalam toko mereka sendiri yang pada umumnya merupakan bagian dari rumah mereka. Dan kategori selanjutnya adalah kategori usaha besar, di mana dalam volume produksi dan penjualan sudah mencapai kepada tingkat yang lebih besar. Dalam skala ini para pelaku usaha sudah cukup stabil dalam memproduksi dengan kapasitas industri. Selain itu volume penjualan yang sangat tinggi, hingga memungkinkan para pelaku usaha melakukan ekspor ke luar negeri. Dalam pemetaan lokasi penjualan, para pelaku usaha kripik tempe dalam skala besar dapat memiliki bangunan tersendiri untuk melakukan penjualan dan juga di lokasi strategis seperti di pinggir jalan raya.

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

### **Memilih Informan**

Pada akhirnya peneliti memilih lima informan dari pemilik usaha kripik tempe yang berbeda. Teknik pemilihan informan dilakukan dengan melalui pendekatan *snowball*. Terdapat lima usaha kripik tempe yang menjadi informan dalam penelitian ini. Hal tersebut didasarkan oleh profil dari masing-masing usaha kripik tempe memiliki skala produksi maupun skala penjualan yang berbeda. Hal ini berkaitan dengan letak dari lokasi produksi dan penjualan.

1. Usaha Kripik Tempe Icha, dengan informan Ibu Rini Pancawati sebagai pemilik terletak di bagian belakang kampung Sanan yang berbatasan dengan RW lain dan perumahan Sebuku, memiliki skala produksi dalam skala menengah dengan memiliki varian penjualan hanya satu jenis kripik tempe. Sebaran produknya juga hanya mencakup Malang Raya dan sekitarnya. Suami dari Ibu Rini sendiri tengah berusaha membuka usaha kripik tempenya cabang Kediri, walaupun belum berhasil.
2. Usaha Kripik Tempe Achiyak dengan informan Ibu Endri sebagai pekerja sekaligus anak dari pemilik, terletak di tengah-tengah perkampungan

Sanan, dengan skala produksi yang termasuk ke dalam skala kecil, dengan varian penjualan hanya satu jenis kripik tempe. Selain menjual sendiri bertempat di rumah Ibu Achiyak, Usaha kripik tempe ini juga memenuhi pesanan pelanggan yang berada di sekitar Kota Malang, termasuk beberapa pasar tradisional di Kota Malang.

3. Usaha Kripik Tempe Cak Mul dengan informan Ibu Intan Manik sebagai pemilik, berada di Jalan Bango dekat dengan Jalan R. Tumenggung Suryo yang merupakan jalan arteri di kota Malang, dan memiliki skala produksi dan penjualan yang termasuk besar dan dengan variasi produk yang cukup beragam. Selain menjual kripik tempe, dalam tokonya Usaha Kripik Tempe Cak Mul juga menjual aneka camilan kripik buah dan kripik ubi khas Malang. Walaupun penjualan kripik tempe tetap menjadi yang utama.
4. Sedangkan Usaha Kripik Tempe Bapak Ismail dengan informan Bapak Ismail dan Ibu Muslikha sebagai pasangan suami istri pemilik usaha, tidak memasarkannya secara langsung, melainkan hanya memenuhi pesanan pelanggan saja, yang kemudian akan didistribusikan kembali atau dijual kembali dengan pasaran di luar kota Malang. Usaha kripik tempe ini tidak berlabel atau memiliki merk dagang, karena merk dagang dimiliki oleh pelanggan mereka yang akan menjual kembali barang dagangannya.
5. Usaha Kripik Kitaram dengan informan Ibu Maratik sebagai pemilik, memiliki skala penjualan menengah ke atas, karena jumlah produksinya yang tinggi dan sebaran produknya yang cukup luas. Memiliki toko sendiri di Jalan Karya Barat, bagian belakang Kampung Sanan bagian barat. Selain dijual secara eceran pada tokonya sendiri, Usaha Kripik Tempe Kitaram juga memenuhi pesanan pelanggan tiap minggunya untuk dijual kembali, dengan merk dagang yang berbeda. Sebaran produknya mencakup Sumbawa, Mataram, dan Tuban.

Penelitian ini dilakukan secara bertahap, dan observasi yang dilakukan peneliti memakan waktu seminggu dalam setiap informan yang dipilih oleh peneliti. Saat peneliti masih dalam pencarian informan, peneliti sendiri masih menemukan kesulitan antara lain dikarenakan sikap skeptisme dari pelaku usaha kripik tempe sendiri dalam proses penelitian ilmiah, walaupun penelitian ilmiah yang dilakukan di Kampung Sanan sudah sering kali dilakukan. Alasan informan sendiri beragam ketika ditanyaka mengapa sulit untuk dimintai wawancara, tapi sebagian besar karena kesenjangan sosial yang dirasakan oleh informan dengan peneliti-peneliti sebelumnya. Peneliti pada akhirnya dapat melakukan wawancara dikarenakan peneliti tinggal di lingkungan yang berdekatan dengan Kampung Sanan, sehingga mengenal beberapa orang yang tinggal di dalamnya secara langsung dan memperoleh kepercayaan untuk melakukan wawancara dengan beberapa pengusaha Kripik Tempe.

