

BAB V

Simpulan dan Saran

Untung melimpah tapi banyak masalah,
atau untung sedikit tapi hidup tenang?

-(Question Of The Year)-

5.1 Simpulan

Akuntansi merupakan bahasa bisnis yang sangat berperan penting dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha. Bahasa bisnis yang dimaksud menyiratkan mengenai akuntansi yang syarat akan nilai-nilai dan budaya dari organisasi yang menerapkannya. Dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini telah berhasil menjawab pertanyaan: Bagaimana pandangan Butik Anisa terhadap laba? Bisnis yang didirikan sejak tahun 2005 yang berawal hobi suka belanja busana muslim ini akhirnya menjadi Bisnis yang sangat menjanjikan. Hingga saat ini Butik Anisa sudah melebarkan sayapnya dengan terus menambah variasi produk yang akan dijual. Berupa busana muslim, perlengkapan haji, perkengkapan anak, aneka jilbab hingga aksesoris muslim dan muslimah.

Pada bab ini peneliti akan menyimpulkan penjelasan pada bab-bab sebelumnya. Pada awal gagasan kemunculan penelitian ini peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimanakah Butik Anisa sebagai objek penelitian memandang laba. Seperti yang sudah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya bahwa laba merupakan suatu hal yang menjadi tujuan sebagian besar perusahaan. Karena dengan adanya laba kelangsungan perusahaan bisa

terjamin. Akhirnya pandangan ini mampu ditepis oleh salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jual beli pakaian muslim yaitu Butik Anisa. Pandangan Butik Anisa mengenai laba mampu membuat usaha yang mementingkan keuntungan (laba) tersipu malu (jika mereka mengetahuinya).

Bisnis yang berdiri dari hobi sang pemilik ini mampu bertahan dari segala terpaan dan rintangan yang mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Dengan berpegang pada keyakinan bahwa tidak ada bisnis yang tidak memiliki keuntungan sehingga Butik Anisa mampu bertahan hingga saat ini. Butik Anisa juga tidak lupa mengangkat sisi keagamaan (Islam) dan budaya kerja yang sangat kental olehnya. Menjadi suatu senjata dalam persaingan di dunia bisnis pakaian muslim. Salah satu cara Butik bersaing dalam dunia bisnis ialah dengan memberikan *discount* (potongan harga) kepada pelanggan entah yang merupakan anggota dari Butik ataupun bukan. Perlu diketahui bahwa tidak ada produk dalam butik anisa yang lupu dari *discount* berbeda dari perusahaan lain yang mengecualikan beberapa produk yang dilihat tidak boleh dikenakan *discount* dengan berbagai alasan yang mendsari hal itu tentunya. Tetapi Butik Anisa tidak melihat hal tersebut sebagai beban dan terus memberikan potongan tersebut bahkan akan semakin besar potongan yang diberikan pada bulan penuh berkah (ramadhan).

“...*discount* 10% untuk setiap member adalah cara untuk menjaga loyalitas pelanggan, itu sebagai bentuk penghargaan terhadap pelanggan setia... Discount yang lain merupakan bagian dari sedekah dan bisa membantu orang lain...”

Kutipan wawancara di atas merupakan bukti bahwa sebuah potongan bisa menjadi alat untuk saling mengasihi dan alat untuk mendekatkan diri kepada Allah S.W.T. Jika dilihat dari perspektif akuntansi rindu, kasih dan sayang proses pemberian potongan harga ini melahirkan beberapa ide. Pertama, potongan harga dengan tidak memilah produk yang akan dikenakan merupakan bentuk sayang kepada sesama dan kasih kepada yang Tuhan maha kuasa. Kedua, potongan harga atau *discount* dapat meringankan beban ekonomi pelanggan sehingga memungkinkan mereka akan merindukan Butik Anisa dan kembali untuk membeli produk yang lainnya.

Pada akhirnya memunculkan pandangan laba yang sangat menarik. Jika dilihat dari dua ide yang muncul akibat adanya potongan harga (*discount*) maka dapat terlihat jika ibu nita mencoba menyisipkan sedekah dalam setiap potongan harga yang dibebankan pada setiap produknya. Seperti yang diketahui bahwa sedekah (Bahasa Arab: صدقة; transliterasi: sadakah) adalah pemberian seorang muslim kepada orang lain secara sukarela dan ikhlas tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu. Hal ini memberikan pandangan pada semua muslim bahwa keuntungan tidak harus berbentuk materi (uang), bahkan *discount* (potongan harga) juga bisa menjadi alat untuk mendistribusikan hak dari orang lain. Hal lain seperti kesehatan, kepuasan batin, negeri yang damai dan lain sebagainya juga merupakan keuntungan atau laba yang kita dapat dari sang pencipta. Maka dengan saling berbagi. Sehingga dengan *discount* yang ada Butik Anisa dapat menjalin hubungan baik dengan manusia (*hablum minannas*) dan hubungan dengan sang pencipta

(*hablum minallah*). Maka hasil penelitian ini melahirkan tiga elemen yang menjadi pegangan ibu Nita selaku pemilik Butik Anisa, yaitu Allah SWT, Manusia dan Hobi yang dibungkus dalam kata amanah.

