

REFLEKSI PRAKTIK AKUNTANSI PADA KOMUNITAS MUSIK CAFÉ DI KOTA MALANG

Oleh:
Johanes Borneo Bintang Augusta

Dosen Pembimbing:
Dr. Aji Dedi Mulawarman, SP., MSA.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyingkap praktik akuntansi yang terdapat dalam kehidupan sebuah komunitas kecil, khususnya musisi *entertain* di Kota Malang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode etnometodologi. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa praktik akuntansi dilakukan tidak secara tertulis dan bersifat psikis. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya perhitungan keuntungan yang bersifat psikologis disamping keuntungan yang bersifat material. Rumusnya adalah laba sama dengan pendapatan (*price setting* yang ditentukan secara pribadi) dikurangi beban transportasi dengan penambahan ataupun pengurangan yang berdasar dari pertimbangan pribadi atau psikis.

Kata kunci: *Akuntansi dalam kehidupan musisi entertain, musisi entertain, café, etnometodologi*

ABSTRACT

This research aims to uncover the accounting practices contained in the life of a small community, especially entertain musicians in Malang City. Research is done by using the ethnomethodology method. Results showed that the accounting practice is done unwritten and psychic. This is evidenced by the existence of profit calculations by psychologic beside the profit by material. The result is profit equals to earnings (*price setting* specified personally) reduced by transportation expenses with the addition or subtraction which is based on personal or psychic considerations.

Keywords: *Accounting in the lives of entertain musicians, entertain musicians, café, ethnomethodology*

PENDAHULUAN

Akuntansi merupakan ilmu dan juga praktik yang telah menjadi populer pada zaman modern. Kepopuleran akuntansi ditunjang dengan adanya penggunaan ilmu tersebut dalam dunia bisnis modern yang membutuhkan pengolahan informasi, khususnya mengenai hal keuangan yang nantinya akan digunakan untuk mengambil suatu keputusan oleh pihak yang membutuhkannya. Oleh karena itu informasi pada dasarnya telah menjadi produk utama dalam kegiatan akuntansi. Namun, apabila dilihat lebih jauh lagi, penggunaan akuntansi sebagai alat pengambilan keputusan tidak hanya berlaku pada area bisnis formal. Thaler (1985) menyatakan bahwa akuntansi dapat secara eksplisit maupun implisit ke dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu penulis berusaha melihat lebih jauh lagi bagaimana keberadaan akuntansi dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasar penjelasan di atas, penulis memilih untuk melihat akuntansi dalam perspektif dunia musik dengan dasar pemikiran bahwa *live music* sebenarnya merupakan hubungan kerja sama bisnis antara pemilik *café* dan pemusiknya. Pada umumnya seseorang akan lebih melihat adanya kegiatan ekonomi yang terjadi pada pihak *café*. Namun sebenarnya apabila dilihat lebih kritis, pemusik dapat dikatakan sebagai “perusahaan” mikro yang juga menghasilkan laba dari jasa berbentuk permainan musik yang telah mereka sajikan. Berdasarkan pemikiran tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pemusik pada *live music* merupakan produsen yang menghasilkan jasa bagi *café*. Dari gambaran kegiatan bisnis inilah akuntansi secara tidak sadar dapat masuk ke dalam dunia para pekerja *live music*. Hal tersebut didasari oleh pemikiran bahwa dalam kegiatan bisnis apapun pasti ada proses pengambilan keputusan yang dapat bernilai ekonomi.

Pada penelitian ini penulis memfokuskan penelitian pada musisi *entertain* di Kota Malang karena penulis merupakan seorang mahasiswa dan musisi yang cukup aktif di Kota Malang yang terkenal dengan sebutan kota pendidikan. Banyaknya lahan pendidikan di Kota Malang tentunya membuka peluang bagi pengusaha-pengusaha dalam mengembangkan usahanya di berbagai bidang. Usaha kos-kosan sampai usaha kuliner merupakan usaha yang kian menjamur di Kota Malang. Hal ini dikarenakan banyaknya mahasiswa pendatang dari kota maupun kepulauan lain, bahkan ada yang berasal dari luar negeri untuk menempuh pendidikan di salah satu universitas di Kota Malang. Melihat dari fakta tersebut maka dapat membuka peluang bagi usaha kuliner seperti *café*. Peluang ini terbuka dengan melihat dari sisi psikologi yaitu kebutuhan manusia untuk melakukan sosialisasi. Pendapat penulis berdasar juga oleh adanya sebutan Kota Malang sebagai kota kuliner pada situs berita online <http://www.jawapos.com> tanggal 6 Juni 2016 dan <http://halomalang.com> tanggal 3 September 2015. Bahkan dalam <http://www.jawapos.com> tanggal 9 Mei 2016 menyebutkan secara spesifik bahwa Kota Malang bisa dikatakan memiliki identitas baru sebagai Kota Kafe.

Pada penelitian terdahulu, terdapat riset yang menjelaskan hubungan antara musik dan akuntansi. Penelitian James (2009) dilakukan dengan menginterpretasikan 2 lirik lagu yang diciptakan oleh band The Clash dan dihubungkan dengan masalah ekonomi yang tersirat dalam kedua lirik tersebut. Sedangkan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Smith dan Jacobs (2010) menghasilkan suatu kesimpulan yang berujung pada pencitraan akuntan dan akuntansi yang memiliki image buruk di mata publik melalui interpretasi lirik lagu populer berjudul *Breaking Up the Sky*. Dalam penelitian ini bahkan terdapat pendapat yang menyebutkan akuntan adalah pelayan atau pekerja dari kapitalisme.