## HASIL PENELITIAN

### **Budaya dan Karakteristik Masyarakat Kampung Sanan**

Sentra Industri Kripik Tempe Sanan, terletak di Jalan Sanan, Kelurahan Purwantoro, Kecamatan Blimbing Kota Malang. Masyarakat di kota Malang sendiri lebih familiar dengan menyebut salah satu sentra industri di kota Malang ini sebagai Kampung Sanan. Sejak berpuluh tahun yang lalu, Kampung Sanan menjadi pusat pembuatan tempe yang terkenal di kota Malang. Masyarakatnya sendiri cukup bangga dengan predikat sebagai pembuat tempe terbaik di kota Malang, sehingga mereka yakin bahwa tempe Sanan adalah salah satu ciri khas kota Malang di bidang kuliner yang patut dibanggakan.

Usaha kripik tempe sendiri berkembang di awal tahun 2000an. Pasca krisis moneter yang melanda bangsa Indonesia di tahun 1998, usaha kecil menengah menjadi pembangkit perekonomian Indonesia di kala itu, walaupun pengusaha kecil sendiri tidak mudah melakukannya. Pada awal berkembangnya usaha kripik tempe Sanan Malang, pengusaha yang memproduksi kripik tempe hanya sedikit, tetapi saat ini pengrajin dan penjual kripik tempe Sanan telah mencapai sekitar 60 orang dengan jumlah pekerja mencapai sekitar 250 orang di Kampung Sanan atau sebanyak 40% dari total pengusaha di Kampung Sanan ( Data kelurahan purwantoro, tahun 2012).

Proses pembuatan kripik tempe sendiri adalah manifestasi budaya dan kreatifitas yang diciptakan oleh masyarakat yang bermukim di perkampungan Sanan. Telah lama dikenal sebagai produsen tempe terbaik di Malang, maupun di Jawa Timur, tidak serta merta membuat para pengusaa tempe mendapatkan kemudahan dalam melakukan penjualan tempe-tempenya. Sehingga mereka harus memutar otak bagaimana menanggulangi kerugian atas tempe-tempe yang tidak laku tersebut. Seluruh proses pembuatan masih dilakukan dengan cara yang masih manual. Dikarenakan usaha kripik tempe sendiri masih dalam skala industri rumahan, pekerjaanya rata-rata tak lebih dari 10 orang, dengan pemilik usaha yang masih turun tangan dalam pembuatan proses produksi.

Inti dari keseluruhan penelitian etnografis adalah penentuan makna budaya yang terkandung di dalamnya. Penentuan makna tersebut dapat ditemukan melalui domain atau kategori simbolik apa pun yang mencakup kategori-kategori lain. Sehingga kita dapat mengetahui pencakupan makna berdasarkan informasi yang

diberikan. Salah satu domain yang cukup signifikan akan mengarahkan peneliti dalam menentukan fokus penelitian sementara. Dalam hal ini domain yang muncul ke permukaan secara mencolok adalah karakteristik masyarakat di Kampung Sanan, yang sedikit banyak merupakan penggambaran dari masyarakat di Kota Malang. Beberapa karakteristik sangat ditonjolkan oleh para pengusaha kripik tempe di Kampung Sanan. Baik karakteristik individunya yang terbentuk menjadi karakter pada masyarakatnya, maupun karakteristik yang terjadi pada lingkungan sosial.

### **Karakteristik Masyarakat di Kampung Sanan**

Keluargaan dan gotong royong; hal ini benar-benar terlihat di setiap aktivitas di dalam Kampung Sanan. Baik yang berhubungan dengan usaha kripik tempe yang dijalani maupun kehidupan keluarga sehari-hari. Sebagaimana contohnya adalah tetangga yang saling membantu dan bersikap toleran satu sama lain, mereka tidak akan segan untuk mengulurkan tangan kepada usaha kripik tempe tetangganya walaupun jenis usaha yang dilakukan sebenarnya adalah sama.

Karakteristik selanjutnya adalah rasa rendah hati dan terbuka; dengan serta merta, penduduk di Kampung Sanan selalu terbuka menerima pengunjung dengan kerendahan hati yang membuat kesan ramah juga terasa dalam interaksinya. Mungkin dikarenakan pengunjung adalah berkah bagi mereka yang dapat membantu berkembangnya usaha mereka. Dapat dikatakan masyarakat di Sanan terbuka akan masukan dan mereka sadar bahwa perubahan akan memberikan efek bagi kehidupan maupun bisnis mereka.

Perubahan maupun inovasi tidak hanya diakibatkan oleh pihak eksternal yang memberikan pilihan kepada para pengusaha kripik tempe tersebut, tetapi juga berasal dari masing-masing pengusaha kripik tempe itu sendiri. Beberapa pengusaha kripik tempe, tidak memilih untuk melakukan inovasi pada produknya. Hal ini disebabkan karena para pengusaha kripik tempetersebut telah berada di zona nyaman dalam perkembangan bisnis mereka.

Sebuah konsep yang diperkenalkan oleh Levitt (1978) yang kemudian dipopulerkan oleh ahli yang lain, mengenai *product life cycle* atau siklus hidup produk. Konsep ini menerangkan mengenai dinamika bersaing suatu produk. Yang dalam kasus ini Usaha kripik tempe tidak dapat terlepas dari hal tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2001), terdapat empat siklus hidup yang akan dialami oleh suatu produk, yaitu tahap pengenalan (*introduction*), pertumbuhan (*growth*), kematangan (*maturity*), dan penurunan (*decline*).