5.2 Saran untuk Penelitian Berikutnya

Penelitian ini dilakukan melalui pengamatan berpartisipasi pada informan tepatnya berada di Butik Anisa. Adanya keterbatasan waktu untuk mewawancarai pemilik Butik merupakan kendala yang dihadapi peneliti. sehingga tidak tertutup kemungkinan terdapatnya beberapa data penting yang tidak dapat peneliti temukan. Hasil penelitian ini memberikan wacana baru tentang realita pemahaman laba untuk para pebisnis, sehingga penelitian ini memberikan pandangan baru kepada para pembaca khususnya pebisnis. Implikasi dari penelitian ini diharapkan bisa menunjang penelitian akuntansi berikutnya, beberapa *point* yang menjadi saran untuk peneliti berikutnya yaitu: **pertama**, perlu mengangkat latar belakang etnis (budaya) dari si objek penelitian tanpa meninggalkan sisi akuntansi di dalamnya, maka data yang ditemukan semakin kuat. **Kedua**, sangat penting melakukan pendekatan dengan informan agar data yang diberikan akan semakin menarik bahkan akan memunculkan makna yang lebih dalam tentang laba. **Ketiga**, perlu melakukan partisipasi aktif atau turut serta dalam keseharian si objek agar hasil yang ditemukan tidak sebatas hal yang kasat mata. **Keempat**, perlu melakukan penelitian dengan rentang waktu yang sedikit lebih lama agar hasil dari penelitian tidak bias.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaar, S. (2014). *Serambi Cinta di Negeri Cahaya*. (S. Meulen, Ed.). Jakarta selatan: Loveable.
- Amaliah, T. H. (2016). Nilai-Nilai Budaya Tri Hita Karana dalam Penetapan Harga Jual. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7(6), 189–206.
- Arsyad, L. (2011). *Ekonomi Manajerial* (4th ed.). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Bechwati, n. nasr, Sisodia, R. S., & Sheth, J. n. (2009). Developing a model of antecedents to consumers' perceptions and evaluations of price unfairness. *Journal of Business Research*, 62(8), 761–767.
- Dias, A. A. D. S. P., & Rodrigues, lucia lima. (2010). Quality : The cost of a competitive strategy enabling a price. *Interdisciplinary Studies Journal*, 1(1), 1799–2702.
- Ekasari, K. (2014). Hermeutika Laba dalam Perspektif Islam. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(1), 67–75.
- Fellingham, J. C. (2007). Is Accounting an Academic Discipline? *Accounting Horizons*, 21(2), 159–163.
- Halim, A. (2012). *Dasar-Dasar Akuntansi Biaya* (Keempat). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hamzah, A., & Muhammad, S. K. (2007). Perbandingan Karakteristik Dasar Antara Grameen Bank dan Bank Syariah dalam Mengurangi Kemiskinan dan Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Infestasi*, 3(1), 1–9.
- Harahap, S. S. (2012). *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Perseda.
- Harahap, S. S. (2015). *Teori Akuntansi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Perseda.
- Hardesty, D. M., O.B, W., Haws, K. L., & Kidwell, B. (2012). Enhancing perceptions of price–value associated with price-matching guarantees. *Journal of Business Research*, 65(8), 1096–1101.
- Hilsenrath, P., Eakin, C., & Fischer, K. (2015). Price-transparency and cost accounting: Challenges for health care organizations in the consumer-driven era. *Inquiry (United States)*, 52. <https://doi.org/10.1177/0046958015574981>
- Hofstede, G. (1998). Think Locally, Act Globally: Cultural Constraints in Personnel Management. *Management and International Review*, 38, 7–26.
- Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayv, denise daval, & Sanders, G. (1990). Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study