Penelitian Jeacle (2009) mengenai akuntansi dalam kehidupan sehari-hari menjadi inspirasi awal pemikiran mengenai bagaimana pola pikir penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa akuntansi sebenarnya ada dalam kegiatan sehari-hari seperti pembangunan rumah, kegiatan hiburan, dan lain sebagainya. Bahkan Jeacle menyebutkan adanya akuntansi dalam hal sederhana seperti kegiatan make-up yang dilakukan oleh wanita pada pagi hari. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa kegiatan bisnis musik di *café* merupakan kegiatan yang diliputi juga oleh akuntansi. Sebagai bukti adalah adanya alat musik yang digunakan oleh pemusik merupakan aset yang didapatkan oleh pemusik dengan harga tertentu yang nantinya digunakan untuk mendapatkan keuntungan. Dalam kasus lain yang lebih detil apabila penulis mengambil contoh yang berfokus pada alat musik yang digunakan dalam bisnis musik di *café* adalah adanya perputaran perlengkapan yang pasti akan terjadi dalam proses bisnis ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Musik

Menurut kamus besar bahasa Indonesia online kbbi.web.id musik merupakan seni maupun ilmu yang berhubungan dengan nada ataupun suara dengan menyusun dalam suatu bentuk dan hubungan yang terpadu sehingga dapat menghasilkan suatu komposisi (suara) yang harmonis. Di sisi lain Cage dalam Mcneil (2008: 448) menyebutkan bahwa musik merupakan gabungan dari segala unsur bunyi-bunyian. Pendapat mengenai definisi musik juga disebutkan oleh Suhastjarja dalam Soedarsono (1992: 13-14) yaitu ungkapan rasa dari manusia dalam bentuk nada maupun bunyi-bunyian yang memiliki harmoni dan ritme dalam suatu ruang waktu yang dikenali secara pribadi oleh manusia dalam kehidupannya. Berdasar penjelasan tersebut sebenarnya musik memiliki banyak definisi, namun tetap berdasar pada adanya suatu nada ataupun suara yang diolah sehingga memiliki hubungan yang harmonis antar nadanya. Bahkan Soedarsono (1992: 14) menyebutkan bahwa pengertian musik dapat lebih diperdalam dengan meningkatkan pengertian mengenai bentuk-bentuk musik.

Musik dalam Dunia Bisnis

Dalam sudut pandang musik, beragam budaya dimanifestasi dalam bentuk perbedaan lagu, *genre*, ketukan lagu, dan lain sebagainya. Pelanggan *café* yang umumnya memiliki latar belakang berbeda pasti juga akan memiliki selera yang berbeda dalam hal tersebut. Untuk mengatasi hal tersebut, maka pemusik *café* dituntut agar sebisa mungkin dapat menguasai berbagai macam *genre* musik dan ketukan agar dapat menarik minat dan perhatian dari pengunjung *café* sehingga memungkinkan akan menaikkan keputusan pembelian di *café* tersebut. Sejalan dengan pernyataan tersebut, riset Putri dkk (2014) menyatakan bahwa musik sebagai salah satu elemen *store atmosphere* dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam *café*. Riset Harianto dan Subagio (2013) ikut menguatkan bahwa *store atmosphere* sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Bahkan riset Melrianda dan Lisan (2010) menyebutkan *instore atmosphere* lebih berpengaruh signifikan dibanding dengan *outstore atmosphere* dimana musik merupakan bagian dari *instore atmosphere*.

Akuntansi dalam Kehidupan Sehari-hari

Thaler (1985) menyebutkan bahwa sistem akuntansi secara tidak sadar telah masuk dalam kehidupan sehari-hari yang dikenal dengan akuntansi mental.¹ Hal ini juga dijelaskan oleh Mahastanti dan Wiharjo (2012) dengan menyatakan bahwa akuntansi mental merupakan sebuah kecenderungan memisahkan harta atas rekening yang terpisah atas kriteria yang bersifat subjektif. Riset Jeacle (2009) juga menyatakan bahwa akuntansi sebenarnya terdapat dalam ritual kegiatan sehari-hari.² Nofianti (2012) menguatkan bahwa akuntansi dapat dikategorikan sebagai teknologi yang seharusnya memberi manfaat bagi kehidupan nyata dan kehidupan sosial tertentu. Kivetz (1999) juga ikut menguatkan bahwa akuntansi, khususnya akuntansi mental dapat dijadikan sebagai alat pengontrol diri dalam memutuskan suatu pilihan.

Di sisi lain terdapat penelitian mengenai adanya praktik akuntansi yang dilakukan tanpa ada pencatatan fisik. Penelitian ini dilakukan oleh Purbaningtyas (2014) pada perusahaan keripik tempe di Kampung Sanan. Purbaningtyas (2014) menjelaskan walaupun secara konteks tidak terdapat pencatatan fisik yang terjadi dalam usaha tersebut, namun pemenuhan tujuan akuntansinya seperti halnya menggunakan informasi sebagai acuan pengambilan keputusan dan telah dilakukan walaupun sifatnya lemah. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Syariati dalam Purbaningtyas (2014) bahwa terdapat akuntansi dalam bisnis mikro yang juga muncul dalam bentuk lain, yaitu dalam bentuk ingatan.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode berjenis kualitatif. Menurut Rachmadi dan Moleong (2011) penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk memahami suatu fenomena yang terjadi dalam lingkup subjek penelitian. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat alami, oleh sebab itu Lincoln dan Guba dalam Abidin (2006) menyebutkan metode alamiah sebagai sebutan lain dari penelitian kualitatif. Straus, *et al.* (2003: 6) juga ikut menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam ranah ilmu sosial dan ilmu yang berhubungan dengan keperilakuan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan etnometodologi karena bertujuan untuk mencari bentuk refleksi akuntansi dalam kehidupan musisi *entertain* di *café*. Etnometodologi menurut Harold Garfinkel (1967: 1), Ritzer (2015: 1) dan Kurniawan (2012) adalah studi mengenai perilaku dan kebiasaan umum masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari dengan melihat fenomena sosial yang muncul dari sudut pandang mereka. Hasil pengamatan dari perspektif sosial tersebut akan dikonstruksikan dalam konsep akuntansi.

Informan Penelitian

Penulis menentukan 8 informan sebagai narasumber yang sudah berpengalaman di dunia musik *entertain*. Para Informan yang telah ditentukan oleh penulis memiliki latar

¹ Thaler (1985) menjelaskan akuntansi mental merupakan gabungan dari proses psikologi kognitif dengan ilmu ekonomi mikro dan menyatakan bahwa anggaran rumah tangga juga ikut menyatakan keberadaan akuntansi mental.

² Jeacle (2009) menyebutkan bahwa akuntansi secara umum telah mendasari kehidupan sehari-hari dengan 3 contoh umum, yaitu kehidupan berbelanja, pembangunan rumah, dan kebutuhan dalam dunia hiburan.

belakang dan komunitas yang beragam. Namun, sebagian besar informan merupakan rekan penulis dalam melakukan pelayanan bermusik di Gereja Kristen Indonesia (GKI) Bromo.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara fleksibel berdasar persetujuan dengan informan. Hal tersebut dilakukan karena adanya keterbatasan waktu dan tempat antara informan dan penulis. Penulis membutuhkan informasi yang akurat sehingga penulis berusaha melihat kapan informan benar-benar dalam kondisi yang optimal untuk melakukan wawancara.