Pada saat ini, usaha kripik tempe yang dikembangkan dalam Kampung Sanan masih dalam tahap pertumbuhan (*growth*) di tingkat akhir, dan memulai fase *maturity* atau kedewasaan. Sudah banyak orang mengenal usaha kripik tempe yang telah menjadi ciri khas Kota Malang, dan yang terbaik di produksi oleh para pengusaha kripik tempe di Kampung Sanan. Yang perlu diperhatikan adalah ketika memasuki tahap mature, para pengusaha kripik tempe harus memiliki pemikiran untuk berinovasi untuk mempertahankan eksistensinya. Jika tidak, maka usaha kripik tempe akan mengalami fase declining atau kemerosotan.

Tetapi pada kenyataannya, masyarakat memiliki karakteristik yang akan membuat Kampung Sanana akan terus produktif. Kreatif dan Dinamis adalah karakteristik yang dimiliki oleh sebagian besar masyarakatnya; walaupun tingkat pendidikan sebagian besar orang dewasa di Kampung Sanan adalah SMA/SMK dan sederajat, tetapi dikarenakan karakteristik mereka yang terbuka, sehingga informasi dan perkembangan jaman yang dinamis membuat kreatifitas turut berkembang di masyarakatnya. Hal tersebut dibuktikan dengan bagaimana kripik tempe berawal dan berkembang hingga menjadi saat ini. Kampung Sanan yang menjadi pusat pengolahan tempe kedelai sejak bertahun-tahun yang lalu turut berkembang dan bertahan mengikuti perubahan jaman yang dinamis.

Karakteristik lainnya adalah, sikap skeptis yang merupakan pencerminan dari masyarakat di Kampung Sanan, yang tidak akan percaya akan sesuatu hal jika tidak ada bukti nyata keberhasilan. Diungkapkan beberapa pengusaha kripik tempe, jika pada awal berkembangnya usaha kripik tempe hanya dirintis satu-dua orang saja, tetapi setelah berhasil usaha tersebut mulai menyebar menjadi industri yang dilakukan dalam satu Kampung. Selain itu sikap skeptis juga ditunjukkan kepada pemerintahan dan lembaga-lembaga yang berkaitan dengan pemerintah.

Dan karakteristik yang terakhir adalah religius. Religius adalah salah satu karakteristik masyarakat di Kampung Sanan yang dapat mempengaruhi sebagian besar kehidupan di dalamnya. Dengan mayoritas penduduk adalah penganut Islam, nilai-nilai agama juga menjadi pengiring kehidupan dalam masyarakatnya. Menurut keterangan informan, sering diadakan pengajian, ceramah, atau *selamatan* sebagai bentuk rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, di lingkungan Kampung Sanan sendiri. Karakteristik masyarakatnya yang menjunjung tinggi nilai-nilai agama dan kekeluargaan juga mempengaruhi bisnis yang ada. Dengan kepercayaan, "Rezeki itu di tangan Tuhan, kalau mau berusaha pasti ada jalan." Menjadi pendorong masyarakatnya untuk terus memproduksi.

### **Kripik Tempe, Bisnis dan Tradisi**

Berbagai hipotesa mengenai awal sejarah berkembangnya tempe bermunculan, dikarenakan pada zaman dahulu tidak mengenal paten. Sehingga, pembuat tempe pertama kali menjadi anonim. Tetapi, menurut Shurtleff dan Aoyagi (2007), tempe adalah budaya yang berkembang di kalangan rakyat Jawa dan bukan dari kalangan kerajaan pada masa itu. Sehingga, seringkali tempe dijadikan sebuah simbol kerakyatan masyarakat Jawa. Walaupun pada saat ini tempe sudah terkenal di seluruh dunia sebagai pilihan makanan yang sehat.

Begitu pula dengan tempe yang mengiringi dalam kehidupan masyarakat Sanan. Tidak ada referensi pasti mengenai sejarah Kampung Sanan yang menjadi sentra industri tempe. Dipercaya oleh sesepuh di Kampung Sanan, awalnya sanan adalah sebuah dusun kecil yang terdapat di kota Malang sekitar tahun 1900an. Dipengaruhi kuat oleh budaya Islam, Kampung Sanan dipercaya menjadi sebuah kampung agamis. Tempe yang menjadi lauk pauk sehari-hari mulai dibuat oleh penduduknya, dan berkembang hingga saat ini. Bertahan dari generasi ke generasi dan mengakar budaya pada masyarakat. Tetapi seiring berjalannya zaman, tempe juga mengalami perkembangan dan evolusinya. Begitu pula yang terjadi di dalam Kampung Sanan, berawal dari industri tempe, dengan kreatifitas dan tuntutan keadaan menjadikan kripik tempe sebagai pilihan bertahan hidup selanjutnya.

Usaha Kripik Tempe di Kampung Sanan, menjadi suatu bentuk nyata dari usaha keluarga yang berkembang secara aktif. Sebagian besar dari pengusaha kripik tempe akan mempercayakan usahanya kepada anggota keluarganya. Baik untuk diteruskan dalam keseluruhan bisnis, maupun pegawai yang terlibat di dalamnya. Sedangkan menurut Susanto (2007) yang dikutip oleh Bani dan Mustamu (2010) usaha keluarga terbagi menjadi dua jenis yaitu *Family Owned Enterprise (FOE)* yaitu perusahaan yang dimiliki oleh keluarga tetapi kepengurusannya dilakukan oleh profesional yang tidak memiliki hubungan keluarga, sehingga keluarga disini hanya berurusan dengan kepemilikan modal. Sedangkan yang kedua adalah *Family Business Enterprise (FBE)* yaitu usaha kepemilikan dan kepengurusannya di lapangan dilakukan sendiri oleh orang di lapangan. Maka dari itu dari deskripsi tersebut menjadikan usaha kripik tempe tersebut menjadi usaha keluarga. Serta merta usaha keluarga menjadikan salah satu tema budaya yang ditemukan dalam usaha kripik tempe yang berkembang di Kampung Sanan.

