

**Nilai Budaya Lamaholot dalam Penentuan Harga Jual Kain Tenun Ikat: Studi pada
Kelompok Perempuan Penenun "Tene Tuen"
di Nusa Tenggara Timur**

***Lamaholot Cultural Values in Determining the Sale Price of Woven Fabrics: A Study on
the "Tene Tuen" Women Weaver Group in East Nusa Tenggara***

**Yasmi Nurdin¹, Gita Elsa Savira², Habib Muhammad Shahib³, Irfan Palippui⁴, Muhammad
Ridwan Hasanuddin⁵**

^{1,2,3,4,5}Universitas Fajar, Makassar, Indonesia
Email: yasmi@unifa.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap praktik penentuan harga jual kain tenun pada kelompok penenun wanita yang disebut "Tene Tuen". Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli hingga Agustus 2021 melalui wawancara dengan pimpinan kelompok penenun wanita. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif sebagai metode penelitian dan pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi. Penelitian ini menemukan bahwa konsep perumusan harga jual yang ditetapkan oleh informan (penjual) tidak hanya dibentuk oleh nilai-nilai material tetapi juga mengandung nilai-nilai budaya dan keadilan dengan filosofi yang holistik. Pada akhirnya, harga jual yang ditentukan oleh kelompok Tene Tuen berupaya menciptakan kesejahteraan dan keadilan bagi semua pihak.

Kata Kunci: harga jual, nilai-nilai budaya, filosofi yang holistik, nusa tenggara timur

ABSTRACT

This study aims to reveal the practice of determining the selling price of woven cloth in a women's weaver group called "Tene Tuen". This research was conducted from July to August 2021 through interviews with leaders of the women weaver group. This study used the qualitative method with a descriptive approach as a research method and collected data by using interviews, direct observation, and documentation. This study found that the concept of formulating the selling price set by the (sellers) informants was not only formed by material values but also contained cultural and justice values with a holistic philosophy. In the end, the selling price determined by the tene tuen group seeks to create prosperity and justice for all parties.

Keywords: selling price, cultural values, holistic philosophy, nusa tenggara timur

PENDAHULUAN

Penentuan harga jual menjadi hal menarik untuk dikaji pasalnya segala aktivitas kehidupan selalu berkaitan dengan harga. Harga tak hanya berkaitan pada aspek kegiatan perusahaan tetapi juga berkaitan dengan kehidupan masyarakat baik secara kelompok maupun secara individu. Perumusan harga jual selalu diimplementasikan agar mendapatkan laba semaksimal mungkin demi kelangsungan usaha, oleh karena itu penjualan menjadi unsur terpenting. Maka satu-satunya tujuan dalam penentuan harga jual yakni semata-mata untuk memperoleh laba. Hal ini seringkali memunculkan persepsi bahwa penentuan harga jual selalu identik pada angka-angka yang bersumber dari biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi dan laba yang merupakan tolak ukur rasional yang digunakan dalam perumusan harga jual. Padahal apabila ditinjau lebih jauh sebenarnya dalam penentuan harga jual justru tidak hanya dilihat dari aspek biaya yang dikeluarkan dan perolehan laba yang bersifat materi. Tetapi juga bisa dibentuk oleh nilai-nilai yang bersifat non-materi. Harga jual tidak hanya dilandasi oleh komponen-komponen biaya maupun laba tetapi budaya juga berperan dalam penentuan harga jual sebagaimana kajian akuntansi manajemen terkini (Amaliah, 2016; Alsharari et al., 2015; Triyuwono, 2016).

Realita yang ada membuktikan bahwa selama ini harga jual tidak selalu dibentuk dari segi kuantitatif tetapi juga dapat terbentuk dari segi kualitatif. Meskipun hal ini tidak dapat dipungkiri bahwa harga jual identik pada angka-angka laba yang menjadi tujuan akhir. Tanpa disadari dari tujuan akhir tersebut akan menimbulkan perilaku yang tidak etis yang kini ditandai oleh adanya berbagai kasus kecurangan yang dilakukan oleh pedagang (Wahyuni, 2015). Berdasarkan hasil observasi penulis yang menemukan fakta yang marak terjadi akhir-akhir ini terkait kasus korupsi dan markup harga masker KN95 yang menyebabkan kerugian negara yang mencapai Rp. 1,6 Miliar (CNN Indonesia, 2021). Dalam situasi pandemi seperti sekarang ini banyak pelaku usaha memanfaatkan kondisi ini untuk memperoleh laba yang lebih tinggi dengan perilaku yang tidak etis sehingga dapat mencurangi konsumen. Konsep bisnis ini lebih berorientasi pada laba tanpa mempertimbangkan harga yang telah ditentukan sebelumnya.