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

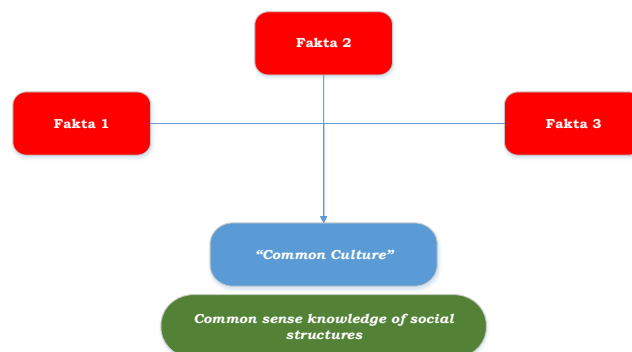
Sumber data yang digunakan oleh penulis merupakan data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui 2 cara, yaitu wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan secara semi berstruktur karena dianggap paling cocok dengan kondisi penelitian. Sedangkan observasi dilakukan dengan bentuk observasi quasi partisipasi karena situasi pekerjaan yang dilakukan oleh informan tidak dapat diikuti secara rutin oleh penulis melalui cara partisipasi biasa.

Tahapan Penelitian

Penelitian kualitatif mengharuskan peneliti untuk terjun langsung ke lapangan. Oleh sebab itu peneliti harus mempelajari keadaan lapangan dan sifat informan untuk mendapatkan hasil wawancara yang optimal. Tempat dan waktu wawancara dilaksanakan berdasar kesepakatan dengan informan. Setelah wawancara dilakukan, *file audio* akan ditranskrip ke bentuk teks dialog. Setelah transkrip dilakukan, peneliti akan melakukan analisis data melalui teknik indeksikalitas, reflektivitas, dan akuntabilitas.

Setelah indeksikalitas, reflektivitas dan akuntabilitas dilakukan, maka akan dilanjutkan pada bagian konstruksi. Konstruksi yang akan dibangun di atas informasi yang didapatkan berlandas pada konsep akuntansi. Penelitian ini menggunakan skema untuk mengerucutkan temuan-temuan penelitian ke dalam *common culture* yaitu budaya yang terbentuk pada suatu lingkungan masyarakat. Peneliti menggunakan dasar skema yang didapat dari materi pelatihan yang dilakukan oleh Mulawarman dan Kamayanti (2015). Skema berikut merupakan adaptasi dari penjelasan *common culture* dan *common sense knowledge of social structures* oleh Garfinkel (1967: 76).

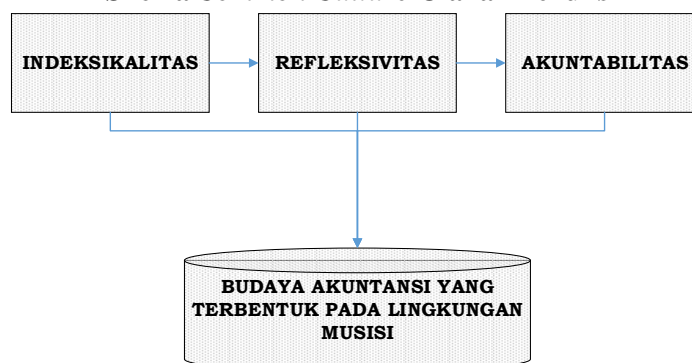
Gambar 1
Skema Common Culture



Sumber: Mulawarman dan Kamayanti, 2015

Skema di atas penulis kembangkan dengan menambahkan variabel indeksikalitas, reflektivitas, dan akuntabilitas. Skema di bawah menunjukkan adanya kumpulan fakta-fakta maupun istilah yang dirangkum dalam indeksikalitas. Indeksikalitas yang telah didapat akan dijelaskan dalam reflektivitas dan akan dilanjutkan dengan memaparkan akuntabilitas. Pada akhirnya, ketiga proses tersebut akan menghasilkan suatu kesimpulan dalam bentuk nilai dan budaya yang berlaku dalam suatu kelompok ataupun masyarakat.

Gambar 2
Skema Common Culture Olahan Penulis



Sumber: Data olahan penulis, 2015

SEPUTAR DUNIA MUSIK *ENTERTAIN*

Seputar Kegiatan *Entertain*

Kegiatan *entertain* yang dijalani oleh musisi Kota Malang dapat dijadikan sebagai suatu profesi. Namun profesi sebagai musisi *entertain* tidak bersifat kaku. Hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan mayoritas musisi yang masih berkuliah dengan berkata bahwa mereka akan mencari sebuah pekerjaan formal setelah lulus, namun mereka tidak akan meninggalkan kegiatan bermusiknya. Dari 8 informan hanya terdapat 2 informan yang secara langsung berkata bahwa mereka merupakan pekerja musik yang serius. Hal tersebut memberikan informasi bahwa bisnis merupakan sebuah profesi yang dapat dialami secara bebas oleh musisinya.

Dalam kegiatan bermusik, musisi pasti akan bekerja di tempat umum dan bertujuan menghibur pendengarnya. Seperti halnya musisi di *café*, mereka melakukan kegiatan bermusiknya untuk menghibur pengunjung *café*. Oleh sebab itu, musisi dituntut untuk bisa mengorbankan idealismenya untuk mengikuti idealisme konsumennya yang bisa berupa minat terhadap suatu *genre* tertentu.

Banyaknya *café* yang berkembang di Kota Malang dinilai berkaitan erat dengan penduduk yang kebanyakan adalah siswa sampai mahasiswa. Hal tersebut menjadi peluang bisnis yang besar di Kota Malang. Dengan banyaknya *café* di Kota Malang akan membuka peluang bisnis juga bagi musisi *entertain*. Tidak hanya di *café*, live music juga seringkali dibutuhkan di Mall dan tempat lain yang membutuhkan jasa *entertain*. Dengan melihat hal tersebut artinya bisnis musik *entertain* di Kota Malang memiliki peluang yang besar.

Reguler dan event dalam kegiatan Ngamen

Pekerjaan musik yang biasa disebut dengan *Job* dapat berbentuk *reguler* dan *event*. *Job* biasa disebut juga oleh musisi entertain dengan istilah *ngamen*. Perbedaannya, kegiatan *ngamen* yang dilakukan oleh musisi *entertain* Kota Malang dilakukan di *café* dan tempat sejenisnya. Berdasar pendapat dari 6 informan yang membahas mengenai perbedaan *reguler* dan *event*, perbedaan yang mendasar terletak pada jumlah *fee* dan waktu pelaksanaan kegiatannya. *Event* cenderung menghasilkan *fee* yang berjumlah besar dan dilaksanakan dalam waktu-waktu tertentu, sedangkan *reguler* menghasilkan *fee* yang lebih kecil dan dilaksanakan secara rutin pada waktu tertentu.