Seperti yang disebutkan sebelumnya, usaha keluarga ini dipengaruhi oleh rasa kekeluargaan yang kuat diantara masyarakat di Kampung Sanan sendiri. Rasa kekeluargaan ini meningkatkan rasa percaya yang tumbuh di antara masyarakatnya. Maka, maka tidak mengherankan jika Shurtleff dan Aoyagi (2007) memang mengatakan bahwa tempe menjadi warisan masyarakat Jawa

kepada dunia. Hal tersebut terbukti di dalam Kampung Sanan, dimana makna budaya dari usaha olahan fermentasi kedelai dengan mikro organisme yang bernama *Rhizopus oryzae*, tersebut telah menjadi sumber kehidupan masyarakat Sanan. Kripik Tempe Sanan yang telah tersebar ke berbagai tempat di Indonesia, bahkan di ekspor hingga ke beberapa negara, membuktikan hal tersebut. Tetapi dalam proses pembuatannya sendiri, tidak terlepas dari nilai-nilai kehidupan dan kekeluargaan yang tetap dijaga oleh masyarakat di Kampung Sanan.

Tempe dan olahannya kripik tempe ternyata tidak hanya menjadi tradisi dan sumber penghidupan masyarakat Sanan, tetapi juga telah menjadi identitas yang telah melekat selama bertahun-tahun, bahkan beberapa generasi. Berikut adalah tema budaya yang selanjutnya yaitu usaha kripik tempe menjadi identitas dari masyarakat di Kampung Sanan. Masyarakatnya sendiri merasa bangga akan identitas mereka sebagai pengrajin tempe khas Kota Malang. Identitas tersebutlah yang membuat kehidupan sosial ekonomi masyarakatnya turut meningkat. Ibu Maratik berpendapat bahwa pembuat kripik tempe adalah identitas yang patut dibanggakan.

### **Realita Praktek Akuntansi pada Usaha Kripik Tempe Kampung Sanan**

Sebagian besar usaha kripik tempe tersebut dapat dikategorikan menjadi usaha mikro kecil dan menengah. Usaha kripik tempe yang berkembang pesat di Kampung Sanan, sangat diwarnai oleh budaya yang berkembang di dalam masyarakatnya dan mempengaruhi aspek usaha termasuk di dalamnya praktek akuntansi. Disertai dengan saratnya budaya kekeluargaan dan tingginya tingkat kepercayaan, membuat kesadaran akan praktek akuntansi sangat kurang di sebagian besar para pemilik usaha. Kenyataan tersebut sangat mencolok ketika peneliti menanyakan praktek akuntansi yang dijalani, dan tidak ada satu pun informan yang memahami praktek akuntansi semacam apa yang dimaksudkan oleh peneliti. Sehingga peneliti harus menjabarkan lebih rinci gambaran praktek akuntansi yang dimaksud, seperti pencatatan transaksi, pengakuan modal serta asset pemilik.

Para pelaku usaha kripik tempe mengaku tidak melakukan praktek akuntansi apapun dalam usaha yang dijalankannya. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan yang mendasari, contohnya adalah merasa tidak praktis dalam penggunaannya. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Rini sebagai berikut

*“...wah ya ndak sempet mbak saya nyatet-nyatet begitu. Soalnya uda kebiasaan juga. Dulu sempet mbak ya saya nyatet, kayak berapa ongkos, untung dan segala macem. Tapi makin kesini kok makin ribet, ya sudah enggak saya teruskan lagi.”*

Peneliti sempat berasumsi jika hal ini terjadi pada industri kripik tempe dalam skala yang lebih kecil saja. Di mana produksi masih dalam skala terbatas dan penjualan hanya didistribusikan kepada beberapa pelanggan yang memesan. Tetapi ternyata, proses pencatatan juga tidak dilakukan pada pemilik dengan usaha yang lebih besar, seperti yang dikatakan Ibu Intan,

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

Dalam penelitian sebelumnya, praktek akuntansi dalam rumah tangga maupun usaha mikro terbagi menjadi dua yaitu, akuntansi dengan tulisan dan akuntansi tanpa tulisan. Maka hal tersebut juga menjadi acuan peneliti dalam mengklasifikasikan praktek akuntansi yang ada pada usaha kripik tempe di Kampung Sanan. Yang selanjutnya peneliti menemukan bahwa praktek akuntansi tanpa catatan lebih menonjol dibandingkan dengan akuntansi dengan catatan,

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

Akuntansi yang terdapat dalam usaha kripik tempe di Kampung Sanan, memang tidak dapat terdeteksi secara gamblang. Meskipun begitu, jika dilakukan pendekatan yang lebih mendalam, keberadaan akuntansi secara sederhana akan dapat dilihat. Walaupun secara konteks, seperti pencatatan maupun pembukuan dan pelaporan tidak ada, tetapi hal-hal dalam pemenuhan tujuan akuntansi seperti pemenuhan informasi untuk mengambil keputusan, dan kontrol internal (walaupun lemah) telah dilakukan oleh para pengusaha kripik tempe.