Melihat fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya memberi pemahaman kepada kita semua bahwa dalam penetapan harga jual yang diorientasi oleh laba akan mudah menimbulkan pola pikir para pedagang untuk berperilaku tidak etis. Usaha yang mereka lakukan demi meraup keuntungan yang sebesar-besarnya membawa mereka pada perilaku mengecilkkan biaya dengan cara yang tidak etis. Cara yang digunakan inilah yang bertentangan pada nilai agama serta nilai kemanusiaan (Amaliah, 2016). Jika akuntansi dilandasi oleh nilai-nilai kapitalistik maka informasi yang disajikan pun akan bernilai kapitalistik. Maka dirasa perlu untuk menghadirkan konsep penetapan harga jual yang mengandung nilai agama yang menyejukan serta jauh dari keserakahan. Oleh karena itu dengan adanya penelitian ini bermaksud untuk memberi kontribusi pemikiran terkait perumusan harga jual alternatif yang bebas dari nilai-nilai kapitalistik (Alsharari et al., 2015). Penelitian kemudian ini tidak semata-mata hanya ingin menemukan nilai-nilai yang tersirat dalam penentuan harga jual kain tenun. Namun lebih dari itu, penelitian ini mencoba menggambarkan ketidaksesuaian nilai antara konsep perumusan harga jual konvensional dan nilai-nilai budaya Lamaholot. Sehingga kajian akan alternatif pola penentuan harga yang lebih manusiawi dan sesuai dengan semangat lokal akan semakin beragam dan mewarnai khazanah akuntansi (Lukka & Vinnari, 2014).

Lamaholot dikenal sarat akan nilai budaya serta adat istiadat yang berlaku dikalangan masyarakat. Dari dulu hingga saat ini masyarakat lamaholot sangat menjunjung tinggi nilai-nilai persatuan, kekeluargaan (*Bereun senaren*), musyawarah (*Pupu rehung maring*), keagamaan dan keadilan. Nilai-nilai tersebut membawa dampak besar terhadap usaha kecil menengah yang dikelola oleh sekelompok perempuan sehingga hal ini bukan suatu keniscayaan apabila nilai-nilai

yang melekat pada masyarakat Lamaholot dapat diasosiasikan dengan konsep perumusan harga jual. Konsep perumusan harga jual yang pijak pada nilai-nilai budaya Lamaholot merupakan konsep akuntansi yang dikembangkan berbasis nilai-nilai lokalitas yang memiliki sifat humanis (Gallhofer et al., 2015).

Berdasarkan fenomena dan celah riset terdahulu diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Nilai Budaya Lamaholot Dalam Penentuan Harga Jual Kain Tenun Ikat Pada Kelompok Perempuan Penenun "Tene Tuen" Desa Sukutokan, Kecamatan Kelubagolit, Flores Timur, Nusa Tenggara Timur.

LANDASAN TEORI

Konsep Kebudayaan

Para pakar antropologi budaya Indonesia umumnya sepaham bahwa kata kebudayaan berasal dari bahasa Sanskerta *buddhayah*. kata *buddhayah* merupakan bentuk jamak dari *buddhi* yang berarti hal-hal yang berkaitan dengan akal atau budi. Secara etimologis, kata kebudayaan berarti hal-hal yang berkaitan dengan akal dan Budi (Maran, 2000). Kebudayaan merupakan suatu fenomena universal. Kebudayaan secara jelas menampilkan kesamaan kodrat manusia dari berbagai suku, bangsa dan ras. Sering kali orang bisa mendefinisikan manusia dengan sudut padangnya masing-masing namun manusia tidak sebagai *cultural being* adalah fakta historis yang tidak dapat terbantahkan oleh siapapun juga. Sebagai *cultural being*, manusia adalah pencipta kebudayaan.

Budaya Suku Lamaholot

Suku Lamaholot merupakan salah satu dari banyaknya suku bangsa di Indonesia yang mendiami daerah provinsi Nusa Tenggara Timur. Paul Amdt dalam (Kleden, 2008) mendefinisikan bahwa suku Lamaholot adalah orang yang mendiami daratan Flores Timur, Pulau Adonara, Pulau Solor, dan Pulau Lembata. Istilah Lamaholot lebih mencerminkan sebuah *worldview* atau filsafah hidup yang mendiami wilayah ini. Lamaholot berasal dari dua kata yakni *Lama*: Kampung, *Holot*: Bersambung. Sehingga lamaholot diartikan sebagai kampung yang bersambung-sambung. Hakikat ini mempertegas bahwa orang Lamaholot adalah *Kakan Arin* (Kakak/beradik/bersaudara). *Hayu Baya* (Tidak ada batasan tanah antara satu kampung dengan kampung lainnya). Tanah Lamaholot merupakan rajutan kebersamaan yang menjunjung tinggi rasa kekeluargaan dan persaudaraan (*Bereun senaren*). *Atadiken* (Manusia) yang lahir dari Rahim Lamaholot sungguh meyakini, adanya rejeki dan kemudahan dalam pekerjaan di mana saja. Hal ini diyakini oleh masyarakat Lamaholot bahwa peran leluhur nenek moyang sangat memberikan jalan bagi masyarakat untuk terus membangun kampung halaman (*Gelekat lewo gewayan tanah*).