- Across Twenty Cases. *Administrative Science Quarterly*, 35(2), 286–316.
- Horomnea, E., & Paşcu, A.-M. (2012). Ethical and Morality in Accounting: Epistemological Approach. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 2012, 1–11. <https://doi.org/10.5171/2012.405721>
- Indriasari, R. (2015). Ketika Sains [Akuntansi] Bertasbih Spirit Cinta. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(2), 316–326.
- Jacob, R. a., & Madu, christian n. (2004). “Are we approaching a universal accounting language in five years?” *The Journal of Future Studies*, 6(6), 356–363.
- Kamayanti, A. (2012). Cinta: Tindakan Berkesadaran Akuntan (Pendekatan Dialogis Dalam Pendidikan Akuntansi). In *Simposium Nasional akuntansi XV Banjarmasin 2012* (pp. 1–30).
- Kamayanti, A. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi: Pengantar Religiositas Keilmuan*. (A. D. Mulawarman, Ed.). Jakarta: Yayasan Rumah Peneleh.
- Khairi, M. S. (2013). Memahami Spiritual Capital dalam Organisasi Bisnis Melalui Perspektif Islam. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 4(2), 286–307.
- Khobir, A. (2010). “Islam dan Kapitalisme.” *Religia*, 13(2), 225–238.
- Kuswarno, E. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Liliweri, A. (2007). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. (U. Fauzan, Ed.). Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Maleong, Ixey j. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulawarman, A. D. (2010). Integrasi Paradigma Akuntansi: Refleksi atas Pendekatan Sosiologi dalam Ilmu Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 1(1), 155–171.
- Mursy, A. L., & Rosidi. (2013). Sentuhan Rasa Di Balik Makna Laba. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 4(2), 165–176.
- Narsa, I. M., & Irwanto, A. (2014). Implementasi Tanggung Jawab Sosial PT Petrokimia Gresik Pada Masyarakat Lokal: Apa Kata Mereka? *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(3), 450–465.
- Niswatin, Noholo, S., Tuli, H., & Wuryandini, A. R. (2017). Perilaku pengusaha mikro betawi perantauan terhadap. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(3), 427–611.
- Pal, B., Sana, S. S., & Caudhuri, K. (2012). Multi-item EOQ model while

- demand is sales price and price break sensitive. *Economic Modelling*, 29(6), 2283–2288.
- Pertiwi, I. D. A., & Ludigdo, U. (2013). Implementasi Corporate Social Responsibility Berlandaskan Budaya Tri Hita Karana. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 4(3), 430–455.
- Putri, i gusti ayu made asri dwija. (2012). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Dalam Perspektif Balanced Scorecard. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 3(3), 334–501. Retrieved from <http://jurnal.umsb.ac.id/wp-content/uploads/2014/04/Jurnal-Syabirin-Efendi.pdf>
- Ruslan, M., & Alimuddin. (2012). Makrifat Akuntansi , Determinasi Puncak Suatu Tinjauan Ontologis. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 3(3), 357–367.
- Snelgrove, T. (2012). “Value Pricing When You Understand Your Customers: Total Cost Of Ownership Past, Present and Future.” *Journal of Revenue and Pricing Management*, 11(1), 76–80.
- Sonhaji. (2017). Sistem Informasi Akuntansi Manajemen Syariah untuk Organisasi Islam. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(1), 47–62.
- Stamp, E. (1981). “Why Can Accounting Not Become a Science Like Physics?” *Abacus*, 17, 13–27.
- Sterling, R. (1975). “Toward a Science of Accounting.” *Financial Analyst Journal*, 28–36.
- Sugiyono. (2014a). *Metode Penelitian Bisnis* (18th ed.). Bandung: CV ALFABETA.
- Sugiyono. (2014b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suwardjono. (2011). *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan* (3rd ed.). Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Sylvia. (2014). Membawakan Cinta Untuk Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(1), 139–148.
- Triyuwono, I. (2012). *Akuntansi Syariah: Perspektif, Metodologi, dan Teori*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Utama, D. (2015). Upaya Perumusan Prinsip Counter Accounting dengan Memanfaatkan Filosofi Punk sebagai Counter Culture. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(3), 444–465. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.12.6036>

- Walckiers, A. (2008). What means rich in publishing? Competition between for-profit and not-for-profit publishers from an economist's point of view. *Information Services and Use*, 28(2), 113–119. <https://doi.org/10.3233/ISU-2008-0559>
- Williams, S. J., & Adams, carol a. (2013). "Moral accounting? Employee disclosures from a stakeholder accountability perspective." *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 26(3), 449–495.
- Zulfikar. (2008). Menguak Akuntabilitas Di Balik Tabir Nilai Kearifan Budaya Jawa. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 144–150.