Tetapi sebagaimana yang diungkapkan Syariati (2012), keberadaan akuntansi pada usaha mikro dapat muncul dalam bentuk lain seperti akuntansi dalam ingatan. Sebagian besar pengusaha kripik tempe di Kampung Sanan melakukan praktek akuntansi sederhana yang dilakukan tanpa catatan. Pada usaha

kripik tempe di Kampung Sanan, hal ini terbukti dengan bagaimana para pelaku usaha menentukan harga jual dan kebijakan akuntansi yang mereka terapkan untuk bisnis mereka.

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

Faktor pertama, yaitu perhitungan harga jual berdasarkan total biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung. Dari kelima informan, peneliti menemukan bahwa mereka memahami perhitungan biaya secara total, bukan secara satuan. Para informan dapat menjelaskan secara rinci berapa jumlah uang yang mereka belanjakan untuk memenuhi biaya bahan baku, tetapi secara general. Lalu, faktor yang kedua, harga yang menyesuaikan permintaan pasar, dalam menentukan takaran bumbu hingga merk tepung pun para pengusaha kripik tempe akan menyesuaikan dengan selera konsumen sehingga akan mendapatkan pelanggan yang lebih banyak. Sehingga secara tidak langsung, konsumen juga mengambil peran dalam menentukan informasi yang dibutuhkan oleh para pengusaha kripik tempe. Memang tidak ada catatan yang dibuat, tetapi intuisi bisnis dan kebiasaan menjadi patokan utama dalam mengambil keputusan. Sedangkan, pada faktor yang ketiga akan mempengaruhi jumlah produksi untuk memenuhi kebutuhan biaya keluarga setelah dikurangi dengan harga pokok produksinya.

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

Dalam tingkatan bisnis yang lebih tinggi, praktik akuntansi yang tidak sesuai dapat menimbulkan asimetri informasi. Pada umumnya akan ada salah satu pihak yang dirugikan oleh asimetri informasi khususnya pada internal perusahaan, dan sebagian besar pihak yang dirugikan adalah pihak pemilik. Asimetri informasi

merupakan pembahasan terakhir dalam bidang teori keagenan yang memfokuskan pada masalah-masalah yang ditimbulkan oleh informasi yang tidak lengkap, yaitu ketika tidak semua keadaan diketahui oleh kedua belah pihak dan sebagai akibatnya, ketika konsekuensi-konsekuensi tertentu tidak dipertimbangkan oleh masing-masing pihak yang bersangkutan. Misalnya, pihak pemilik perusahaan mungkin tidak mengetahui preferensi manajer perusahaan sehingga tidak sulit bagi keduanya untuk melakukan kepentingan perhitungan yang telah disebutkan sebelumnya (Deegan, 2004). Tetapi pada penelitian ini, asimetri informasi yang terjadi pada internal perusahaan di usaha kripik tempe di Kampung Sanan jarang ditemui. Hal ini disebabkan karena lingkup usaha yang kecil dan juga keterbukaan yang ditunjukkan oleh semua pelaku usaha, mengenai transaksi yang mereka lakukan. Seperti yang terjadi pada usaha kripik tempe Achiyak di bawah ini.

*Ibu Endri: Lik, tibake tepunge wes enthek. Sampeyan ato aku ae sing tuku?*

*Ibu Lilik: Aku ae wes, mesisan kate nang cak to, kate takok sido opo ora pesenan sing wingi iku*

*Ibu Endri: Yawes, iki dhuwite yo. (sambil memberikan selembur uang pecahan Rp 50.000,-)*

*Terjemahan: Ibu Endri: Lik, ternyata tepungnya sudah habis. Kamu atau aku saja yang beli?*

*Ibu Lilik: Aku saja, sekalian mau pergi menemui cak to, mau tanya kepastian pesanan yang kemarin*

*Ibu Endri: Ya sudah, ini uangnya ya.*

Hal tersebut menjadi pemandangan sehari-hari dan interaksi yang sudah biasa terjadi dalam praktiknya di lapangan. Satu-satunya kontrol internal adalah kepercayaan yang tumbuh satu sama lain di antara pekerja dan pemilik. Budaya kekeluargaan yang kental seakan menghilangkan prasangka, maka dari itu asimetri informasi jarang ditemui, karena antara komponen usahanya tidak ada batasan, antara pemilik dan karyawan hanyalah sebatas status.

Memang kurangnya kesadaran turut mempengaruhi praktek akuntansi yang ada dalam usaha kripik tempe di Kampung Sanan. Tetapi bukanlah hal yang tidak mungkin jika praktek akuntansi yang benar akan dapat dipraktikkan oleh para pengusaha kripik tempe. Hanya saja diperlukan suatu pemicu yang dapat membuat para pengusaha kripik tempe di Kampung Sanan tersebut, menyadari pentingnya melakukan praktek akuntansi yang sesuai.

### **Pengambilan Keputusan, Akuntansi dan Budaya**

Tentu saja informasi ekonomi yang didapat dari praktek akuntansi, walaupun dalam bentuk paling sederhana akan mempengaruhi pengambilan keputusan pemilik usaha. Peran informasi akuntansi sendiri adalah memberikan informasi berkaitan dengan peristiwa-peristiwa di masa lalu. Dan tidak dengan sendirinya akan mengubah keadaan atau suatu kejadian, kecuali terdapat proses pengambilan keputusan yang akan mempengaruhi kebijakan dengan konsekuensinya dengan kejadian di masa depan. Karena pengambilan keputusan dan informasi akuntansi berada dalam fokus waktu yang berbeda, maka proses pengambilan keputusan dilakukan dengan menggunakan data akuntansi tertentu yang didukung oleh informasi non-keuangan lainnya (Ikhsan dan Ishak, 2005).

