

## Harga: Balutan Tradisi

**Nur Habbibah Rachmi**

Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

**Abstract:**

*The purpose of this study is to reveal the meaning of prices implemented through the tradition of the Gresik community. This research is a qualitative study using a phenomenological approach, data collected through interviews and informant observation. The results of the study found three meanings of prices, the first price as an effort to establish faith, the second price as a form of togetherness, the third price is not material. The existence of cultural values seems to dismiss the notion that states if the price is closely related to the material and profits*

**Keywords:** *Meaning of Price, Culture, Phenomenology*

### **Pendahuluan**

Kajian mengenai harga sebenarnya seringkali muncul dalam definisi yang beragam. Hal tersebut disebabkan karena sudut pandang manusia yang senantiasa berbeda. Ulasan harga yang menekankan keuntungan serta materi misalnya dilakukan oleh (Hardesty, Bearden, Haws, & Kidwell, 2012) menunjukkan bahwa tujuan penetapan harga yang sebagian besar berorientasi pada laba. Pemikiran tersebut juga didukung oleh penelitian Purwanti, (2013) yang mengungkapkan harga sebagai penghasilan, penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga sebagai acuan penting dalam kondisi keuangan atau status quo.

Harga sebagai indikator utama dalam menilai suatu barang. Sudut pandang harga yang terjadi dalam dunia lelang menitik beratkan perspektif beragam. Mulai dari perspektif harga sebagai bentuk kepuasan (Sarjiyanto, 2016). Uang kertas dan koin kuno yang dapat dijadikan sebagai usaha jual beli barang antic (Nugroho, n.d.). Serta pertimbangan harga mahal yang dinilai melalui keunikan estetika seni lukisan. Orientasi harga yang bertujuan pada laba mengakibatkan cara pandang konvensional. Penawaran harga jual lelang yang bervariasi menjadi kesan egoistic para kolektor.

Secara konsep konvensional lelang masih merujuk keberadaan nominal sebagai acuan serta melihat harga dari pertimbangan proses terbentuknya harga. Harga konvensional mengabaikan nilai non materi yang sebetulnya ikut berperan dalam pembentukan harga (Amaliah, 2016). Selain unsure konvensional, harga juga terbentuk melalui unsure kualitatif (Dias dan Rondrigues, 2010). Konsep harga dapat diartikan dalam sudut pandang budaya (Pitoyon Djoko, 2008; Syarifuddin & Damayanti, 2015; Tumirin, 2015). Nilai budaya terkadang luput dari perhatian sistem ekonomi konvensional (Zulfikar, 2008). Melalui kacamata yang luas, definisi harga dapat member banyak pemahaman dan perspektif.

Dari latar belakang tersebut merasa jika akuntansi tidak cukup jika dilihat dari sebatas nominal. Peneliti berupaya untuk menjelaskan arti harga menurut sudut pandang yang luas dan tidak sekedar berpedoman melalui sistem ekonomi konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan arti harga yang dilihat melalui sudut pandang budaya. Fenomena tradisi lelang bandeng Gresik menjadi salah satu budaya yang menarik untuk dikulik. Masyarakat Gresik mungkin memiliki perspektif berbeda dalam mengartikan harga dalam sebuah tradisi.

### **Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis**

#### **Konsep Harga dalam Perspektif Islam**

Pasar ideal di bentuk melalui harga kompetitif pada komoditas dagang serta tidak adanya monopoli. Selama pengambilan keuntungan dianggap normal dan tidak merugikan sesama. Dalam Al-Quran surat An-Nisa' ayat 29 dijelaskan secara tegas mengenai larangan untuk memakan harta orang lain yang bukan haknya. Memeakan hak orang lain sama halnya dengan berbuat bathil dan dilarang. Islam mengharuskan umatnya untuk selalu bersikap adil dan berbuat kebajikan.