Lamaholot memiliki keunikan yakni dari segi kerajinan tangan salah satunya adalah seni tenun ikat yang terkenal memiliki motif gambar menyerupai belah ketupat yang memiliki arti tersendiri bagi masyarakat Lamaholot. Ibu yang membuat kain tenun ikat adat Lamaholot biasanya akan menyimpan kain buatannya untuk anak perempuan. Pasalnya tradisi adat Lamaholot mengharuskan calon mempelai perempuan untuk memberikan sejumlah kain kepada calon mempelai laki-laki. Tidak hanya itu pada saat upacara kematian kain tenun ini digunakan untuk membungkus jenazah sebagai tanda penghormatan terakhir kepada jenazah tersebut. Biasanya keluarga yang bersangkutan memilih kain tenun asli yang di banderol dengan harga yang fantastis. Bahkan seringkali kain tenun ini selalu digunakan pada upacara tarian adat yang

dilakukan setiap diadakannya ritual upacara adat. Hal inilah mengapa kain tenun ikat adat Lamaholot sarat akan nilai adat istiadat.

Harga

Harga merupakan satu dari beberapa variabel bauran pemasaran yang sangat penting dalam manajemen pemasaran. Menurut (Buchari Alma, 2011) mengatakan bahwa harga merupakan satuan moneter maupun ukuran lainnya yang ditukar guna mendapatkan hak kepemilikan maupun penggunaan suatu barang dan jasa sehingga adanya kepuasan tersendiri bagi konsumen. Harga merupakan suatu usaha guna menghasilkan pendapatan atau *income*, adapun unsur bauran pemasaran lainnya yakni produk, tempat dan promosi menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha.

Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual produk atau jasa menjadi jenis pengambilan keputusan manajemen yang berperan penting bagi kelangsungan usaha. Harga produk atau jasa dapat mempengaruhi volume penjualan serta akan berpengaruh terhadap pendapatan perusahaan. Jika harga jual memiliki pengaruh langsung terhadap produk maka perusahaan menghadapi permasalahan terkait bagaimana menentukan harga jual yang ditetapkan dalam jangka panjang. Tak hanya itu harga jual yang ditetapkan harus bisa menutup seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi yang nantinya akan memberi keuntungan bagi pihak perusahaan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan lebih banyak menggunakan analisis. Tahapan analisis yang dilakukan yakni reduksi data, penyajian data sampai pada penarikan kesimpulan. Sesuai dengan tujuan penelitian diperlukan beberapa informan yang didasarkan pada orang-orang yang terlibat langsung dalam penetapan harga jual kain tenun ikat yang bergabung dalam kelompok usaha perempuan penenun tene tuen. Teknik analisis data diawali dengan memahami serta menginterpretasikan istilah, simbol, nilai maupun kata kiasan dalam membentuk suatu tema. Tema tersebut diperoleh berdasarkan observasi langsung, wawancara dan telaah dokumen yang memiliki implikasi dalam penentuan harga jual. Oleh karena itu teknik analisis diawali dengan meringkas pernyataan yang diperoleh dari berbagai informan. Hal ini menjadi proses awal dalam menemukan makna yang terkandung dalam penentuan harga jual yang bersifat fundamental dalam mendeskripsikan konsep penentuan harga jual dari sudut pandang informan. Hal ini tentu memberi kemudahan bagi peneliti untuk mendapatkan gambaran secara umum mengenai nilai suatu budaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Adanya perbedaan budaya, nilai serta geografis merupakan suatu bentuk keberagaman. Pola pikir dan pemaknaan terhadap sebuah kehidupan juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan serta nilai-nilai lokalitas. Pola pikir serta pemaknaan tersebut berasal dari berbagai sumber. Salah satunya adalah aturan hukum adat yang berlaku di kalangan masyarakat. Cara pandang inilah yang mampu menghadirkan sebuah konsep yang menjadi solusi atas suatu problematika kehidupan. Seperti halnya konsep penentuan harga jual yang diterapkan oleh kelompok usaha perempuan penenun tene tuen yang berjalan di atas nilai-nilai kepercayaan nenek moyang yang tidak berlaku secara normatif pada era modern seperti sekarang ini. Adanya penentuan harga