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

Dalam mempertahankan tradisi ini, usaha kripik tempe bertahan dengan bisnis yang dijalani oleh keluarga ini diteruskan oleh generasi berikutnya. Usaha kripik tempe yang berkembang di kampung Sanan memiliki pemetaan tersendiri antar generasinya yang menentukan dalam pengambilan keputusan. Generasi perintis usaha kripik tempe memulai usaha dengan berfokus kepada produksi dan penjualan secara langsung. Bagaimana mengolah kedelai menjadi tempe, dari tempe yang tidak laku terjual diolah kembali menjadi kripik tempe agar lebih tahan lama dan memiliki nilai jual yang lebih besar. Atas peran generasi pertama tersebut, maka kripik tempe muncul sebagai inovasi dan diperkenalkan kepada khalayak ramai. Sehingga generasi kedua dihadapkan kepada pilihan yaitu (a) meneruskan apa yang dilakukan generasi pertama, secara persis tanpa perubahan yang signifikan, (b) berusaha mengembangkan dengan risiko dan peluang yang akan dihadapi, (c) tidak melanjutkan dan mencoba hal lain. Opsi (c) adalah, opsi yang paling jarang ditemukan, tetapi tetap muncul dalam masyarakatnya. Dan pilihan tersebut dapat dikarenakan beberapa faktor seperti pendidikan, perilaku, kebiasaan dan faktor-faktor eksternal lainnya.

Pada generasi kedua baik, dalam lingkup opsi (a) maupun opsi (b), menerapkan praktek akuntansi yang lebih baik dibandingkan generasi pertama. Hal tersebut terlihat dari pemahaman mereka mengenai asset usaha yang dibedakan dengan milik pribadi, modal yang disediakan khusus untuk produksi, dan juga perhitungan bahan baku. Walaupun hal tersebut dilakukan tanpa proses

pencatatan yang sesuai. Sehingga dalam usaha keluarga hal seperti ini juga dapat mempengaruhi keputusan bisnis yang diambil. Perbedaan generasi (generation gap), sedikit banyak akan mempengaruhi pola pikir masyarakatnya.

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

Terlebih lagi, dikarenakan lokasi dari pengusaha kripik tempe juga terletak berdekatan, karakteristik masyarakat yang mencerminkan suasana kekeluargaan juga terasa. Ibu Intan menggambarkan praktik usahanya yang kental dengan budaya kekeluargaan seperti berikut ini.

*“...Kayak yang di sebelah ini ya mbak, ini kan juga masih saudara, sama-sama jual kripik tempe, saya ndak bisa naikin harga seenaknya. Nanti sayanya yang enggak laku. Begitu pula sebelah juga enggak bisa naikin harga. Kalau masalah pelanggan saya sih ndak rebutan, kadang-kadang juga kalau misalkan saya kehabisan kripik, pembeli juga saya suruh ke sebelah, sambil bilang ‘orang sama aja kok yang mbuat, rasanya sama’. Yah gimana ya mbak, namanya usaha kan kita juga harus tolong menolong...”*

Hal tersebut menandakan bahwa, walaupun jenis pasarnya persaingan sempurna, tetapi pada praktiknya, pengusaha kripik tempe di Kampung Sanan masih memegang rasa kekeluargaan yang kuat.

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

*“...Kita memang nyari untung mbak, apalagi buat hidup dengan kebutuhan keluarga yang banyak dan harga barang-barang juga makin banyak. Tapi, asal kita usaha, semua orang pasti ada rejekinya masing-masing..”* Ibu Endri, dari Usaha Kripik Tempe Achiyak.

*“... ya cukup ga cukup mbak. Alhamdulillah sih kalau saya untung segitu udah apa ya udah Alhamdulillah sekali mbak, memang*

*rejekinya segitu yang dikasi Allah, semuanya disyukuri aja..”Ibu Maratik, dari Usaha Kripik tempe Kitaram*

Nilai religius yang terkandung di dalamnya membuat praktik akuntansi yang memang dilakukan secara tradisional akan mempengaruhi.

Kreatifitas menjadikan salah satu hal terpenting dalam mempertahankan usaha dan pengambilan keputusan. Salah satu budaya yang mereka pertahankan hingga kini adalah memegang identitas sebagai pengolah tempe terbaik di kota Malang, karena itu dalam evolusinya, selain mereka mengolah tempe dan kripik tempe, maka tidak dapat dipungkiri jika ke depannya terdapat olahan tempe dalam bentuk lain yang dikembangkan oleh masyarakat Sanan. Walau dengan pengetahuan yang terbatas, terutama untuk masalah bisnis dan pengelolaan di dalamnya, mereka akan terus berkembang dengan menggunakan pengalaman yang telah mereka jalani selama bertahun-tahun.

Sehingga interaksi antara budaya, bisnis, dan praktik akuntansi tumbuh dengan harmoni yang sesuai dan saling mendukung satu sama lain. Dalam praktik akuntansi di usah mikro, seperti pada usaha kripik tempe Sanan, pasti akan terbawa dalam pengambilan keputusan. Seperti yang diungkapkan oleh Young (2013) bahwa, akuntansi yang dipraktikkan secara sadar maupun tidak sadar akan terpengaruh oleh lingkungan pada tempat tersebut. Sehingga akuntansi yang dipraktikkan secara sederhana, pada usaha kripik tempe di Kampung Sanan menggambarkan kehidupan sosial budaya masyarakatnya.