#### **Konsep Harga dalam Perspektif Budaya**

Hubungan yang kuat antara nilai islam dengan budaya dan kearifan local tersirat dalam Q.S.Ibrahim (14:4): Terjemahan:

“Kami tidak mengutus seorang Rasul, melainkan dengan bahasa (budaya kearifan lokal) kaumnya, agar dapat member penjelasan dengan terang kepada mereka. Maka Allah akan

menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan member petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki dan Dia Lah Tuhan yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana ”

Artinya dalam sudut pandang budaya harga dapat memiliki arti yang beragam. Mengingat Indonesia memiliki ragam budaya serta cirri khas masing-masing. Seperti harga yang dilihat menurut sudut pandang budaya Jawa (Pitoyon Djoko, 2008), budaya Maluku (Syarifuddin & Damayanti, 2015), budaya Tanah Toraja (Tumirin, 2015), budaya Bali (Rahayu, Yudi, & Sari, 2016), budaya Betawi (Amaliah & Sugianto, 2018) serta budaya Bugis (Yunus, 2015).

### **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan fenomenologi sebagai pendekatan penelitian. Fenomenologi tepat digunakan untuk mengungkapkan kesadaran masyarakat Gresik mengartikan harga dalam tradisi lelang bandeng. Fenomenologi mencari pemahaman manusia bagaimana mengkonstruksi konsep dalam inter subjektivitas (Kuswarno, 2009).

Data diperoleh dengan melakukan wawancara dengan informan. Wawancara dilakukan langsung dengan terjun kelapangan. Pada pemilihan informan peneliti menggunakan Bapak Zaniarserta Ibu Ima. Informantersebutdipilihkarenaseringberpartisipasidalamtradisilelang bandeng. Pemilihaninformanbertujuanuntukmengungkapkanmakna yang berasaldarpengalaman orang yang melakukantradisilelang bandeng.

Teknis analisis yang digunakanmenurutCreswell (2007)tersusundiantaranya (1) deskripsipengalaman personal, (2)menyusun daftar pertanyaan, (3) mengambilpertanyaanpenting, (4) dekskripsitekstual, (5) deskripsistruktural, (6) membuatesensipengalaman.

### **Hasil dan Pembahasan**

Konsepharga yangberasaldaribudayaberperandalammenentukantingkahlakusertapolaberfikirindividu. Budayaberfungsisebagaikeunikansertakekhasan yang membedakanantarasatuindividudengan yang lain. Hal tersebuttentusajaberkaitandenganstruktursosial yang berpengaruhterhadapolapikir dan tindakanindividu. Pembahasandalampenelitianniterkaitmengaidefinisiharga yang berhubungandengannilai-nilaidibudaya.

Penjelasan tersebut dimaksudkan untuk pengembangan pemahaman manusia terhadap akuntansi konvensional di Indonesia, bahwa harga dalam sebuah budaya memiliki arti dan definisi berbeda.

Tradisi lelang bandeng merupakan kearifan masyarakat Gresik yang berasal sejak masa Sunan Giri. Tradisi ini menekankan pada nilai ekonomi, budaya, serta sosial masyarakat Gresik. Dimana nilai ekonomi berasal dari aktivitas sertatransaksi pasar yang terjadi selama lelang berlangsung. Tradisi lelang bandeng juga menjadi salah satu warisan luhur yang masih dilestarikan sehingga keberadaannya masih menjadi pertimbangan dalam mengembangkan kota dalam bidang pariwisata. Pada sisi sosial, tradisi yang digelar setiap bulan Ramadhan ini merupakan wadah masyarakat dalam berbagi pada sesama.