Cafe memang merupakan tempat dimana musisi biasanya berkumpul. Namun berdasarkan informasi hasil wawancara, ternyata *café* hanyalah salah satu sarana yang digunakan musisi sebagai tempat bersosialisasi dan mencari profit. Di sisi lain, *ngamen* juga dilakukan di restoran, pub, hotel, maupun lounge. Walaupun ada perbedaan tempat, namun tetap terdapat heterogenitas konsumen. Perbedaan yang dapat dilihat secara nyata yaitu dari segi atmosfir tempat dan produk yang ditawarkan untuk konsumen.

PROSES BISNIS MUSIK DALAM KEHIDUPAN ENTERTAIN DI KOTA MALANG

Langkah Awal Terbentuknya Kesepakatan Kerja

Setiap bisnis memiliki proses sehingga kegiatan tersebut berjalan dengan baik. Bisnis dapat dimulai dari sebuah komunitas. Komunitas memungkinkan terjalinnya relasi antar musisi. Relasi yang dibangun antar musisi menyebabkan adanya hubungan timbal balik sehingga terdapat proses saling mengenal.

Proses pengenalan antar musisi dapat menyebabkan dua kemungkinan, yaitu adanya ketertarikan atau image buruk. Ketertarikan dapat terbentuk apabila pihak lain melihat seorang musisi memiliki pribadi yang profesional dan berkompeten dalam bidangnya. Sebagai contoh, bentuk ketertarikan dapat dilihat dari adanya tawaran *job* ataupun tawaran untuk menjadi *additional* oleh suatu band.³ Namun, apabila seorang musisi terlihat tidak profesional maka akan sulit untuk mendapatkan *job* yang lebih besar.

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang tidak dapat terlepas dari uang. Hal tersebut sejalan dengan kenyataan lapangan bahwa semua informan menyetujui *fee* (bayaran) merupakan hal penting. Namun *fee* bukanlah hal utama yang mendasari diterima atau tidaknya *job*. Penerimaan *job* juga didasari oleh alasan pribadi. Salah satunya yaitu untuk mempererat kekerabatan musisi. Dengan mempererat kekerabatan, musisi juga akan mendapatkan kepercayaan dan dapat berlanjut menjadi bisnis. Musisi juga dapat memperoleh kepercayaan dan tawaran bisnis dari kerabat orang yang dikenalnya. Melalui kepercayaan yang dibangun maka jaringan bisnis dapat diperluas lebih dari sebelumnya. Selain itu, terdapat unsur keagamaan seperti pelayanan gerejawi yang membuat musisi memberikan jasa bermusiknya secara cuma-cuma.

Kesepakatan Fee dan Hal Terkait Keuangan

Bisnis musik *entertain* pada dasarnya selalu bersinggungan dengan hal-hal terkait keuangan. Uang yang didapatkan dari kegiatan musik *entertain* sering disebut dengan

³ *Additional* adalah pengganti atau tambahan personil pada suatu band yang bukan berasal dari band tersebut.

istilah *fee*. Pembicaraan mengenai *fee* biasanya dilakukan pada awal proses penerimaan *job* oleh seorang musisi. Hal tersebut dilakukan karena *fee* dapat dijadikan sebagai tolak ukur kualitas jasa yang dapat diberikan musisi kepada pihak penawar *job*.

Jumlah *fee* menjadi pertimbangan bagi musisi saat menerima *job*. Hal tersebut dikatakan penting karena *fee* merupakan pendapatan utama secara materi dari jasa yang telah disediakan musisi. Walaupun telah dijelaskan sebelumnya bahwa tidak semua kegiatan musik selalu mengarah pada bisnis, namun musisi sebagai seorang profesional tetap akan memandang *fee* sebagai hal penting. Berdasarkan informasi dari hasil wawancara, *fee* bukan merupakan sesuatu yang wajib ditetapkan oleh musisi. Namun umumnya musisi menganggap *fee* sebagai bentuk *feedback* atas jasa bermusik yang mereka berikan kepada konsumen. Oleh sebab itu informan sebagai musisi *entertain* Kota Malang pada umumnya mengaku memasang tarif sebagai batas minimal *fee* (*price setting*) atas jasa bermusiknya.

Dalam menjalankan bisnis musik, semua informan mempertimbangkan beban transportasi dalam perhitungan *fee*. Namun, transportasi tidak dijadikan sebagai pertimbangan utama. Informan pada umumnya juga berpendapat bahwa faktor kekerabatan dan kesenangan dalam menjalani *job* dapat dijadikan pertimbangan disamping beban transportasi.

Setelah musisi menyelesaikan tanggung jawab atas jasa bermusiknya, dilakukan proses pembayaran *fee*. Pembayaran *fee* dapat dilakukan dengan cara transfer maupun tunai. Apabila seorang musisi bekerja secara individu, maka pembayaran *fee* oleh *client* dilakukan secara langsung kepada musisi tersebut.⁴ Namun apabila jasa *entertain* dilakukan dengan suatu band, maka pembayaran *fee* biasanya dilakukan melalui perwakilan salah satu anggota band. Biasanya anggota tersebut adalah seorang perantara komunikasi serta proses tawar menawar *fee* dengan pihak pemberi *job*. Pembagian jumlah *fee* dalam suatu band dilakukan berdasar kesepakatan bersama. Biasanya *fee* dibagi secara sama rata kepada tiap personil. Namun biasanya ada perlakuan khusus bagi personil *additional*. Personil *additional* biasanya akan mendapat *fee* dengan jumlah lebih besar. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk imbalan atas bantuan berupa tenaga dan waktu yang telah diberikan oleh personil *additional*.

Pengelolaan *Fee* Hasil *Job*

Pendapatan berupa *fee* nantinya akan dikelola oleh musisi secara pribadi. Pengelolaan ini didasarkan pada kebutuhan dan tujuan musisi yang bersifat personal. Musisi juga harus mengalokasikan *fee* untuk biaya transportasi dan pembelian perlengkapan musik sebagai bentuk modal. Berdasar informasi yang didapatkan oleh penulis melalui wawancara, terdapat 2 poin utama yang merupakan bentuk pengelolaan *fee*. Bentuk pengelolaan *fee* oleh informan berupa tabungan dan alokasinya.