## **KESIMPULAN**

Setelah melakukan pemaparan dari hasil penelitian dan analisis data dari wawancara dengan informan, sesuai dengan rumusan penelitian yang diajukan di awal, penelitian ini dapat menarik beberapa kesimpulan antara lain:

Tema budaya yang paling mecolok adalah, bagaimana masyarakat di Kampung Sanan berpusat kepada segala olahan kedelai yang difermentasikan dengan raginya dan menjadikannya sumber kehidupan mereka. Hal itu terus mereka pertahankan hingga bergenerasi selanjutnya. Sehingga, identitas sebagai pengolah tempe dan kripik tempe telah melekat dan menjadi tradisi yang terus hidup sebagai bentuk penghidupan yang mereka lakukan.

Diakui oleh informan jika mereka tidak melakukan praktek akuntansi karena terkendala oleh berbagai macam faktor. Antara lain kurangnya kesadaran akan pentingnya mereka mempraktekan akuntansi pada bisnisnya. Mereka

menganggap hal tersebut sangat merepotkan, saat di sisi lain mereka juga harus memikirkan bagaimana produksi dari usahanya akan terus berkembang. Tetapi, tidak dapat dipungkiri jika praktek akuntansi, tanpa mereka sadari telah dilakukan.. Mereka melakukan praktek akuntansi berdasarkan ingatan dan pengalaman, sehingga menjadi terbiasa. Selain itu, tujuan dalam penyajian informasi yang dibutuhkan oleh pihak internal dapat dipenuhi. Walaupun dalam bentuk paling sederhana dan tidak sesuai dengan akuntansi pada umumnya. Hal ini disebabkan karena pemilik usaha dan seluruh komponen di bawahnya turun tangan secara langsung dan bersama-sama dalam menjalankan usahanya.

Hal ini lah yang menggambarkan bentuk praktek akuntansi yang terpengaruh oleh tema budaya dan karakteristik masyarakat. Mereka tidak akan berfokus, bagaimana mencari laba sebesar-besarnya. Tetapi yang mereka cari adalah bagaimana memenuhi kebutuhan keluarga dengan cara mengolah dan menjual olahan kedelai dan raginya tersebut. Selain itu walaupun tingkat persaingan yang sangat tinggi, mereka dapat menangani hal tersebut dengan bijak dan percaya bahwa nilai-nilai religius akan membantu dalam usaha mereka.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Mary. (1995). *Sejarah Tempe. Bunga Rampai Tempe Indonesia*. Jakarta.
- Alvarez, C., Dardet, E., Juan, BS. (2007). *Accounting Change At A Small Business: The Case of Medina Garvey, SA (1963-1968)*. Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Sevilla, Spanyol.
- Armando, Z.R. (2014). *Eksplorasi dan Remodelling Akuntansi Pada Usaha Mikro Dan Kecil (UMK)*. Skripsi. Malang: Program Sarjana Universitas Brawijaya.
- Bani, M. P., Ronny H.M. (2010). *Succession Plan dengan Family Owned Enterprise (FOE) Pada Perusahaan Pertambangan*. Agora Vol. 1, No 3 (2013). Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra.
- Chariri, A. (2009). *Financial Reporting Practice as A Ritual: Understanding Accounting Within Institutional Framework*. Prosiding Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- Chow, C.W., Harrison, G.L., McKinnon, J.L. and Wu, A. (2002). *The Organizational, Culture of Public Accounting Firms: Evidence from Taiwanese*

- Local & US Affiliated Firm. Accounting, Organizations & Society*, 27(4/5): 347-61.
- Creswell, J.W. (2007). *Qualitative Inquiry and research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publication Inc.
- Deakins, D., Logan, D., and Steele, L. (2001). *The Financial Management in Small Enterprise*. The Association of Chartered Certified Accountant, London, UK.
- Deegan, C. (2004). *Financial Accounting Theory*. Australia: McGraw-Hill Australia Pty Limited.
- Dey, C. (2001). *The Use of Critical Ethnography as An Active Research Methodology*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 No. 1, 2002, pp. 106-121.
- Endraswara, S. (2003). *Budi Pekerti dalam Budaya Jawa*. Yogyakarta: Penerbit Hanindita Graha Widya.
- Espa, V. (2011). *Konstruksi Bentuk Akuntansi Keluarga (Pendekatan Hipnometodologi)*. Tesis. Malang: Program Pascasarjana Universitas Brawijaya.
- Fauzi, A. (2007). *Budaya Simbol Jawa*. Pengertian Budaya Jawa. <http://candrachyono.blogspot.com/2012/11/pengertian-budaya-jawa.html> (diakses tanggal 23 Oktober 2014)
- Finch, N. (2007). *Towards an Understanding of Cultural Influence on the International Practice of Accounting*. *Journal of International Business and Cultural Studies*.
- Fock, S. T. (2009). *Dynamics of Family Business*. Singapore: Cengage Learning Asia Pte. Ltd.
- Gray, S.J. (1988). *Towards a theory of cultural influence on the development of accounting systems internationally*. *Abacus*. Vol. 24: 1-15.
- Hofstede, G. (1999). *Cultures and Organization*. McGraw-Hill International (UK) Limited.
- Hopwood, A.G. (2009). *Accounting and The Environment*. *Accounting, Organizations and Society* 34 (2009) 433–439.
- Humphrey, M.; Watson, T.J.(2009). *Ethnographic practices: from 'writing-up ethnographic research' to 'writing ethnography*. in Ybema, S;