Harga penawaran dalam tradisi lelang bandeng mencapai jutaan hingga puluhan juta rupiah. Meskipun begitu tidak mengurangi keinginan masyarakat Gresik dalam partisipasi mereka pada tradisi tersebut. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Imas selaku pembeli lelang bandeng:

“ sekitar 9 sampai 10 juta, tergantung berat bandengnya (Ibu Ima, 2020). ”

Kutipan percakapan di atas menunjukkan jika Ibu Ima tidak merasa berat membayar sejumlah uang dalam tradisi lelang bandeng. Meski nominal yang dikeluarkan cukup besar. Namun beliau tidak merasa keberatannya. Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Zaniar:

“ ya Alhamdulillah bisabeli. Bismillah saja bakkarena nawaitunya untuk bersedekah. Semakin mendekat sendiri pastikan menerima balasan yang lebih baik lagi (Bapak Zaniar, 2020). ”

Ungkapan Bapak Zaniar menunjukkan rasa syukur serta keyakinan akan suatu hal. Beliau merupakan salah satu donatur tetap di salah satu pondok pesantren di Gresik.

Gresik yang termasuk dalam kota industri memungkinkan masyarakatnya berperilaku konsumtif. Harga irrasional menjadi bukti jika harga tidak menghalangi keinginan seseorang untuk membeli. Konsumen menilai barang memiliki nilai umum atau pribadi (Klemperer, 1998; Nanda, 1997). Artinya mahal atau tidaknya barang lelang tergantung pada bagaimana seseorang individu bisamemaknainya tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Bapak

Zaniar yang menyatakan jika partisipasinya dalam membeli bandeng lelang bertujuan untuk disumbangkan kepada podok pesantren serta pantiasuhan yang membutuhkan.

“...untuk disedekahkan saja, kalau dikonsumsi sendiri rasanya tidak mungkin habis. Kan ada yang lebih membutuhkan dari saya (Bapak Zaniar, 2020).”

Berbeda dengan Bapak Zaniar Ibu Ima memiliki alasan berbeda mengartikan harga lelang bandeng. Beliau merasakan kepuasan serta rasa bangga dapat membeli bandeng lelang tersebut. Namun demikian tidak membuat Ibu Ima menjadi besar kepala dan ingin dipandang orang lain. Karena hasil pembelian tersebut akan dimasak agar dapat dinikmati bersama dengan keluarga besarnya yang datang saat lebaran.

“ Mahal, tapi kan bisa dinikmati bersama. Niatnya bukan pamer, Cuma ada rasa kepuasan sendiri saat bisa membeli bandeng lelang. Kan nanti lebaran banyak saudara berkunjung ke rumah biasanya bandeng ini untuk disajikan (Ibu Ima, 2020) ”

Gresik mungkin untuk memahami suatu hal dalam kehidupan mereka. Lopez & Snyder (2012) mengasumsikan bahwa terdapat tempat pemenuhan kebutuhan yang memiliki makna atau arti tersendiri bagi individu, yakni

**Need for purpose**, merupakan sebuah kebutuhan yang memiliki tujuan yang hendak dicapai. Tujuan yang dicapai bisa dalam bentuk memenuhi kebutuhan pribadi, tujuan untuk kegiatan sosial atau yang lainnya. Masyarakat bersedia membelikannya dengan tujuan untuk disumbangkan pada pondok pesantren atau yayasan yang bertujuan sebagai kegiatan sosial.

**Need for value**, sebuah kebutuhan karena memang ada nilai lebih yang diinginkan. Nilai tersebut bisa dalam bentuk estetika, citra atau kesan masyarakat, atau nilai sejarah yang melatarbelakanginya. Masyarakat Gresik mungkin memiliki kesan tertentu tersendiri mengenai harga bandeng lelang. Kesan masyarakat Gresik yang kental akan budaya mereka membuat bandeng seolah-

olahmenjadiprimadonasehari. Masyarakat Gresik percayabahwa bandeng inisebagai salah satusumberberkah yang berasal dari bidang perairan Gresik. Masyarakat sudah terbiasa dengan keberadaan bandeng sebagai hidangan wajib pada saat menjelang hari raya idulfitri.

**Need for efficacy**, kebutuhan untuk mempengaruhi lingkungan, yakni termasuk dalam orang yang berpengaruh dalam sebuah lingkungan atau sebagai contoh yang baik. Tuntutan peran sebagai tokoh masyarakat, atau pejabat tinggi yang menjadi contoh masyarakat.