Hasil wawancara menyebutkan 5 dari 8 informan tidak melakukan pencatatan keuangan atas pendapatan dan pengeluarannya. Berdasar hasil tersebut artinya mayoritas informan tidak melakukan pencatatan. Beberapa informan yang melakukan pencatatan pun tidak melakukan pencatatan secara detil. Pencatatan hanya dilakukan berdasar pemasukan dan pengeluaran tanpa memperhitungkan beban.

⁴ *Client* diartikan sebagai pemilik atau penanggung jawab sebuah acara.

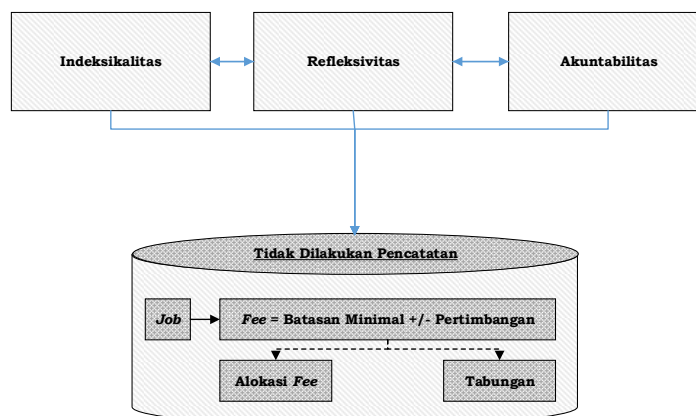
Berdasar informasi dari wawancara, umumnya informan telah melakukan kegiatan menabung. Hanya terdapat 1 informan yang mengaku tidak melakukan kegiatan menabung atas *fee* yang didapatnya. Namun, tabungan yang ada ternyata dipisahkan atas dasar jenis *job*. Pada umumnya informan memprioritaskan *fee event* untuk ditabung karena berjumlah lebih besar dari *fee reguler*. Namun, beberapa informan tetap menyatukan *fee* dari hasil *event* maupun *reguler*. Berdasar informasi tersebut berarti informan pada umumnya telah melakukan kegiatan menabung (*saving*).

Fee yang didapat oleh musisi dapat dikelola ke dalam bentuk tabungan maupun pembelian barang dan jasa. Alokasi yang dilakukan oleh musisi bisa bersifat produktif dan non-produktif. Salah satu contoh alokasi yang bersifat produktif adalah pembelian perlengkapan alat musik. Jenis perlengkapan alat musik pun bergantung kepada musisinya. Berdasar hasil wawancara dengan informan, semua informan sebagai musisi telah melakukan alokasi keuangan untuk membeli sesuatu yang berhubungan dengan musik. Selain digunakan sebagai modal, pembelian alat musik juga merupakan bentuk investasi yang dilakukan oleh musisi.

Common Culture Musisi Entertain Kota Malang

Skema *Common Culture* yang telah diolah penulis menghasilkan kesimpulan mengenai akuntansi yang bersifat unik dibandingkan dengan akuntansi pada umumnya. Perbedaan utama yang terdapat dalam kegiatan bisnis musik *entertain* adalah tidak adanya pencatatan seperti yang umum dilakukan pada proses bisnis yang formal. Namun, di dalam proses bisnis musik *entertain* masih terdapat berbagai hal yang menyangkut proses perputaran keuangan seperti laba, alokasi keuangan, dan penabungan (*saving*). Perbedaan yang terjadi juga melibatkan unsur pertimbangan psikologis. Pertimbangan psikologis dalam bisnis mempengaruhi jumlah penentuan *fee* dan berbagai hal yang melibatkan proses bisnis. Pertimbangan psikologis itulah yang menjadi poin utama sebagai pembeda akuntansi dalam bisnis musik *entertain* di Kota Malang dengan akuntansi pada perusahaan formal yang melibatkan kepentingan umum.

Gambar 3
Skema Common Culture



Sumber: Data diolah, 2015

KONSTRUKSI AKUNTANSI YANG TERSIRAT DALAM KEHIDUPAN KOMUNITAS MUSISI *ENTERTAIN* DI KOTA MALANG

Kehidupan musisi yang pada dasarnya merupakan kehidupan keseharian seorang individu juga sebenarnya telah membuktikan bahwa konsep akuntansi dapat terbangun di dalamnya. Namun konsep yang terbangun tersebut memang tidak selalu sama dengan konsep yang muncul dalam suatu bisnis formal. Penelitian ini berdasar pada konsep akuntansi sehari-hari seperti yang terdapat pada riset Thaler (1985), Jeacle (2009), Kivetz (1999), Lutfillah (2014) dan Purbaningtyas (2014).

Akuntansi yang Tersirat Dalam Kehidupan Musisi *Entertain* Kota Malang

Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat 2 sisi akuntansi yang terjadi dalam kehidupan musisi *entertain* Kota Malang. Secara garis besar akuntansi yang muncul berbentuk akuntansi keuangan dan non-keuangan. Akuntansi keuangan terlihat secara jelas melalui proses penetapan minimal *fee* (*price setting*), pertimbangan beban transportasi, pembelian alat musik, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan keuangan musisi. Di lain sisi terdapat akuntansi non-keuangan dalam bentuk tanggung jawab pemenuhan kontrak terhadap *client* yang telah disepakati bersama dalam kehidupan bisnis musisi. Selain itu, terdapat akuntabilitas yang berangkat dari etika sosial berbentuk *teposliro* musisi terhadap kerabatnya dan adanya akuntabilitas yang langsung bersifat spiritual. Budisusetyo dan Subroto (2012) menjelaskan *teposliro* adalah kemampuan menganalisa perspektif atau sudut pandang orang lain. *Teposliro* dilakukan oleh musisi *entertain* Kota Malang dengan cara memberikan jasa bermusik secara gratis kepada kerabatnya. Hal tersebut dilakukan oleh informan berdasar rasa ingin membantu terhadap kerabat mereka. Keputusan saling tolong menolong yang dilakukan oleh musisi merupakan bentuk akuntabilitas secara spiritual. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai akuntabilitas spiritual karena pada dasarnya Tuhan telah memerintahkan untuk saling menolong.⁵ Di samping, musisi yang beragama Kristen pada umumnya melakukan kegiatan pelayanan musik di gereja. Hal tersebut juga merupakan bukti nyata mengenai adanya akuntabilitas secara langsung kepada Tuhan. Pelayanan musik di gereja merupakan sebuah akuntabilitas musisi kepada Tuhan karena pada dasarnya alkitab telah memerintahkan untuk melakukan puji-pujian terhadap Tuhan.⁶

Bentuk Persamaan Akuntansi Laba Dalam Kehidupan Musisi *Entertain* Kota Malang

Fee pada dasarnya memang dikategorikan sebagai pendapatan musisi. Walaupun mereka tidak melihat laba sebagai fokus utama pada bisnis, namun faktanya para musisi tetap memperhitungkan keuntungan yang mereka dapatkan di dalam suatu pendapatan. Hal tersebut terbukti walaupun mereka memiliki tarif minimal dalam memberikan jasanya, namun mereka tetap mempertimbangkan beban transportasi yang akan mereka tanggung. Beban transportasi pun dihitung atas dasar perkiraan menurut pertimbangan masing-masing.