- Yanow, D; Wels, H; Kamsteeg, F. (ed) Organizational ethnography: Studying the complexities of everyday organizational life. London: Sage Publications.
- Ikhsan, A., Muhammad Ishak.(2005). *Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Isnaini, A. (2012). *Bunga Rampai Tempe Indonesia*. Jakarta.
- Jacob, K., Thomas, Kemp. (2002). *Exploring Accounting Presence and Absence: Case Studies from Bangladesh*. Accounting, Auditing & Accountability Journal; 2002; 15, 2; ABI/INFORM Complete pg. 143.
- Kanter, R.M., T. Pittinsky (1995). *Globalization: A New World for Social Inquiry*. Berkeley Journal of Sociology 40 (1995-1996) : pg 1-20
- Kato, T. (2005). *Adat Minangkabau dan Merantau dalam Perspektif Sejarah*. Terjemahan Gusti Asnan dan Akiko Iwata. Jakarta: Balai Pustaka
- Kozan, M.K., Dolun O., Onur O. (2012). *Owner Sacrifice and Small Business Growth*. Journal of World Business 47 (2012) 409–419
- Kotler, K. Gary A., (2001). *Principles of Marketing*. Terjemahan Damos Sihombing. Edisi Kedelapan. Jilid 2. Hal 77-131. Erlangga. Jakarta.
- Liem, Thomas Tjoe. (2007). *Rahasia Sukses Bisnis Etnis Tionghoa di Indonesia*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Mulyana, Deddy., dan Solatun. (2008). *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Naim, M. (1979). *Merantau: Pola Migrasi Suku Minangkabau*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Neuman, W.L., (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, 7<sup>th</sup> Edition*. Wisconsin: Pearson.
- Novares I., Dilami, Z. D. (2007). *The Impact of Culture on Accounting: Does Gray's Model Apply to Iran?*. Review of Accounting and Finance, 6, 3, 254-272.
- Ong Kok Ham. (2000). *Tempe Sumbangan Jawa Untuk Dunia*. Kompas, 1 Januari 2000.

- Purwadi.(2008). *Sejarah Sastra Jawa Klasik*. Yogyakarta: Panji Pustaka
- Raharjo, A.P., Ari Kamayanti. (2013).*The Implementation of Household Accounting in Families Owning Micro Scale Businesses*. Simposium Nasional Akuntansi 17, 2014. Mataram.
- Rosandi, J.F. (2010). *BRI Incar Penyaluran Kredit Konsumen Rp 11 Triliun*. Tribunnews.com. <http://www.tribunnews.com/bisnis/2010/05/24/bri-incar-penyaluran-kredit-konsumen-rp-11-triliun> (diakses 20 Juni 2014). Jakarta.
- Ridwan, A.M. (2011). *Pola Pemahaman Agama dan Perilaku Ekonomi Masyarakat Perajin Tempe: di Kelurahan Purwantoro Kecamatan Blimbing Malang*. Desertasi. Surabaya: Program Pascasarjana IAIN Sunan Ampel.
- Saokko, P. (2003). *Doing Reseach in Cultural Studies; An Introduction to Classical and New Methodological Approaches*. London: Sage Publication.
- Schwartz, H. and Davis, D. (1981). *Matching corporate culture and strategy*. Cambridge MA: MAP Concept Paper.
- Shurtleff, W. Akiko, A., (2007). *The Book of Tempeh: A Cultured Soyfood*. 2<sup>nd</sup> Edition. California: Berkeley, Ten Speed Press.
- Songini, L., et al. (2013). *Accounting and Control for Sustainability*. Ebook. Emerald Group Pubishing Limited. ISBN 9781780527673
- Spradley, J.P. (1997). *The Ethnographic Interview*. Terjemahan: Misbah Zulfa Elizabeth. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.
- Sulastomo. 2012. *Tepo Seliro (hati)*. Tersedia: <http://www.pelita.or.id/baca.php?id=79116>. Diakses tanggal 11 Mei 2014.
- Susanto, AB. (2007). *The Jakarta Consulting Group on Family Business*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.
- Syariati, Dian (2012). *Memahami Praktik Akuntansi Perusahaan Manuftur Skala Mikro*. Tesis. Malang: Program Magister Akuntansi Pascasarjana Universitas Brawijaya
- Cassell, C. & Symon, S. (2004) *Essential Guide to*

- Qualitative Methods in Organisational Research*. London: Sage Publications.
- Uno, S.S. (2009). *Standar Akuntansi ETAP. Kebutuhan dan Tantangan UMKM*. Seminar Nasional Akuntansi. “Tiga Pilar Standar Akuntansi Indonesia” 17-18 Juli 2009. Universitas Brawijaya Malang.
- Kieso, D.E., Jerry. J.W., Terry D.W. (2012). *Intermediate Accounting 14<sup>th</sup> Edition*. America: Wiley.
- Young, M. (2013). *Cultural Influences on Accounting and Its Practices*. Senior Thesis. Honors Program of Liberty University.
- Zalshabila, S. (2012). *Javanese Price Setting: Refleksi Fenomenologis Harga Pokok Produksi Pedagang Bakso di Kota Malang*. Skripsi. Malang: Program Sarjana Universitas Brawijaya.