**Need for self worth**, kebutuhan untuk merasa sangat berharga, yakni penghargaan untuk diri sendiri sebagai orang yang berpengaruh terhadap sesama. Rendah maka harga akan turun. Reputasi berkaitan erat dengan hasrat untuk ingin di banggakan. Atas dasar reputasi mungkin saja masyarakat bersedia membeli bandeng meskipun harganya mahal. Inilah yang kemudian membuat harga bandeng melambung tinggi.

Dari hasil wawancara peneliti memperoleh tiga arti harga menurut masyarakat Gresik dalam Tradisi Lelang Bandeng.

**Harga Upaya Menegakkan Keimanan.** Salah satu alasan mendasar dari sebuah perilaku adalah keyakinan. Keyakinan Bapak Zaniar kepada sesama menyadarkan hal penting akan pentingnya bagi. Islam memiliki namrukun iman yang salah satunya mewajibkan muslim untuk beriman kepada Allah SWT. Keyakinan untuk membeli dan bersedekah sama dengan meyakini keberadaan Allah. Jika sebagian orang mungkin mengimankan polapikirmereka pada uang dan materi berbedadengan yang dilakukan oleh Bapak Zaniar.

Harga tidak dapat menggoyahkan keyakinan Bapak Zaniar dalam bersedekah. Atas dasar niat serta keyakinan harga bukan menjadi sesuatu yang luar biasa. Arti harga bukan hanya sekedar materi namun ada bobot pertanggungjawaban yang akan diterima saat yaumulhisab.

**Harga Bentuk Kebersamaan.** Adanya tradisi lelang bandeng yang digelar setiap bulan Ramadhan menjadikan ciri khas bagi kota Gresik. Lebaran merupakan bulan yang diyakini umat Islam sebagai bulan berkah. Selain itu Ramadhan juga bulan berkumpulnya saudara yang hanya dilakukan satu tahun sekali. Momen ini menjadi berarti bagi sebagian orang.

Salah satu ciri khas kota Gresik yakni dengan menyantap hidangan olahan bandeng. Bahkan masyarakat Gresik memiliki semboyan yang menyebutkan “Dakafdholriyoyoan lengurung mangan bandeng lelangan ” artinya tidak afdhol jika pada saat lebaran tidak memakan bandeng pada tradisi lelang. Harga mahal dapat menyatukan kebersamaan keluarga dalam bulan Ramadhan. Inilah yang menjadi pertimbangan masyarakat menggapai membeli bandeng lelang.

**Harga Bukan Materi.** Perspektif berbeda masyarakat Gresik disampaikan melalui cara masyarakat Gresik dalam menjalankan sebuah tradisi. Tradisi lelang bandeng menjadikan pola pikir masyarakat yang berbeda, harga dianggap sebagai sebuah perantara mereka dalam mencapai tujuan non materi.

Bagi peneliti sosok Ibu Ima dan Bapak Zanu dapat dijadikan sebagai salah satu contoh real bagaimana seharusnya pola pikir kapitalisme harus disampingkan. Sebab Indonesia ini kaya akan budaya dan tradisi yang seharusnya dapat memberi warna luas dalam perkembangan bidang akuntansi.

Bukan hanya sekedar teori pokok yang menjadikan kapitalisme sebagai kiblat akuntansi, namun juga mempertimbangkan nilai-nilai lokal yang ikut andil dalam membentuk pola pikir manusia.

### **Kesimpulan, Implikasi dan Batasan**

Temuan penting dalam penelitian ini bahwa keberadaan nilai-nilai budaya seolah menepis anggapan yang menyatakan jika harga erat kaitannya dengan materi dan keuntungan. Budaya erat kaitannya dengan ciri khas suatu daerah.

Mengangkattemabudayasebagaislahsatuupayadalammengembangkankeanekaragamanakuntansi. Sehinggaberbicaraakuntansibukansaratmembahasmengenai nominal namun jugaterdapatunsurnilai-nilabudayadidalamnya. Definisihargamemiliki arti sebagai salah satu(1) upayamenegakkankeimanan, (2) BentukKebersamaan, serta (3) Harga bukanMateri.

Penerapansistemekonomikonvensionalmasihmenjadipilihandalamakuntansi.

Akuntansimemiliki arti luasjikadilihatdarisudutpandangluas, semuatergantunganbagaimanaindividumenilai.

Akuntansidapatdikembangkanmelaluibudayasertatradisi yang kentaldengannilai-nilaikearifanlokal di Indonesia.

Inidapatmengembangkansertamerubahbidangkauntansiterlebihmengenaipolapikirmasyarakat yang masihkonvensional

Penelitianiniberfokushanya pada bidangakuntansi. Mungkindapatditemuipenelitian-penitianselanjutnya yang juga mengangkattemabudayasebagailandasanpenelitian.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Amaliah, T. H. (2016). Nilai-nilai budaya Tri Hita Karana dalam Penetapan Harga Jual. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7(6), 189–206.
- Amaliah, T. H., & Sugianto, S. (2018). Konsep Harga Jual Betawian dalam Bingkai Si Pitung. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(1), 20–37. <https://doi.org/10.18202/jamal.2018.04.9002>
- CRESWELL, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. In *Sage Publication* (Vol. 16). <https://doi.org/10.1177/1524839915580941>
- Hardesty, D. M., Bearden, W. O., Haws, K. L., & Kidwell, B. (2012). Enhancing perceptions of price-value associated with price-matching guarantees. *Journal of Business Research*, 65(8), 1096–1101. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.08.024>
- Klemperer, P. (1998). Auctions with almost common values: The “Wallet Game” and its applications. *European Economic Review*, 42(3–5), 757–769. [https://doi.org/10.1016/S0014-2921\(97\)00123-2](https://doi.org/10.1016/S0014-2921(97)00123-2)



- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: metode penelitian komunikasi: konsepsi, pedoman, dan contoh penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran, Bandung.
- Lopez, S. J., & Snyder, C. R. (2012). The Oxford Handbook of Positive Psychology, (2 Ed.). In *The Oxford Handbook of Positive Psychology*, (2 Ed.) (pp. 1–742). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195187243.001.0001>
- Nanda, S. (1997). Nanda, S., Owers, J. E., & Rogers, R. C. (1997). An analysis of resolution trust corporation transactions Auction market process and pricing. *Real Estate Economics*, 25(2), 271-294..pdf. *Real Estate Economics*, 2.
- Nugroho, B. A. F. (n.d.). *Bisnis Lelang Online Uang Kertas Kuno dan Koin Kuno di Indonesia. Paper Sistem Dan Teknologi Informasi*.
- Pitoyon Djoko. (2008). Tuna satak bathi sanak. *Filsafat*, 18, 1–25.
- Purwanti, A. & D. P. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Rahayu, S., Yudi, Y., & Sari, D. P. (2016). Makna Biaya pada Ritual Ngaturang Canang Masyarakat Bali. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. <https://doi.org/10.18202/jamal.2016.12.7028>
- Sarjiyanto, S. (2016). Menimbang Konvensi Internasional No. 11806 Untuk Pengelolaan Sumberdaya Budaya di Indonesia. *PURBAWIDYA: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Arkeologi*, 4(1), 55–70. <https://doi.org/10.24164/PW.V4I1.67>
- Syarifuddin, & Damayanti, R. A. (2015). Story of Bride Price: Sebuah Kritik atas Fenomena Uang Panaik Suku Makassar. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, (1979). <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.04.6007>
- Tumirin. (2015). Makna Biaya dalam Upacara Rambu Solo. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(2), 175–184. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6014>
- Yunus, A. R. (2015). Nilai-nilai Islam dalam Budaya dan Kearifan Lokal (Konteks Budaya Bugis). *Jurnal Rihlah*, II(1), 1–12.
- Zulfikar. (2008). “Menguak Akuntabilitas Di Balik Tabir Nilai Kearifan Budaya Jawa. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 144–150.