⁵ Efesus 4: 2, "Hendaklah kamu selalu rendah hati, lemah lembut, dan sabar. Tunjukkanlah kasihmu dalam hal saling membantu."

⁶ Akuntabilitas spiritual umat Kristiani, khususnya dalam puji-pujian tertulis dalam Mazmur 66: 2, "mazmurkanlah kemuliaan nama-Nya, muliakanlah Dia dengan puji-pujian!" dan Efesus 5: 19b, "Bernyanyi dan bersoraklah bagi Tuhan dengan segenap hati."

Di samping pertimbangan transportasi, musisi yang menjadi informan pada umumnya juga mempertimbangkan hal lain seperti faktor kekerabatan. Dengan melihat pertimbangan kekerabatan, beberapa musisi menyanggupi untuk melakukan jasa mereka secara gratis atau setidaknya dengan fee yang sedikit. Artinya musisi tidak lagi mempertimbangkan beban ekonomik yang dapat mempengaruhi laba mereka. Adapun rumus laba yang diadaptasi dari proses bisnis musisi secara individu yaitu:

$$\text{Laba} = \text{Pendapatan (price setting pribadi)} - \text{beban transportasi} \\ \pm \text{pertimbangan pribadi}^*$$

*) : Jumlah yang diperhitungkan dalam pertimbangan pribadi ditentukan berdasar keputusan psikologis musisi yang bersangkutan. Dalam penelitian ini keputusan psikologis diputuskan berdasar unsur kekerabatan dari musisi yang bersangkutan

(Sumber : Data diolah, 2015)

Penetapan Harga Minimal atau *Price Setting*

Penetapan harga *fee* tentunya dapat dilakukan dengan berbagai metode yang memiliki tujuan berbeda sesuai dengan kebutuhan pengguna metode tersebut. Metode yang dapat diklasifikasikan pada perlakuan penentuan harga di kehidupan musisi *entertain* Kota Malang yaitu *competitive pricing* atau penentuan harga berdasarkan harga pesaing. Menurut Suyanto (2007:128) metode penentuan harga berdasar harga pesaing adalah metode yang dilakukan dengan berpatokan pada harga pesaing, namun dapat ditetapkan di bawah, atas, maupun sama dengan harga pesaing.

Fee musisi *entertain* Kota Malang pada dasarnya memang ditetapkan berdasar harga pesaing, yaitu harga yang ditetapkan oleh band maupun musisi lain. Namun berdasar hasil wawancara, musisi-musisi yang menjadi informan pun kadang memperhitungkan faktor lain seperti kekerabatan. Hal tersebut membuktikan bahwa klasifikasi harga tidak dapat dikategorikan hanya pada penentuan harga berdasar harga pesaing saja. Penentuan *fee* yang dilakukan oleh musisi di Kota Malang dapat dikategorikan juga dalam metode penentuan harga yang disesuaikan atau bersifat dinamis. Zimmerer, et al (2009: 77) menjelaskan metode penentuan harga yang disesuaikan atau bersifat dinamis adalah penetapan harga dengan besaran yang berbeda atas produk maupun jasa yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pelanggan yang berbeda. Dapat dilihat bahwa musisi di Kota Malang menentukan harga yang berbeda terhadap pelanggan yang berbeda, namun mereka menggunakan harga minimal (*price setting*) sebagai patokan penentuan harga. Oleh sebab itu metode penentuan harga ditetapkan dengan 2 cara, yaitu metode penentuan harga berdasar harga pesaing dan metode penentuan harga yang disesuaikan atau bersifat dinamis.

Alokasi Keuangan dan Tabungan Dari Pendapatan Musisi *Entertain* Kota Malang

Secara umum alokasi keuangan yang dilakukan oleh musisi di Kota Malang dapat dibagi menjadi 2, yaitu alokasi yang dapat mempengaruhi pekerjaan mereka dan alokasi yang lebih bersifat pribadi. Alokasi yang dapat mempengaruhi pekerjaan mereka adalah alokasi yang dilakukan melalui pembelian peralatan maupun perlengkapan musik. Alokasi tersebut juga dapat berbentuk biaya perawatan alat musik. Selain untuk

pembelian alat musik, alokasi keuangan dilakukan musisi untuk keperluan yang lebih bersifat pribadi seperti biaya pernikahan dan kredit motor.

Berdasar hasil wawancara keputusan alokasi keuangan oleh musisi tidak terlepas dari pertimbangan psikologis. Melalui hasil wawancara, terlihat bahwa akuntansi mental sangat berperan dalam kehidupan musisi dengan banyaknya pertimbangan dan keputusan yang bersifat psikologis. Alokasi keuangan yang dilakukan musisi menunjukkan adanya akuntansi mental dalam kehidupan mereka. Keberadaan akuntansi mental tersebut sesuai dengan pernyataan Ran (1999) bahwa akuntansi mental dapat dijadikan sebagai alat pengontrol diri dalam menentukan suatu keputusan. Walaupun pada umumnya tidak terdapat pencatatan yang terlihat secara jelas dan detil secara pembukuan, namun dari kegiatan tersebut sudah terlihat bahwa kegiatan yang meliputi akuntansi sudah terjadi dalam kehidupan musisi di Kota Malang.

Keuntungan Musisi dalam Kehidupan Bisnis

Keuntungan yang didapatkan oleh musisi *entertain* Kota Malang secara umum berbentuk keuntungan secara materi dan psikologis. Keuntungan secara materi yang berbentuk *fee* merupakan sebuah keuntungan yang dapat dinilai melalui nilai mata uang. Keuntungan ini merupakan hasil nyata yang dapat dilihat dari penjualan jasa bermusik. *Fee* sebagai keuntungan yang bersifat materi dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan pribadi para informan. Keuntungan materi tidak hanya diharapkan informan sebatas *feedback* dari jasa yang mereka berikan dalam bisnis musik. Namun juga sebagai salah satu sumber modal yang digunakan untuk melakukan bisnis musik. Sebagai contoh, *fee* digunakan oleh informan sebagai musisi *entertain* Kota Malang untuk melakukan *upgrade*, reparasi, dan pembelian alat serta perlengkapan musik.