jual berlandaskan nilai-nilai lokalitas merupakan suatu perwujudan bahwa aspek budaya dapat berkontribusi langsung dalam kegiatan ekonomi. Hal tersebut dilakukan oleh sebuah kelompok usaha perempuan penenun tene tuen yang merupakan suatu bisnis yang bergerak dibidang kain tenun ikat yang berada di desa Sukutokan kecamatan Kelubagolit provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) yang sejauh ini masih berpegang teguh pada nilai-nilai leluhur sebagai pijakan dalam menjalankan usaha terutama dalam merumuskan harga jual produknya.

Kelompok usaha tene tuen ini bukan hanya didominasi oleh kalangan ibu-ibu saja tetapi banyak kaum remaja yang ikut bergabung dalam kelompok usaha tersebut tanpa membedakan agama dan status sosial. Sejak dahulu bagi masyarakat Lamaholot Flores Timur kegiatan menenun sudah menjadi kemampuan yang harus dimiliki setiap perempuan Lamaholot (*Ina Sedon Berek*). Kelompok usaha ini berpijak pada nilai *Pupu oneka ra dike-dike* sebagai perwujudan dari Rasa memiliki dan rasa kekeluargaan yang dibentuk sejak lama dengan semangat membangun kampung halaman (*Gelekat Lewo Gewayan tanah*).

Kelompok usaha tene tuen menetapkan harga jual setiap produk yang dihasilkan tanpa mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Salah satu konsep penentuan harga jual yang digunakan oleh kelompok usaha tene tuen mengandung nilai-nilai persatuan, kekeluargaan (*Bereun senaren*), musyawarah (*Pupu rehung maring*), keagamaan dan keadilan. Nilai tersebut menggambarkan bahwa konsep penentuan harga jual tidak hanya semata-mata melibatkan nilai materi tetapi juga terdapat nilai-nilai non materi didalamnya. Konsep perumusan harga seperti ini memiliki makna tersendiri dalam menetapkan harga jual yang tidak hanya berfokus pada biaya produksi. Kelompok usaha tene tuen memiliki cara tersendiri dalam merumuskan harga jual sebagaimana yang ditetapkan oleh Ibu Abong.

“Kelompok usaha tene tuen ini tidak memiliki perhitungan harga jual secara khusus karena model usaha seperti ini selalu menjadi incaran konsumen dipasaran. Pasalnya di desa Sukutokan ini menjadikan kain tenun ikat sebagai kain tradisional yang selalu dibutuhkan terlebih lagi apabila ada upacara kematian maupun upacara perkawinan masyarakat harus membeli kain tersebut. Harga jual biasanya ditetapkan hanya dilihat melalui motif kain tenun yang diinginkan konsumen. Semakin indah motif yang diinginkan konsumen maka semakin tinggi pula harga yang ditawarkan, sebab semakin indah motif maka semakin tinggi pula nilai budayanya” (Ibu Abong)

Dari pernyataan Ibu abong diatas memberi pemahaman bahwa kelompok usaha tene tuen tidak memiliki perhitungan secara khusus dalam merumuskan harga jual produknya. Beliau sebagai ketua kelompok sekaligus pengumpul hanya menerjemahkan harga yang berlaku dipasaran dengan merasionalkan sesuai motif kain tenun yang diinginkan konsumen. Hal ini dilakukan mengingat jumlah pembeli yang cukup banyak setiap kali diadakan upacara adat disetiap desa baik itu upacara pernikahan maupun upacara kematian. Ibu Abong mengatakan bahwa dalam merumuskan harga jual tidak begitu memperhatikan biaya produksi sebagai landasan dalam menentukan harga jual. Oleh karena itu hal tersebut tidak dapat berjalan beriringan dengan konseptual akuntansi biaya secara teori yang mana seluruh perhitungan komponen biaya merefleksikan harga produk ditambah dengan margin yang diharapkan (Haraldsson, 2016).

Dalam proses penetapan harga jual yang dilakukan oleh kelompok usaha ini menggunakan pendekatan yang tidak populer yang berlaku secara umum diranah akuntansi konvensional. Hal

ini dilihat dari adanya konsep perumusan harga jual yang tidak mempertimbangkan unsur-unsur produksi. Kelompok usaha tene tuen ini merumuskan harga jual dengan semangat penuh kekeluargaan yang dalam bahasa lamaholot "*Pupu Oneka ra dike-dike*" untuk menyatukan tekad dan niat demi terwujudnya nilai persatuan dan kesatuan yang dalam bahasa lamaholot "*Puin ta'an uintou gahan ta'an kahan ehan*". Perumusan harga jual dilakukan secara musyawarah (*Pupu rehung maring*) mampu memberikan hasil yang mencengangkan. Nilai filosofi serta aspek budaya sangat menjadi penentu dalam merumuskan harga jual. Nilai filosofi yang dimaksudkan disini adalah makna setiap motif yang terdapat pada kain tenun ikat lamaholot. Kain tenun ikat khas lamaholot memiliki motif gambar yang menyerupai bentuk belah ketupat yang mencerminkan satu kesatuan serta memiliki warna khas merah marun. Kain tenun ikat yang berada di Kabupaten Flores Timur memiliki tiga motif yakni, pertama motif dengan warna-warni bergaris lurus lebar dinamakan kain Kewatek, yang kedua motif dengan warna yang monoton serta garis lurus kecil-kecil dinamakan Nowing dan yang Ketiga motif berwarna dan bergaris lurus dinamakan Senai (Selendang). Berdasarkan status sosial pemakaian maka untuk Wanita menggunakan kain Kewatek sedangkan untuk Laki-laki menggunakan *Nowing* sedangkan Senai (Selendang) digunakan oleh laki-laki dan perempuan.

Tenun ikat lamaholot juga berbeda-beda dari segi bahannya. Tenun yang disebut *sunter'a* ini terbuat dari campuran sutera dan benang buatan sendiri kapas. Tenunan ini hanya dimiliki oleh suku-suku tertentu yang disebut dengan *Atakebe'len* (bangsawan), dan hanya digunakan pada saat upacara adat tertentu. Selanjutnya, ada *kewatek kiwane* yang terbuat dari kapas asli dengan pewarna alami. Terakhir, ada *kewatek* yang terbuat dari campuran benang buatan sendiri dan benang produksi pabrik. Bertolak dari indikasi di atas hal ini menandakan bahwa kain tenun ikat sarat akan nilai adat.

Yang menjadi tahapan awal dalam penentuan harga jual kain tenun ikat adalah metodologi musyawarah yang dijadikan pijakan dalam memahami makna yang terkandung dalam perumusan harga jual. Makna tersebut telah direfleksikan dari kebiasaan nilai leluhur yang dapat memberikan manfaat untuk banyak pihak. Ibu Abong selaku ketua kelompok usaha tene tuen menuturkan sebagai berikut. "Dalam menentukan harga jual kami selalu memegang teguh rasa kekeluargaan, disetiap anggota kelompok bagi kami setiap mengambil suatu keputusan harus didasari dengan musyawarah, saya selaku ketua kelompok tidak ingin jika kelompok ini didasari oleh pemikiran sepihak karena suksesnya kelompok usaha ini juga hasil kerja keras saya dan anggota kelompok lainnya. Dengan melibatkan semua anggota kelompok kita bisa mendengarkan setiap keluhan yang sehubungan dengan harga yang kita tawarkan dan apa harapan yang diinginkan setiap konsumen kita diskusikan bersama dalam rapat musyawarah." (Ibu abong)

Pernyataan Ibu abong merefleksikan bahwa kelompok usaha tene tuen memiliki prinsip yang kuat dalam menetapkan harga jual produknya. Dengan lebih mengedepankan cara-cara musyawarah yang sudah biasa dilakukan oleh masyarakat Lamaholot Flores Timur. (Lawrence,S.R., Botes, V., Collins, E., & Roper, 2013) mengatakan bahwa musyawarah adalah tahap awal yang perlu dilakukan dalam merumuskan keputusan sehingga adanya unsur keterbukaan yang terkandung didalamnya. Unsur keterbukaan menjadi pilar penting dalam

membangun suatu usaha bisnis. Perhitungan hasil penjualan serta pengeluaran akan dibagikan secara bersama-sama dengan anggota kelompok tenun lainnya, setelah itu dilakukan perhitungan akhir dan dibagikan uang untuk kebutuhan makan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usaha tene tuen ini memiliki keterbukaan tata kelola yang baik. Berikut ini pernyataan Yasinta selaku bendahara yang berhubungan dengan keterbukaan dalam mengelola keuangan.

“Sejak dulu kita tidak pernah menutup-nutupi segala pengeluaran pembelian benang maupun bahan baku yang lain. Semua anggota kelompok bisa memonitoring uang masuk dan uang keluar. Kami selalu mengadakan Rapat Pertanggungjawaban yang dilaksanakan pada akhir bulan. Agar setiap kelompok dapat mengetahui keterbukaan dalam mengelola keuangan ” (Ibu Yasinta).

Berdasarkan pernyataan Ibu Yasinta tersebut membuktikan bahwa kelompok usaha ini transparansi dalam pengelolaan tidak hanya menjadi milik sepihak tetapi milik bersama. Dalam penentuan harga jual pada hakikatnya sangat melibatkan nilai budaya dan kebijakan pemerintah yang berlaku di Nusa Tenggara Timur. Nilai budaya merupakan unsur yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat yang dapat mengubah pola pikir masyarakat Lamaholot Flores Timur. Oleh karena itu situasi seperti ini sangat berpengaruh terhadap pembagian upah sebagai mana yang ungkapkan oleh Ibu Yasinta sebagai berikut.

“saya selaku bendahara menggunakan sistem bagi persen dari setiap laba yang didapatkan dari hasil penjualan. Jadi berapa pun laba yang kami dapatkan dari penjualan kain tenun ikat selalu saya bagi rata dengan anggota kelompok lainnya, setiap anggota kelompok digaji berdasarkan hasil penjualan (laba bersih). memang dari sejak dibentuknya kelompok ini tidak ada penetapan soal upah yang didapatkan setiap anggota kelompok. Namun di setiap akhir bulan setiap anggota selalu mendapatkan upah yang sangat memuaskan. Meskipun bernilai kecil tetapi kami selalu bangga dapat menghasilkan kain tenun yang dapat dikenal masyarakat luas. Kelompok usaha ini memang berdiri diatas budaya musyawarah yang sangat dijunjung tinggi, kami mencoba untuk mengikuti kebiasaan leluhur sehingga semua hal kami diskusikan dengan anggota kelompok tenun lainnya dan puji tuhan setiap anggota kelompok selalu memberi tanggapan yang baik”(Ibu Yasinta).

Jadi, berdasarkan pernyataan diatas sudah sangat jelas memberikan pemahaman bahwa budaya memang memiliki kaitan yang erat dalam menghadirkan konsep penentuan harga jual yang sangat humanis dengan memperhatikan nilai kekeluargaan serta keadilan atau dalam istilah lamaholot *“Bereun senaren”* bagi seluruh anggota kelompok. Yang mana kelompok usaha ini menjunjung tinggi nilai persaudaraan (*Kakan arin*), musyawarah (*Pupu rehung maring*) serta nilai keagamaan. Hal ini ditandai dengan adanya musyawarah antar anggota kelompok agar usaha kain tenun dapat terus berkembang. Hal yang selaras dengan kajian penetapan harga jual kopi di aceh yang juga sangat berbasis kearifan lokal masyarakatnya (Hidayat & Triyuwono, 2019).

Kelompok usaha Tene teun memposisikan nilai musyawarah (*Pupu rehung maring*), kekeluargaan (*Bereun Senaren*) serta keadilan sebagai pilar utama, konsep penentuan harga jual

yang digunakan oleh kelompok usaha ini lebih berorientasi atas kepuasan konsumen yang mana akan menjadi nilai berkah tersendiri bagi kelompok usaha tene tuen. Hubungan baik yang terjalin antara masyarakat akan menjadi kunci keberhasilan kelompok usaha ini. Tradisi menenun bagi setiap perempuan Lamaholot (*Ina sedon barek*) memang dilakukan sejak dulu. Kegiatan menenun memang tidak terlepas dari nilai budaya masyarakat Lamaholot. Bermula dari kegiatan menenun dalam menunjang kreatifitas perempuan maka secara tidak langsung membentuk hubungan kekeluargaan bagi setiap perempuan Lamaholot Flores Timur. Tanpa disadari nilai-nilai silaturahmi dengan konsumen berpengaruh terhadap penentuan harga jual kain tenun ikat pada kelompok usaha tene tuen seperti halnya penuturan dari Ibu Abong sebagai berikut.

“Menurut saya tidak perlulah kita perhitungan dengan masyarakat sebagai konsumen yang ingin membeli kain tenun ikat, apalagi kain tenun ikat inikan untuk kebutuhan adat meskipun uang yang kita dapat sedikit tapi besar nilainya bagi Lewotamah (Kampung halaman). Kita bangun usaha seperti ini bukan hanya soal uang tetapi berkah dari lewotamah dan silaturahmi harus tetap terjaga itu yang terpenting (berbicara dengan nada tegas)” (Ibu Abong).

Berdasarkan penuturan Ibu Abong mengungkapkan bahwa strategi pemasaran hanya dilandasi oleh informasi yang didapatkan oleh masyarakat sehingga kelompok usaha ini tidak perlu lagi membuang biaya untuk mempromosikan kelompok usahanya. Kepuasan masyarakat merupakan hal terpenting dalam mendirikan kelompok usaha tene tuen ini. Kelompok usaha ini berorientasi pada azas kekeluargaan serta selalu meningkatkan rasa persaudaraan serta kebutuhan konsumen. Seperti yang diutarakan oleh (Umam, 2017) bahwa setiap usaha bisnis mengharuskan adanya perwujudan nilai-nilai kekeluargaan serta keadilan sehingga terwujudnya kerukunan bangsa. Dengan adanya rukun bangsa maka kepentingan bersama menjadi prioritas utama.

Tolak ukur keberhasilan suatu usaha tidak hanya dilandasi oleh nilai materi saja tetapi nilai keagamaan dan nilai budaya harus terkandung di dalamnya. Nilai keagamaan dilandasi oleh hubungan setiap manusia dengan Tuhan yang akan memberikan ilham serta kekuatan dalam menjalin suatu bisnis (Sugianto Helena & Salfarini Monixa Eligia, 2020). Dengan menghadirkan nilai keagamaan secara tidak langsung semata-mata bertujuan untuk mencapai ridha Tuhan Yang Maha Kuasa. Terlebih lagi kelompok usaha tene tuen yang berfokus pada kegiatan menenun kain tenun ikat rentan sekali mengalami kerugian dikarenakan kebutuhan akan adat istiadat pada upacara kematian maupun pernikahan yang mengharuskan setiap masyarakat Lamaholot harus membawa dan mengenakan kain tenun ikat. Berikut ini merupakan penuturan Ibu Helena selaku sekretaris.

“Kelompok usaha tenun ikat seperti ini memang tidak pernah terlepas dari budaya lamaholot, karena kegiatan menenun merupakan tradisi turun-temurun dari nenek moyang. Sehingga dalam menetapkan harga jual juga harus melibatkan budaya. Selama kelompok usaha ini berdiri kami tidak pernah mengalami kerugian dikarenakan kebutuhan konsumen selalu meningkat. terlebih lagi didesa sukutokan ini hampir setiap bulan selalu ada upacara adat yang mengharuskan untuk setiap perempuan membawa kain tenun ikat. Meskipun

disituasi pandemi seperti sekarang ini tidak berpengaruh terhadap penjualan kain tenun ikat. Cuma adanya pandemi dan himbauan pemerintah untuk menjaga jarak guna memutuskan rantai penyebaran covid19 maka anggota kelompok sudah tidak melakukan kegiatan menenun bersama-sama di balai desa. Jujur, saya dan anggota kelompok lainnya sangat merindukan kebersamaan dalam menenun yang biasa kami lakukan secara rutin” (Ibu Helena).

Berdasarkan pernyataan di atas maka memberikan pemahaman bahwa meskipun saat ini perekonomian Indonesia mengalami resesi yang diakibatkan oleh adanya pandemi Covid-19 seperti sekarang, namun tidak berpengaruh pada setiap kelompok usaha kain tenun ikat. Hal ini disebabkan karena kain tenun ikat menjadi bagian dari kain tradisional yang tidak hanya digunakan saat upacara adat, baik upacara kematian maupun upacara pernikahan. Kain tenun ikat dapat dijadikan sebagai instrumen peningkatan nilai wisata maupun cendramata khas Nusa Tenggara Timur yang mendorong pertumbuhan sumber pendapatan asli daerah.

Akhirnya, tibalah pada kesimpulan dari riset ini, pertama, bahwa sebagaimana yang ditunjukkan dalam literatur riset akuntansi manajemen terkini, ruang untuk melakukan penyesuaian pola penentuan harga jual memang sangat terbuka lebar dan dapat didekati dari berbagai macam perspektif (Alsharari et al., 2015; Lukka & Vinnari, 2014). Kedua, riset ini membuka ruang diskursus akan pentingnya kembali mendiskusikan alternatif-alternatif pengetahuan lokal yang dapat digunakan untuk menopang perekonomian masyarakat lokal. Ketiga, dengan pemahaman dan kajian yang baik lagi terus menerus atas alternatif pengetahuan lokal, bukan tidak mungkin di masa depan, suatu siklus bisnis yang benar-benar menyejahterahkan masyarakat akan hadir di tiap wilayah lokal di Indonesia. Pada akhirnya, akan terjadi seperti yang Bung Hatta pernah ungkapkan, “Bukan Jakarta, desa-desa di penjuru Indonesia-lah yang menjadi lilin-lilin penerang Indonesia”.

REKOMENDASI KEBIJAKAN

Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka rekomendasi yang diberikan sebagai berikut:

1. Dengan nilainya yang mampu bertahan dalam kondisi krisis, kain tenun ikat dapat dijadikan sebagai instrumen alternatif peningkatan ekonomi masyarakat NTT melalui pengembangan sentra dan kelompok usaha kain tenun ikat berbasis kelompok masyarakat.
2. Kain tenun ikat NTT dapat menjadi instrumen peningkatan nilai wisata dan cenderamata khas NTT yang mendorong pertumbuhan sumber pendapatan masyarakat dan PAD.

Kebijakan

Berdasarkan hasil dan interpretasi penelitian ini, maka saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Pemerintah NTT harus menghadirkan kebijakan pembangunan ekonomi desa yang berbasis pada keunggulan produk desa, seperti tenun ikat.
2. Pemerintah NTT perlu mengajak seluruh komponen masyarakat untuk turut serta dalam mendukung tenun ikat sebagai produk asli NTT, melalui penciptaan siklus bisnis yang terintegrasi. Pemerintah bersama masyarakat dapat membagi fungsi, mulai dari fungsi produksi, fungsi pengemasan, dan fungsi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi dan

kecanggihan sistem informasi. Pada akhirnya, langkah-langkah tersebut diharapkan dapat menjadi solusi dalam mendukung pertumbuhan perekonomian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, T. H. (2016) "Nilai Budaya Tri Hita Karana dalam Penetapan Harga Jual," (6), hal. 189–206.
- Amaliah, T. H. dan Sugianto, S. (2018) *Konsep Harga Jual Betawian dalam Bingkai Si Pitung*, *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*. doi:10.18202/jamal.2018.04.9002.
- Alsharari, N. M., Dixon, R., & Youssef, M. A. E. A. (2015). Management accounting change: Critical review and a new contextual framework. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 11(4), 476–502. <https://doi.org/10.1108/JAOC-05-2014-0030>
- Buchari Alma (2011) "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa," in. Bandung :
- CNN Indonesia (2021) *Kasus Korupsi Masker Banten, Modus Mark-up Harga 3 Kali Lipat*. Tersediapada: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210527210220-12-647650/kasus-korupsi-masker-banten-modus-mark-up-harga-3-kali-lipat.%0A>.
- Gallhofer, S., Haslam, J., & Yonekura, A. (2015). Accounting as differentiated universal for emancipatory praxis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 28(5), 846–874. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2013-1451>
- Haraldsson, M. (2016) "Transparency and Accountability Lost?: Full Cost Accounting Reporting in the Swedish Municipal Solid Waste Business.," *Journal of Accounting & organizational Change*, 12(3), hal. 254–280.
- Hidayat, S., & Triyuwono, I. (2019). PRAKTIK PENENTUAN HARGA JUAL BERBASIS MEURAMIN. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1). <https://doi.org/10.18202/jamal.2019.04.10003>
- Kleden, M. (2008) *Hak Asasi Manusia dalam Masyarakat Komunal: Kajian atas Konsep HAM dalam Teks-Teks adat Lamaholot dan Relevansinya terhadap HAM dalam UUD 1945*. Yogyakarta: Lamalera.
- Kristanto Jajat (2011) "Manajemen Pemasaran Internasional" *Sebuah Pendekatan Strategi*. (IBII), hal. 200–203.
- Lawrence, S.R., Botes, V., Collins, E., & Roper, J. (2013) "Does Accounting Construct the Identity of Firms as Purely Self Interested or as Socially Responsible?," *Meditari Accountancy Research*, 64(3), hal. 335-352.
- Lukka, K., & Vinnari, E. (2014). Domain theory and method theory in management accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 27(8), 1308–1338. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-03-2013-1265>
- Maran, R. R. (2000) *Manusia dan Kebudayaan dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Paulus, Y. dan Baon, B. (2017) "Kisah 'BESI PARE TONU WUJO' Dalam Masyarakat Lamaholot: Terbitan Teks, Analisis Struktur dan Fungsi."
- Sugianto Helena & Salfarini Monixa Eligia (2020) "Kapital Spiritual dibalik Kemampuan Bertahan Hidup Para Petani Ladang Miskin," 6(03).
- Triyuwono, I. (2016) "Tri Hita Karana , Tri Kaya Parisudha, dan Rwa Bhineda," *Memantik Kesadaran Aham Brahmasmi pada Informasi Akuntansi*. In *Temu Masyarakat Akuntansi Multiparadigma Indonesia*. Denpasar.
- Umam, S. (2017) "Ekonomi Pancasila di Tengah Arus Kapitalisme Pasar.," *Pemikiran Keislaman*, 28, hal. 434–459.