Di samping kebutuhan yang bersifat materi terdapat keuntungan psikologis yang didapatkan oleh informan melalui kegiatan bermusik. Keuntungan psikologis merupakan sesuatu yang tidak hanya muncul dalam kehidupan bisnis bermusik, namun juga menjadi suatu budaya yang muncul dari keinginan diri musisi. Budaya tersebut dicerminkan dari adanya *teposliro* dalam penentuan *price setting* oleh musisi. Penetapan *fee* juga dilakukan berdasarkan sudut ketuhanan melalui pemberian jasa bermusik secara cuma-cuma di gereja dalam bentuk pelayanan musik. Berdasar dari riset Sari (2014), keinginan musisi untuk membantu kerabat telah masuk dalam kategori keuntungan batin. Sedangkan kegiatan melayani di gereja masuk dalam kategori keuntungan spiritual. Keuntungan psikologi dinilai dapat mengurangi keuntungan material. Namun melalui temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa keuntungan psikologi dapat disejajarkan dengan keuntungan material dalam kehidupan bisnis musisi *entertain* di Kota Malang. Hal tersebut menyimpulkan bahwa keuntungan tidak selalu dikorelasikan dengan hal materi.

KESIMPULAN

Akuntansi secara perspektif umum dianggap terlalu kaku dan cenderung mengarah ke bisnis dengan skala yang besar. Hal tersebut menyebabkan adanya pandangan bahwa akuntansi selalu membutuhkan suatu pencatatan dan pelaporan keuangan secara fisik. Penelitian ini membuktikan bahwa sebenarnya akuntansi ada dalam kehidupan bisnis yang bersifat personal dan sederhana. Akuntansi tersebut muncul dalam kehidupan bisnis dari sebuah komunitas kecil, khususnya komunitas musisi dalam dunia *entertain* di *café* dan sejenisnya.

Akuntansi dalam kehidupan musisi berbeda dengan akuntansi pada kehidupan bisnis perusahaan besar dan formal. Perbedaan tersebut dapat dilihat dari sifatnya yang cenderung bebas dan lebih bersifat personal. Bebas dapat diartikan dengan tidak adanya aturan baku yang membatasi dan melandasi proses pengelolaan bisnis dan keuangan musisi. Bersifat personal artinya terdapat unsur psikologis dalam diri musisi yang ikut serta dalam proses pengelolaan bisnis dan keuangan. Namun, akuntansi tetap ada di balik sifatnya yang bebas dan personal. Akuntansi yang muncul pada kehidupan musisi cenderung mengarah pada akuntansi mental. Secara praktis, akuntansi mental yang muncul lebih mengarah pada cara mempertimbangkan berbagai hal yang dapat dinilai secara materi. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya pertimbangan yang muncul dari pemikiran masing-masing informan terkait pengelolaan keuangan. Di samping hal terkait keuangan, informan sebagai musisi telah melakukan akuntabilitas secara sosial. Akuntabilitas yang pertama dilakukan dengan memenuhi kontrak bisnis musik dengan *client* yang telah disepakati bersama. Di samping itu terdapat akuntabilitas kepada Tuhan, hal tersebut dibuktikan dengan adanya kegiatan pelayanan musik gerejawi oleh musisi yang beragama Kristen. Selain itu semua musisi mempertimbangkan unsur kekerabatan sehingga terdapat budaya saling tolong menolong dalam bermusik. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya pengurangan *fee* atau pemberian jasa bermusik secara cuma-cuma atas dasar unsur kekerabatan.

Pendapatan dalam kehidupan bisnis musik *entertain* di Kota Malang umumnya telah diatur oleh masing-masing individu. Artinya, besaran nilai pendapatan yang diharapkan musisi telah ditetapkan oleh batas minimal *fee* (*price setting*). Penetapan batas minimal *fee* umumnya dilakukan atas dasar pengalaman kerja dan informasi yang didapat antar musisi. Namun, pada kenyataannya musisi dalam bisnisnya melibatkan pertimbangan pribadi sehingga dapat mengorbankan batas minimal *fee* yang telah ditetapkan sebelumnya. Seorang musisi dapat mengurangi atau menggratiskan *fee* yang telah mereka tetapkan dengan pertimbangan kekerabatan dan perasaan senang. Hal tersebut membuktikan bahwa musisi telah memasukan keuntungan psikologis sebagai pertimbangan pribadi disamping keuntungan material.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. 2006. Pendekatan Kualitatif pada Skripsi Mahasiswa Psikologi Undip Tahun 2006. *Jurnal Psikologi Universitas Diponegoro*. Vol. 3 No. 2; 26-36.
- Arnon, S. MD., Shapsa, A. RN., Forman, L. RN., Regev, R. MD., Bauer, S. MD., Litmanovitz, I. MD., Dolfon, T. MD. 2006. Live Music Is Beneficial to Preterm Infants in the Neonatal Intensive Care Unit Environment. *BIRTH*. Vol. 33 No. 2; 131-136.
- Bachri, B. S. 2010. Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*. (*online*). Vol. 10 No. 1; 46-62 (<http://jurnal-teknologi-pendidikan.tp.ac.id/meyakinkan-validitas-data-melalui-triangulasi-pada-penelitian-kualitatif.pdf>), (diakses 3 Juli 2015).

- Budisusetyo, S. dan Subroto, B. 2012. "Teposliro" and "Semuci" Among Public Accountants: Do We Know, and Do We Care?. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)*. Vol. 3 No. 2; 208-2016.
- Bungin, B. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Cameron, M. A., Baker, J., Peterson, M., Braunsberger, K. 2003. The Effects of Music, Wait-Length Evaluation, and Mood on a Low-Cost Wait Experience. *Journal of Business Research*. Vol. 56; 421-430.
- Garfinkle, H. 1967. *Studies in Ethnomethodology*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Garfinkle, H. 1986. *Ethnomethodological Studies of Work*. London: Routledge & Kegan Paul plc.
- Golrida, K. 2008. *Akuntansi Usaha Kecil Untuk Berkembang*. Jakarta: Murai Kencana.
- Halomalang.com. (2015, 3 September). *Julukan Untuk Malang*. (<http://halomalang.com/serba-serbi/julukan-untuk-malang>). (Diakses 23 Juni 2016).
- Harianto, D. dan Subagio, H. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja- Vu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1 No. 1; 1-8.
- Hetharie, J. A. 2012. Peran Emosi Positif Sebagai Mediator Stimulus Lingkungan Toko dan Faktor Sosial terhadap Impulse Buying Tendency pad Matahari Department Store Kota Ambon. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol. 10 No. 4; 890-898.
- James, K. 2009. "This is England": Punk rock's Realist/Idealist Dialectic and its Implications for Critical Accounting Education. *Accounting Forum*. Vol. 33; 127-145.
- Jawapos.com. (2016, 9 Mei). *Malang Surganya Kopi dan Ngopi*. (<http://www.jawapos.com/read/2016/05/09/27526/malang-surganya-kopi-dan-ngopi>). (Diakses 23 Juni 2016).
- Jawapos.com. (2016, 6 Juni). *Kalahkan Lombok, Malang Jadi Kota Wisata Halal*. (<http://www.jawapos.com/read/2016/06/06/32576/kalahkan-lombok-malang-jadi-kota-wisata-halal/1>). (Diakses 23 Juni 2016).
- Jeacle, I. 2009. Accounting and Everyday Life: Towards a Cultural Context for Accounting Research. *Qualitative Research in Accounting & Management*. Vol. 6 No. 3; 120 – 136.
- Kamayanti, A. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi Pengantar Religiositas Keilmuan*. Jakarta Selatan: Yayasan Rumah Peneleh.

- KapanLagi.com. (2011, 5 Oktober). *Vicky Nitinegoro Enjoy 'Ngamen' di Café*. (<http://m.kapanlagi.com/showbiz/selebriti/vicky-nitinegoro-enjoy-ngamen-di-cafe.html>), (diakses 5 November 2015).
- Keraf, A. S. dan Dua, M. 2001. *Ilmu Pengetahuan Sebuah Tinjauan Filosofis*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Kivetz, R. 1999. Advances in Research on Mental Accounting and Reason-Based Choice. *Marketing Letters*. Vol. 10 No. 3; 249-266.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran, MM. 2008. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniawan, R. 2012. *Valuasi Aset Biologis: Kajian Kritis atas IAS 41 Mengenai Akuntansi Pertanian*. Skripsi. Malang: Program Sarjana Universitas Brawijaya.
- Lutfillah, N. Q. 2014. Akuntansi dalam Penetapan Sima Masa Jawa Kuno. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)*. Vol. 5 No. 2; 262-272
- Mahastanti L. A. dan Wiharjo K. K. 2012. Mental Accounting dan Variabel Demografi: Sebuah Fenomena pada Penggunaan Kartu Kredit. *KINERJA*. Vol.16 No. 2; 89-102.
- Malangkota.go.id. *Sejarah Malang*. (<http://malangkota.go.id/sekilas-malang/sejarah-malang/>). (diakses 20 Juni 2015).
- Mania, S. 2008. Observasi Sebagai Alat Evaluasi dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran. *Lentera Pendidikan*. Vol. 11 No. 2; 220-233.
- Mcneill, R. J. 2008. *Sejarah Musik 2*. Jakarta: PT BPK Gunung Mulia.
- Meldarianda, R. dan Lisan, H. S. 2010. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol. 17 No. 2; 97-108.
- Mulawarman, A. D. dan Kamayanti, A. 2015. *Metodologi & Metode: Fenomenologi & Etnometodologi*. Makalah disajikan dalam pelatihan metodologi penelitian kualitatif Politeknik Negeri Batam. Batam. 16-17 November.
- Mursy, A. L. dan Rosidi. 2013. Sentuhan Rasa di Balik Makna Laba. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)*. Vol. 4 No. 2; 165-176.
- Nofianti, L. 2012. Kajian Filosofis Akuntansi: Seni, Ilmu atau Teknologi. *Pekbis Jurnal*, Vol. 4 No. 3; 203-210.
- Purbaningtyas, G. 2014. *Interaksi Aspek Budaya dalam Akuntansi pada Industri Kripik Tempe di Kota Malang*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Vol. 3 No. 1; 1-26.
- Prasetyo, E. P. 2005. Peran musik sebagai fasilitas dalam praktek dokter gigi untuk mengurangi kecemasan pasien. *Maj. Ked. Gigi (Dent. J.)*. Vol. 38 No. 1; 41-44.

- Putri, L. H., Kumadji, S., Kusumawati, A. 2014. Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 15 No. 2; 1-9.
- Rachmadi, Lexy J. Moleong. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Rachmawati, I. N. 2007. Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*. Vol. 11 No. 1; 35-40.
- Ritzer G. 2015. *Etnometodologi Dalam Ilmu Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Sarastiti, D. & Iryanti, V. E. 2012. Bentuk Penyajian Tari Ledhek Barangan di Kabupaten Blora. *Jurnal Seni Tari*. Vol. 1 No. 1; 1-12.
- Sari, D. P. 2014. Apa Makna “Keuntungan” bagi Profesi Dokter?. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)*. Vol. 5 No. 1; 130-138.
- Sasongko I. 2003. Pengembangan Konsep Strukturalisme, Dari Struktur Bahasa ke Struktur Ruang Permukiman. *BAHASA DAN SENI*. Thn. 31 No. 2; 153-171.
- Sekaran U. 2013. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiono G. A. 2010. *Teknik, Tips & Trik Jago Gitar*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Setyanto R. P. 2007. Apakah Kepercayaan Berperan Penting Dalam Hubungan Antara Frekuensi Komunikasi Manajer Penjualan-Tenaga Penjualan dan Job Outcomes. *PERFORMANCE*. Vol. 5 No. 2; 70-78.
- Sitorus J. H. E. 2015. Membawa Pancasila dalam Suatu Definisi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)*. Vol. 6 No. 2; 254-271.
- Smith D. dan Jacobs K. 2010. “Breaking up the sky” The Characterisation of Accounting and Accountants in Popular Music. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 24 No. 7; 904-931.
- Soedarsono R. M. 1992. *Pengantar Apresiasi Seni*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Strauss, Anselm & Juliet Corbin. 2003. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Swardjono. 2006. *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Thaler R. 1985. Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*. Vol. 4 No. 3; 199-214.

Triyuwono, I. 2015. Akuntansi Malang: Salam Satu Jiwa dan Konsep Kinerja Klub Sepak Bola. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma (JAMAL)*. Vol. 6 No. 2; 290-303.

Zimmerer T. W., Scarborough N. M., dan Wilson D. 2009. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Edisi 5 Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat