

Affiliation:

Program Studi Akuntansi, Universitas
Surabaya, Indonesia

***Correspondence:**

wisnugirindratama@staff.ubaya.ac.id

This Article is Available in:

<https://journal.umsida.ac.id/index.php/jati/article/view/23689>

DOI:

<https://doi.org/10.18196/jati.v7i2.23689>

Citation:

Girindratama, M., & Putra, A.
(2024). Akuntansi Embongan:
Internalisasi Nilai Pancasila
dalam Merawat Keberlanjutan
Bisnis Warung Kopi. *Jati: Jurnal
Akuntansi Terapan Indonesia*,
7(2), 219-240.
doi:<https://doi.org/10.18196/jati.v7i2.23689>

Article History

Received:

19 Agustus 2024

Reviewed:

17 September 2024

Revised:

20 Desember 2024

Accepted:

21 Desember 2024

Topic Article:

Accounting for SMEs

Article Type: Research Paper

Akuntansi Embongan: Internalisasi Nilai Pancasila dalam Merawat Keberlanjutan Bisnis Warung Kopi

Muhammad Wisnu Girindratama*, Aris Surya Putra

Abstract:

This research aims to reveal how coffee shop business owners can maintain the sustainability of their business from the perspective of accounting and Pancasila values. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. The informants selected for this study are three coffee shop owners in Surabaya. The results of the study show that street coffee shop business owners take advantage of various strategies to maintain the sustainability of their businesses. The strategy includes simple financial management and building good relationships with customers and local communities. In addition, this study finds that Pancasila values, such as divinity, humanity, unity, cooperation, and social justice, play an essential role in shaping an inclusive and sustainable business culture. Coffee shop business owners instill these values in their daily business practices, strengthening relationships with customers and the surrounding community. This research enriches the literature on accounting and business and highlights the importance of Pancasila values in maintaining micro-enterprises in Indonesia. These findings provide new insights into how local values can be integrated into business practices to support economic sustainability at the micro level.

Keywords: *Embondan Accounting, Local Wisdom, Pancasila Values, Phenomenology.*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana pemilik usaha warung kopi dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya dari perspektif akuntansi dan nilai-nilai Pancasila. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan fenomenologi. Informan yang dipilih untuk penelitian ini adalah tiga orang pemilik warung kopi di kota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha warung kopi jalanan memanfaatkan berbagai strategi untuk menjaga keberlangsungan bisnisnya. Strategi tersebut meliputi pengelolaan keuangan yang sederhana, juga membangun hubungan baik dengan pelanggan dan komunitas lokal. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai Pancasila, seperti ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, gotong royong serta keadilan sosial memainkan peran penting dalam membentuk budaya bisnis yang inklusif dan berkelanjutan. Para pemilik usaha warung kopi menanamkan nilai-nilai ini dalam praktik bisnis sehari-hari, yang tidak hanya memperkuat hubungan dengan pelanggan tetapi juga dengan masyarakat sekitar. Penelitian ini berkontribusi untuk memperkaya literatur tentang akuntansi dan bisnis, sekaligus menyoroti pentingnya nilai-nilai Pancasila dalam mempertahankan usaha mikro di Indonesia. Temuan ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana nilai-nilai lokal dapat diintegrasikan dalam praktik bisnis untuk mendukung keberlanjutan ekonomi di tingkat mikro.

Kata Kunci: Akuntansi Embongan, Fenomenologi, Kearifan Lokal, Nilai Pancasila.

PENDAHULUAN

Bisnis warung kopi merupakan bisnis yang kerap kali ditemui di sepanjang kota dan pemukiman. Fenomena menjamurnya bisnis warung kopi di kalangan masyarakat, terutama di kota-kota seperti Surabaya, merupakan refleksi dari kebutuhan akan tempat yang nyaman untuk bersantai dan berinteraksi sosial. Bisnis warung kopi ini tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati minuman kopi, tetapi juga menjadi tempat bagi masyarakat untuk berkumpul, berdiskusi, dan melepaskan penat dari rutinitas sehari-hari (Dorn et al., 2016). Bisnis warung kopi semakin meningkat semenjak berkembangnya *platform* transportasi online seperti Gojek dan Grab. Banyak ditemui para *driver online* yang mengisi waktu luang maupun istirahat mereka di warung kopi. Aktivitas nongkrong di warung kopi tampaknya sudah menjadi budaya masyarakat Indonesia.

Warung kopi merupakan model bisnis yang mengandalkan aspek sosio-kultural masyarakat sebagai kunci utama pasar (Göktan & Uslu, 2022; Suhud et al., 2020). Mayoritas pemilik warung kopi adalah perorangan, dan pendirian usaha warung kopi seringkali tidak membutuhkan modal material atau intelektual yang besar (Lee et al., 2018). Oleh karena itu, banyak pemilik menjalankan bisnis mereka hanya berdasarkan intuisi bisnis semata. Menariknya, meskipun praktek akuntansi yang baik tidak umum dilakukan, warung kopi jalanan mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama tanpa menerapkan praktek akuntansi yang ideal. Fenomena ini menyoroti ketahanan dan adaptabilitas bisnis warung kopi. Bisnis-bisnis ini mampu mengelola keuangan dan bertahan meskipun tanpa menggunakan praktek akuntansi formal (Bradley & Botchway, 2018; Samper & Quiñones-Ruiz, 2017). Nilai-nilai Pancasila berperan penting dalam membimbing keputusan bisnis serta interaksi dengan pelanggan dan komunitas. Pemilihan Surabaya sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia dengan budaya 'nyangkruk' yang kuat di kalangan masyarakatnya. Kedua, jumlah warung kopi di Surabaya sangat banyak, sehingga mudah dijumpai di berbagai sudut kota, mulai dari pasar tradisional hingga persimpangan jalan. Ketiga, fenomena "cangkruk" sudah menjadi penciri unik interaksi sosial di Surabaya yang membedakannya dengan kota lainnya (kompasiana, 2023). Terakhir, Surabaya memiliki karakteristik budaya yang unik, dimana warung kopi tradisional telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial kultural masyarakat (Suminto, 2022). Berdasarkan data dari BPKAD Surabaya tahun 2023, Pemerintah Kota Surabaya memanfaatkan aset berupa lahan kosong untuk untuk program padat karya, salah satunya dapat diisi oleh bisnis warung kopi (Antara News, 2022). Oleh karena itu, Surabaya menawarkan konteks yang kaya untuk mengeksplorasi peran warung kopi dalam dinamika sosial dan ekonomi perkotaan.

Dalam konteks bisnis warung kopi, kedekatan antara pemilik dengan pelanggan dapat dipandang sebagai salah satu manifestasi penerapan nilai-nilai Pancasila. Hubungan ini tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga memperlihatkan semangat persaudaraan dan pengangkatan derajat rakyat. Namun, pemahaman dan penerapan nilai-nilai Pancasila dalam aktivitas ekonomi sehari-hari dapat bervariasi, tergantung pada interpretasi dan pengalaman masing-masing pemilik warung kopi. Keragaman ini mencerminkan bahwa nilai-nilai Pancasila mungkin tidak dipahami atau diterapkan secara seragam oleh semua pemilik warung kopi. Praktik akuntansi dalam bisnis ini, meskipun mungkin belum ideal dari perspektif standar formal, menunjukkan adanya adaptasi alami terhadap nilai-nilai Pancasila dalam menjaga keberlangsungan usaha. Prinsip-prinsip seperti tanggung jawab manusia kepada Tuhan melalui pemanusiaan manusia sering kali berjalan secara kontekstual dalam interaksi bisnis sehari-hari, meskipun dengan interpretasi yang berbeda-beda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai Pancasila dipahami dan diterapkan oleh pemilik warung kopi dalam praktik akuntansi sehari-hari. Fokus penelitian ini mencakup beberapa aspek spesifik dalam praktik akuntansi, yaitu pengelolaan keuangan harian, metode pencatatan transaksi (baik manual maupun digital), serta pengambilan keputusan terkait modal usaha dan alokasi sumber daya. Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, penelitian

berupaya mengidentifikasi bagaimana nilai-nilai Pancasila terinternalisasi dalam setiap tahapan praktik tersebut. Pendekatan ini juga mengakui adanya keragaman dalam cara nilai-nilai tersebut dimaknai dan diterapkan oleh masing-masing pemilik warung kopi. Hal ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang peran Pancasila, tidak hanya sebagai dasar etika dan pelaporan, tetapi juga sebagai panduan praktis dalam pengambilan keputusan bisnis, pengelolaan keuangan, dan interaksi sosial. Penelitian ini juga akan mengungkap bagaimana nilai-nilai Pancasila dapat membangun hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara bisnis, pelanggan, dan komunitas. Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi implikasi dari penerapan nilai-nilai Pancasila terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis kecil seperti warung kopi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur empiris tentang penerapan nilai-nilai Pancasila dalam berbagai aspek spesifik praktik akuntansi dan kontribusi praktis dalam meningkatkan keberlanjutan bisnis melalui internalisasi nilai-nilai Pancasila.

Beberapa Penelitian empiris telah menggarisbawahi pentingnya nilai Pancasila dalam akuntansi. Sitorus, (2015) mendefinisikan ulang akuntansi dalam tataran pelaporan keuangan. Pancasila menekankan pentingnya hubungan yang harmonis antara manusia dengan Tuhan, sesama manusia, serta dengan lingkungan sekitar (Sitorus, 2016). Pancasila dipandang sebagai sebuah ideologi bangsa Indonesia, yang menjadi *guidance* seluruh praktek dalam pemerintahan maupun kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia (Aneswari & Musmini, 2017). Firdaus et al. (2016) mendekonstruksi makna “*stakeholders*” melalui internalisasi nilai Pancasila pada konteks pendidikan tinggi. Salampessy et al. (2018) mengajukan Pancasila sebagai landasan pemikiran dan penelitian di bidang akuntansi. Az-Zahra et al. (2022) mengajukan nilai Pancasila dan Islam sebagai dasar beretika profesi Akuntan di Indonesia. Berkaitan dengan konteks perpajakan, praktek akuntansi berlandaskan Pancasila membentuk kesadaran inklusi wajib pajak (Darmayasa, 2019), dan mengevaluasi perhitungan pajak penghasilan pada regulasi perpajakan yang bertentangan dengan nilai Pancasila dalam transaksi perdagangan *cryptocurrency* (Adiningsih, 2023).

Meskipun demikian, penelitian-penelitian terdahulu lebih menekankan pada aspek normatif dan teoritis serta berfokus pada praktik akuntansi formal pada suatu institusi tanpa eksplorasi mendalam mengenai aplikasi praktis nilai Pancasila dalam praktik akuntansi informal pada sektor usaha kecil. Selain itu, integrasi nilai-nilai Pancasila dalam praktik akuntansi dapat membantu keputusan bisnis yang diambil sejalan dengan nilai-nilai moral dan budaya Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik dengan mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai Pancasila dapat diimplementasikan secara praktis dalam aktivitas akuntansi sehari-hari. Penelitian ini berusaha untuk mengisi kekosongan yang ada dengan meneliti bagaimana nilai-nilai Pancasila diterapkan dalam praktik akuntansi sehari-hari, khususnya dalam konteks bisnis kecil seperti warung kopi. Pendekatan ini akan memperluas pemahaman tentang peran Pancasila tidak hanya sebagai dasar etika dan pelaporan, tetapi juga sebagai panduan praktis dalam pengambilan keputusan bisnis dan interaksi sosial. Penelitian ini juga akan mengungkap bagaimana nilai-nilai Pancasila dalam membangun hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara bisnis, pelanggan, dan komunitas, serta implikasinya pada keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Hasil penelitian ini diharapkan memiliki kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur empiris yang memusatkan nilai Pancasila dalam praktek akuntansi sehari-hari pada usaha kecil. Selain itu, penelitian ini juga memiliki kontribusi praktis bagi pemilik usaha kecil tentang bagaimana penerapan nilai Pancasila dalam praktek bisnis dapat menjaga keberlangsungan bisnis.

Teori Konstruksi Sosial

Teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Berger & Luckman (2016) merupakan bagian dari teori sosiologi kontemporer yang didasarkan pada sosiologi pengetahuan. Dalam teori ini, terdapat pemahaman bahwa kenyataan dibentuk secara sosial. Kenyataan dan pengetahuan adalah dua konsep kunci untuk memahami teori ini. Kenyataan merujuk pada kualitas yang ada dalam fenomena-fenomena yang diakui memiliki keberadaan mereka sendiri dan tidak

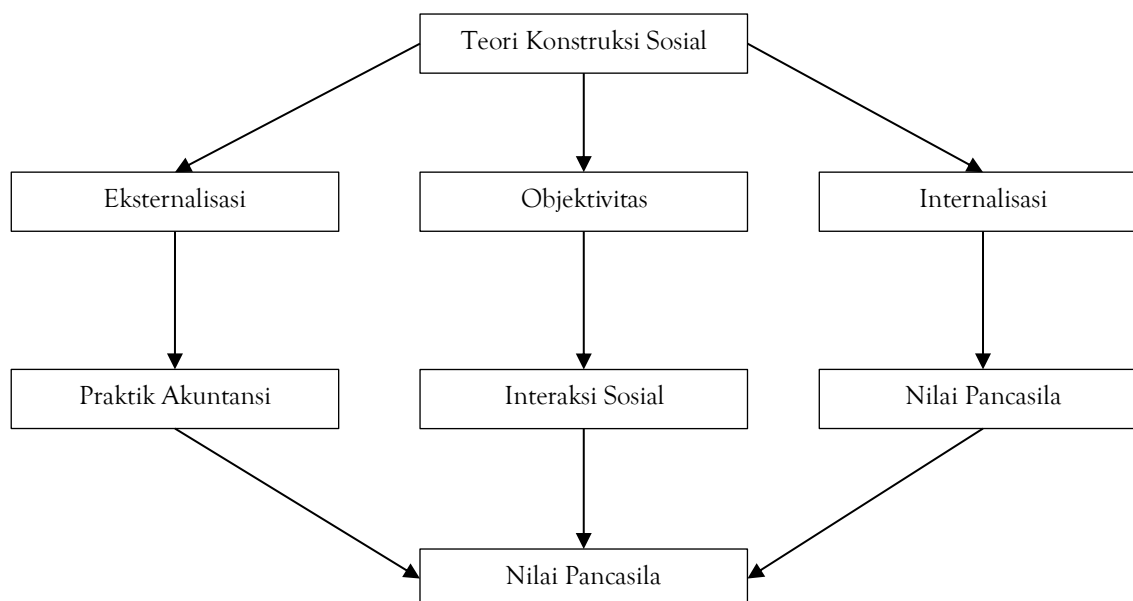
bergantung pada kehendak manusia. Sementara itu, pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena-fenomena tersebut nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. Realitas yang ada di dunia tidak saja nyata namun juga memiliki makna, yang bersifat subjektif. Subjektif dalam artian bahwa sesuatu akan dianggap benar atau demikian adanya sebagaimana apa yang dipersepsikan oleh manusia (Berger & Luckman, 2016).

Dalam memahami teori konstruksi sosial dari Berger, ada tiga komponen utama yang harus dipahami secara simultan yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Ketiga komponen ini, saling berhubungan secara mendasar dan dipahami sebagai satu proses yang saling berdialektika. Setiap momen tersebut sesuai dengan karakterisasi esensial dari dunia sosial. Melalui eksternalisasi, masyarakat dianggap sebagai produk manusia, melalui objektivasi, masyarakat menjadi realitas yang unik dan berdiri sendiri, dan melalui internalisasi, manusia dianggap sebagai produk masyarakat (Berger & Luckman, 2016). Proses ini melibatkan eksternalisasi, di mana sesuatu tampak berada di luar diri, objektivasi, di mana hal tersebut menjadi nyata dan unik, dan internalisasi, di mana sesuatu yang berada di luar diri seakan-akan menjadi bagian dari diri. Dengan demikian, eksternalisasi merupakan upaya manusia untuk mengekspresikan dirinya dalam dunia baik secara fisik maupun mental. Objektivasi muncul ketika hasil eksternalisasi diakui sebagai realitas objektif yang terpisah dari manusia. Sedangkan internalisasi merupakan sebuah proses rekonstruksi serapan realitas objektif dengan kesadaran manusia hingga mempengaruhi struktur sosial (Sonjaya, 2024). Teori konstruksi sosial memberikan perspektif yang dinamis terhadap sebuah realitas sosial dimana mengakui peran aktif manusia dalam memaknai realitas.

Teori konstruksi sosial dalam konteks bisnis dapat dilihat dari berbagai sudut pandang. Secara umum, teori ini menyatakan bahwa realitas sosial tidaklah ada secara inheren, melainkan dibangun melalui interaksi sosial dan makna yang diberikan oleh individu dan kelompok (Efferin, 2015). Dalam bisnis, konstruksi sosial dapat dilihat dalam berbagai aspek. Misalkan, konsep harga suatu produk tidak hanya ditentukan oleh biaya produksi, tetapi juga oleh persepsi nilai dari pelanggan dan pemilik bisnis. Begitu juga dengan konsep kualitas produk, yang dapat berbeda-beda tergantung pada pengalaman dan harapan masing-masing individu.

Dalam konteks penelitian ini, teori konstruksi sosial digunakan untuk menjelaskan bagaimana nilai pancasila dimaknai dan diimplementasikan oleh pemilik warung kopi dalam praktek akuntansi informal. Melalui proses eksternalisasi, nilai-nilai pancasila dieskpresikan dalam bentuk tindakan dan keputusan akuntansi. Proses objektivasi terjadi ketika tindakan tersebut diakui sebagai praktik yang memiliki nilai objektif dalam konteks bisnis kecil. Selanjutnya internalisasi, memungkinkan nilai-nilai tersebut diadopsi sebagai bagian dari kesadaran individu pemilik usaha warung kopi sehingga memengaruhi cara mereka menjalankan bisnis dan membangun hubungan dengan pelanggan.

Konstruksi sosial juga tercermin dalam interaksi antara pemilik usaha dan pelanggan. Hubungan yang bersifat lebih dari sekadar hubungan transaksional mencerminkan konstruksi sosial dari hubungan tersebut. Pelanggan mungkin merasa terhubung karena adanya kepercayaan, rasa familiaritas, atau bahkan nilai-nilai yang mereka bagikan dengan pemilik usaha. Dalam praktek akuntansi, konstruksi sosial juga dapat dilihat dalam cara pemilik usaha menjalankan pencatatan dan pelaporan keuangan mereka. Pemahaman mereka tentang apa yang penting dicatat dan bagaimana cara terbaik untuk melakukannya dipengaruhi oleh interaksi dengan lingkungan sekitar dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat (Ball, 2015).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Gambar 1 menunjukkan kerangka konseptual yang mendeskripsikan hubungan antara teori konstruksi sosial, dimensi-dimensinya (eksternalisasi, objektivasi, internalisasi), serta penerapannya dalam praktik akuntansi, interaksi sosial dan nilai-nilai pancasila dan dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis. Dengan demikian, teori konstruksi sosial memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana bisnis tidak hanya merupakan hasil dari faktor ekonomi semata, tetapi juga dari interaksi sosial yang kompleks dan beragam.

Akuntansi Pancasila

Akuntansi Pancasila adalah konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila sebagai landasan filosofis dan etika dalam praktik akuntansi, memberikan dimensi moral yang mendalam dalam setiap proses pencatatan dan pelaporan keuangan. Pancasila, dengan lima asas utamanya—Ketuhanan Yang Maha Esa, Kemanusiaan yang Adil dan Beradab, Persatuan Indonesia, Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan Perwakilan, dan Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia—menjadi panduan untuk memastikan bahwa aktivitas bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial, transparansi, dan keadilan (Sitorus, 2015).

Secara konseptual, Akuntansi Pancasila memadukan prinsip-prinsip etika yang diakui dalam literatur akuntansi dengan nilai-nilai Pancasila untuk membentuk pendekatan yang holistik terhadap praktik akuntansi. Misalnya, nilai keadilan dalam Pancasila sejalan dengan prinsip *fairness* dalam akuntansi, sementara nilai persatuan menggarisbawahi pentingnya kolaborasi dan inklusivitas dalam pengambilan keputusan keuangan (Efferin, 2015; Sitorus, 2016). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai lokal atau budaya nasional dapat memperkaya praktik akuntansi dengan cara menyesuaikannya pada konteks sosial dan budaya setempat (Salampessy et al., 2018). Dengan demikian, Akuntansi Pancasila dapat dipahami sebagai konstruksi yang dinamis berdasarkan interaksi sosial, tradisi lokal, dan tuntutan global.

Dalam konteks bisnis warung kopi, teori konstruksi sosial memberikan kerangka untuk memahami bagaimana nilai-nilai Pancasila tidak hanya diterapkan secara teknis, tetapi juga terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi dalam interaksi sehari-hari antara pemilik usaha dan pelanggan. Eksternalisasi tampak dalam upaya pemilik untuk menjalankan tanggung jawab sosial, seperti menjaga kebersihan lingkungan dan mendukung kegiatan masyarakat. Objektivasi muncul ketika nilai-nilai seperti persatuan dan inklusivitas yang diakui sebagai norma bersama dalam membangun hubungan antara pemilik dan pelanggan, tanpa

memandang latar belakang sosial. Internalisasi terjadi ketika nilai-nilai tersebut tidak hanya diadopsi tetapi juga menjadi bagian dari pola pikir dan perilaku pemilik dalam pengelolaan bisnis, termasuk pencatatan keuangan yang transparan dan adil.

Integrasi antara Pancasila dan akuntansi menjadi lebih relevan karena tidak hanya dilihat sebagai prinsip yang dipaksakan dari luar, tetapi juga sebagai hasil dari konstruksi sosial yang terjadi secara alami dalam konteks budaya Indonesia. Dengan memanfaatkan teori konstruksi sosial, penelitian ini menekankan bahwa nilai-nilai Pancasila dalam akuntansi adalah bagian dari proses dinamis yang melibatkan interaksi antara manusia, masyarakat, dan norma-norma lokal. Hal ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan konsep Akuntansi Pancasila sebagai kerangka yang lebih kaya secara teoritis dan lebih relevan dalam praktik. Salamessy et al. (2018) menunjukkan pentingnya perspektif budaya dan nilai lokal dalam membentuk praktik akuntansi yang lebih kontekstual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang lebih memberikan ruang kebebasan bagi peneliti untuk berpartisipasi langsung secara alamiah pada konteks penelitian. Penelitian kualitatif dilakukan untuk memahami dan mengeksplorasi makna yang timbul dari permasalahan sosial (Boddy, 2015; Smith, 2018). Karakteristik yang menonjol dari penelitian kualitatif yaitu kepeduliannya terhadap makna, bersifat natural tanpa mempertimbangkan adanya kesamaan dari objek penelitian (Lodhia, 2019). Hal ini didasari pula bahwa proses memaknai pada diri masing-masing individu berbeda-beda. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan induktif untuk mengeksplorasi bagaimana pemilik warung kopi di Surabaya, menerapkan nilai-nilai pancasila dalam pengelolaan bisnis. Pendekatan induktif digunakan untuk mengungkapkan dinamika unik dari kompleksitas bisnis tanpa terikat pada asumsi atau dugaan penelitian (Noviriani et al., 2022; Widyastuti & Affan, 2022).

Paradigma interpretif yang digunakan dalam penelitian ini menekankan pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman subjektif informan dalam konteks sosial tertentu (Malterud, 2016). Paradigma ini mengakui bahwa realitas dibentuk secara intersubjektif, melalui interaksi sosial dan empati terhadap orang lain (Sutanto & Soeherman, 2022). Dalam hal ini, penelitian tidak hanya berfokus pada pengalaman individu informan, tetapi juga berusaha menggali bagaimana interaksi sosial antara pemilik warung kopi dan pelanggan, serta antara pemilik dengan pelaku bisnis lain, membentuk makna sosial yang lebih luas.

Penelitian ini mengadopsi fenomenologi Husserl, yang menekankan pengalaman subjektif dengan menghindari dampak teori atau pengetahuan lain yang dapat mengganggu pemahaman fenomena (Chakhovich & Virtanen, 2023). Namun, untuk memperkuat pendekatan interpretif, penelitian ini juga mengintegrasikan teori konstruksi sosial Berger & Luckman (2016), yang menyatakan bahwa makna sosial terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi dalam interaksi sosial. Dengan demikian, interaksi sosial menjadi fokus penting dalam analisis untuk menggambarkan bagaimana nilai-nilai Pancasila diwujudkan dalam praktik bisnis dan akuntansi warung kopi.

Melalui teknik wawancara semi-terstruktur dan observasi, peneliti menggali dinamika interaksi sosial yang terjadi, seperti hubungan antara pemilik dan pelanggan dalam menciptakan suasana kepercayaan, solidaritas, dan nilai bersama. Selain itu, interaksi dengan pelaku bisnis lain, seperti pemasok atau rekan usaha, juga dianalisis untuk memahami bagaimana komunikasi dan kolaborasi mencerminkan nilai-nilai seperti persatuan dan keadilan sosial. Dalam proses ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang tidak hanya memetakan pengalaman individu, tetapi juga mengeksplorasi dimensi intersubjektif dari realitas sosial (Chabrak et al., 2019). Dengan demikian, pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini tidak hanya mengungkap pengalaman subjektif individu, tetapi juga menyoroti bagaimana makna sosial dibentuk melalui interaksi sosial

yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan paradigma interpretif yang menekankan pemahaman holistik terhadap realitas sebagai hasil dari hubungan dinamis antara individu dan lingkungannya.

Objek penelitian ini adalah Warung Kopi di wilayah Surabaya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi beberapa hal yaitu sikap, pengalaman, dan opini para informan dalam melakukan pencatatan dan pelaporan akuntansi. Tabel 1 menyajikan deskripsi singkat tentang informan penelitian. Nama-nama informan penelitian yang disajikan pada bukanlah nama sebenarnya. Nama-nama itu disamarkan atas permintaan informan yang bersangkutan karena beberapa alasan dan pertimbangan. Kesepakatan untuk menyamarkan identitas informan dalam penelitian ini merupakan bagian dari etika penelitian.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

No	Informan	Usia (tahun)	Status	Keterangan
1	Basman	32	Belum menikah	Pemilik usaha baru yang menjalankan bisnis kurang dari 1 tahun. Motivasi bisnis berawal dari hobi ngopi yang dimiliki.
2	Lilik	52	Menikah, 2 anak	Pemilik usaha, telah menjalankan bisnis selama 10 tahun lebih. Motivasi bisnis untuk menyambung hidup.
3	Lika	47	Menikah, 3 anak	Pemilik usaha, telah menjalankan bisnis selama 20 tahun lebih. Menjadi tulang punggung keluarga selama lebih dari 15 tahun

Profil informan dalam penelitian ini terdiri dari tiga pemilik warung kopi di Surabaya dengan latar belakang yang beragam. Informan pertama, Basman, berusia 32 tahun dan belum menikah, merupakan pemilik usaha baru yang telah menjalankan bisnis kurang dari satu tahun. Motivasi Basman dalam memulai usaha berasal dari hobinya terhadap kopi, dengan modal pribadi yang terbatas dan skala usaha kecil. Informan kedua, Lilik, berusia 52 tahun dan menikah dengan dua anak, telah menjalankan bisnis lebih dari 10 tahun. Motivasi Lilik dalam berwirausaha adalah untuk menyambung hidup, dengan warung kopi yang melayani pelanggan lokal serta menggunakan pengelolaan keuangan sederhana. Informan ketiga, Lika, berusia 47 tahun, menikah dengan tiga anak, memiliki pengalaman lebih dari 20 tahun dalam mengelola usaha. Selama lebih dari 15 tahun, Lika menjadi tulang punggung keluarga, mengelola warung kopi dengan omset yang lebih besar serta pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur meskipun masih manual. Ketiga informan dipilih untuk merepresentasikan variasi dalam pengalaman, skala usaha, dan tingkat kematangan dalam pengelolaan bisnis.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur yang dirancang untuk menggali pengalaman mendalam terkait pencatatan dan pelaporan akuntansi. Ekspresi dan mimik informan juga dicatat untuk menangkap respons emosional atau nonverbal yang relevan dengan makna yang ingin diungkap. Selain itu, observasi terhadap lingkungan usaha, interaksi sosial dengan pelanggan, dan perilaku informan dalam mengelola bisnis dilakukan untuk memberikan konteks tambahan. Observasi ini membantu dalam memahami makna sosial yang terkait dengan praktik usaha mereka.

Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan teknik *noema*, *epoche*, *noesis*, *intentional analysis*, dan *eidetic reduction*. Tahap *noema* berfokus pada identifikasi pengalaman langsung informan mengenai pencatatan keuangan. Pada tahap *epoche*, peneliti menanggukuhkan asumsi pribadi untuk meminimalkan bias, seperti menghindari anggapan bahwa semua pemilik usaha memahami konsep akuntansi secara seragam. Tahap *noesis* menggali makna di balik pengalaman informan, misalnya bagaimana mereka memaknai keadilan atau tanggung jawab dalam praktik usaha. *Intentional analysis* menghubungkan pengalaman informan dengan nilai-nilai Pancasila, seperti bagaimana keadilan sosial tercermin

dalam transparansi keuangan atau bagaimana persatuan terlihat dalam interaksi mereka dengan pelanggan. Akhirnya, melalui *eidetic reduction*, peneliti menyusun kesimpulan berdasarkan tema-tema yang muncul, seperti transparansi, keadilan, dan solidaritas dalam praktik akuntansi.

Alat analisis Pancasila diintegrasikan dengan mengoperasionalkan nilai-nilai Pancasila sebagai kerangka interpretasi. Nilai keadilan, misalnya, ditafsirkan melalui transparansi dalam pembagian hasil usaha, sedangkan nilai persatuan dilihat dari hubungan harmonis antara pemilik usaha dengan pelanggan dan komunitas. Interpretasi ini tidak hanya bersifat intuitif tetapi didasarkan pada tema-tema yang dihasilkan dari wawancara dan observasi. Dengan pendekatan ini, penelitian mampu memberikan analisis yang sistematis, relevan dengan paradigma interpretif, dan menunjukkan hubungan yang erat antara praktik akuntansi informal dengan nilai-nilai Pancasila.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktek Akuntansi Embongan

Definisi akuntansi yang digambarkan oleh Dichev (2017) menurut *A Statement Of Basic Accounting Theory* (ASOBAT), adalah proses mengidentifikasi, mengukur, dan menyampaikan informasi ekonomi sebagai bahan informasi dalam mempertimbangkan berbagai alternatif dalam mengambil kesimpulan oleh para pemakainya. Mengacu pada definisi tersebut terdapat empat aktivitas kunci dalam akuntansi yaitu identifikasi, pengukuran, penyampaian informasi dan pengambilan keputusan.

Akuntansi embongan dapat dimaknai sebagai bentuk praktik akuntansi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis yang tidak memiliki dasar pengetahuan akuntansi yang baik atau dengan kata lain praktek akuntansi informal. Para pemilik warung kopi yang menjadi informan dalam penelitian ini cenderung melakukan pencatatan keuangan secara sederhana dan tidak mengikuti standar akuntansi formal. Meskipun demikian, mereka tetap berusaha untuk memantau keuntungan atau kerugian bisnis mereka dengan cara yang paling mudah dan praktis menurut pemahaman mereka. Berdasarkan wawancara terhadap ketiga informan, pada dasarnya beberapa praktek akuntansi dasar telah dilakukan oleh setiap informan meskipun hal ini tidak sepenuhnya disadari.

Akuntansi di mata pemilik usaha warung kopi dimaknai setiap informan sebagai suatu proses pencatatan keuangan yang memberikan informasi tentang keuntungan atau kerugian sebuah bisnis. Temuan ini menunjukkan bahwa pemilik warung kopi menganggap akuntansi sebagai alat yang penting untuk memahami kondisi finansial usaha mereka. Mereka memandang pencatatan keuangan sebagai langkah esensial untuk mengetahui sejauh mana usaha mereka menguntungkan dan membantu dalam pengambilan keputusan bisnis. Selain itu, para pemilik warung kopi mengungkapkan bahwa dengan melakukan pencatatan keuangan secara rutin, mereka dapat mengidentifikasi pengeluaran yang tidak perlu dan mencari cara untuk meningkatkan profitabilitas. Dengan demikian, akuntansi berperan sebagai panduan yang membantu mereka mengelola keuangan usaha dengan lebih efektif dan efisien. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya pemahaman dasar tentang akuntansi di kalangan pemilik usaha kecil, khususnya warung kopi, sebagai bagian dari upaya mereka untuk mencapai keberlanjutan bisnis.

“Sebetulnya pencatatan keuangan, laporan akuntansi itu penting supaya pemilik bisa mengawasi keuntungan dan kerugian dengan tepat. Tetapi bagi usaha warung kopi pada umumnya agak sulit, kecuali usaha warung kopi yang sudah besar sekali dan sudah memiliki sistem” (Basman).

Basman menyatakan bahwa pencatatan keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan merupakan hal yang penting bagi sebuah bisnis. Pendapat Basman ini merupakan bentuk dari

kesadaran eksplisit yang disebabkan oleh pengalamannya dalam mengelola usaha yang kemudian membentuk kesadaran lebih dalam bahwa menjadi sangat penting bagi sebuah usaha khususnya dalam usaha berskala besar untuk memiliki pencatatan dan pelaporan keuangan yang baik. Hal ini dikarenakan untuk mengetahui keuntungan ataupun kerugian yang terjadi dalam bisnis secara nyata dan akurat. Namun untuk bisnis skala kecil yang dijalankan secara mandiri, dirasakan cukup berat pelaksanaannya. Sehingga baginya, laporan keuangan hanya bisa diterapkan bagi perusahaan yang sudah besar dan telah memiliki sistem informasi yang memadai.

“tidak ada laporan keuangan mas, saya orangnya tidak punya prinsip seperti itu. Karena sekarang tidak memiliki karyawan, kalau dulu ketika masih memiliki karyawan menggunakan prinsip catatan keuangan masuk keluar kas harus ada” (Lika).

Sesuai dari pengalaman Lika, Lika menyatakan bahwa tidak membuat laporan keuangan karena tidak memiliki prinsip seperti itu, terutama karena saat ini usahanya tidak memiliki karyawan. Pernyataan Lika juga menunjukkan bahwa ketika usahanya memiliki karyawan, perlu untuk menerapkan prinsip-prinsip akuntansi, seperti mencatat keluar masuknya uang. Hal ini dapat dimaknai beberapa hal, pertama, kebutuhan untuk pencatatan keuangan secara formal dapat berubah sesuai dengan dinamika bisnis dan struktur bisnis yang lebih kompleks. Kedua, banyak pelaku usaha kecil memiliki kekurangan pengetahuan atau pelatihan formal terkait prinsip-prinsip akuntansi dimana mereka hanya mengandalkan pemahaman pribadi dan kebutuhan praktis dalam menjalankan bisnis.

“tidak ada pencatatan keuangan atau pelaporan akuntansi. Karena jualan saja sudah membuat kewalahan apalagi sambil melakukan pencatatan keuangan. Karena orang awam seperti saya tidak mengerti hal semacam itu. Tidak ada laporannya, yang penting hasil penjualan sudah disisihkan, begitu saja” (Lilik).

Lilik menyatakan bahwa tidak ada akuntansi atau pencatatan keuangan dalam bisnisnya karena aktivitas berdagang saja sudah membuatnya kewalahan. Lilik juga menekankan bahwa sebagai orang awam, ia tidak mengerti akuntansi, dan oleh karena itu, tidak ada laporan keuangan yang formal, yang penting adalah menyisihkan sisa uang yang ada. Dari pengalaman Lilik, dapat dilihat bahwa Lilik mengandalkan pendekatan praktis dalam mengelola keuangan. Meskipun tidak melakukan pencatatan keuangan secara formal, Lilik tetap menyisihkan sisa uang yang ada, yang menunjukkan bahwa Lilik memiliki kesadaran tentang pentingnya mengelola keuangan untuk keberlanjutan bisnis. Dengan tanpa pendekatan akuntansi formal, ada upaya untuk memastikan bahwa bisnis tetap berjalan dengan memiliki cadangan keuangan. Situasi ini menggambarkan bagaimana individu dalam konteks bisnis kecil mampu menavigasi keterbatasan bisnis dengan mencari cara yang paling logis dan praktis untuk mengelola keuangan.

“ya kalo saya yang penting operasional usaha bisa jalan terus. Cuma tepatnya berapa keuntungannya itu yang menjadi sulit untuk dimonitor. Dulu waktu awal buka usaha, beli indomie itu eceran, sekarang kalo “kulakan” belinya langsung beebberapa dus. Jadi mestinya tetap untung dan itu menjadi persediaan barang yang bisa dijual kembali” (Basman).

Pernyataan Basman di atas menggambarkan sudut pandanginya mengenai bagaimana ia mengukur profitabilitas tanpa melalui proses akuntansi yang ideal. Secara sederhana Basman memaknai bahwa selama bisnis tetap dapat berlangsung secara operasional dan mengalami pertumbuhan jumlah persediaan, maka baginya bisnis tersebut sudah meraup keuntungan. Keuntungan direfleksikan dari pertumbuhan jumlah persediaan, karena Basman merasa bahwa setiap hasil usahanya sebagian besar dibentuk kembali menjadi persediaan untuk meningkatkan skala bisnisnya. Sehingga tanpa perlu mengetahui laporan keuangan secara akurat, metode Basman mengukur profitabilitas melalui pertumbuhan jumlah persediaan dapat berjalan

efektif. Namun demikian, tetap terdapat kemungkinan bias mengenai profitabilitas sebuah bisnis apabila tidak dibuktikan melalui pelaporan keuangan yang sah.

Menurut Horngren et al. (2019), *budgeting* idealnya dilakukan secara rinci dengan menyusun *operating budget* dan *financial budget*. Keduanya harus saling terhubung satu sama lain agar tujuan perencanaan perusahaan dapat tercapai secara efektif. Namun faktanya, pada bisnis warung kopi jalanan, pemilik tidak melakukan layaknya praktek *budgeting* yang ideal tersebut.

“Kalau saya ya mas, sistem kontrolnya gak ribet, yang penting operasional jalan. Cara ngakalnya setiap hari saya ambil seratus ribu sampai seratus lima puluh ribu. Uangnya bisa diputar kembali, jadi pengeluaran dan pemasukan yang ada di kotak container itu saja” (Basman).

“tidak ada prinsip begitu, jadi dapat pemasukan berapa ya sudah saya simpan. Yang penting usaha warung kopi bisa jalan” (Lika).

Cara yang dilakukan oleh Basman dan Lika dengan menyisihkan sejumlah uang untuk keperluan operasional merupakan bentuk metode *budgeting*. Sehingga mereka secara tidak langsung telah melakukan pemisahan akun antara kas operasional dan penghasilan pribadi. Ketekunan dan ketidakserakahan inilah yang membuat mereka dapat mengembangkan bisnisnya. Basman memilih sistem kontrol yang sederhana dan praktis. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik usaha kecil seperti Basman dan Lika sering kali menghindari kompleksitas dalam pengelolaan keuangan dan lebih memilih metode yang mudah diterapkan dan dipahami. Prioritas utama adalah memastikan bahwa operasional bisnisnya berjalan lancar setiap hari. Hal ini mencerminkan fokus yang kuat pada kegiatan sehari-hari yang langsung mendukung keberlanjutan bisnis, daripada terjebak dalam proses administratif yang rumit. Mereka memiliki pendekatan yang sangat praktis dalam mengelola keuangannya. Setiap hari, mereka mengambil sejumlah uang yang tetap untuk operasional, dan menggunakan sisanya untuk menggerakkan bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tidak ada pencatatan formal, Basman memiliki sistem yang intuitif untuk memastikan bahwa ada cukup uang untuk operasional harian. Basman menggunakan "kotak container uang" sebagai alat utama untuk mengelola pemasukan dan pengeluaran. Ini mencerminkan bagaimana pelaku usaha kecil sering kali menggunakan alat dan metode sederhana yang tersedia untuk mengelola keuangan mereka, tanpa memerlukan teknologi atau sistem yang canggih. Bagi Basman, pengelolaan keuangan yang sederhana dan langsung adalah cara yang paling masuk akal dan efektif untuk memastikan kelancaran operasional bisnisnya. Hal ini mencerminkan pemahaman subjektif tentang keuangan yang didasarkan pada pengalaman pribadi dan konteks operasional sehari-hari.

Inventory management sebagai salah satu bentuk praktek akuntansi yang telah dilakukan oleh para informan berupa penentuan *reorder point*. Horngren et al. (2019) memaparkan bahwa *reorder point* merupakan tingkat kuantitas persediaan yang memicu pesanan pembelian baru (Andira, 2016). Praktek penentuan *reorder point* yang ideal perlu mempertimbangkan *purchase order lead time*, *quality cost*, *shrinkage cost*, *carrying cost* dan *stockout cost*. Tentunya pengambilan keputusan yang ideal harus didasarkan oleh sebuah *database* yang memadai. Sedangkan pada bisnis warung kopi tidak melakukan pencatatan, sehingga pengambilan keputusan dilakukan secara praktis dengan mengandalkan intuisi dan ketersediaan data persediaan fisik.

“belanja persediaan tergantung pada jumlah stok yang tersedia. Terkadang jajanan atau minuman tertentu yang lebih banyak diminati oleh pelanggan sehingga persediaan tersebut yang menjadi prioritas belanja daripada persediaan yang lainnya. Kebetulan saya dulu sempat menjadi kepala Gudang di salah satu perusahaan besar sehingga kalau urusan kontrol persediaan barang itu sudah biasa” (Basman).

“setiap hari harus belanja persediaan, tapi tidak selalu sama jumlah persediaan yang dibeli, tergantung jumlah stok yang tersedia” (Lika).

“tidak pernah dicatat. Pokoknya persediaan barang apa yang habis tinggal belanja lagi. Setiap hari ada belanja persediaan tanpa daftar belanjaan. Barang habis ya langsung belanja lagi” (Lilik).

Berdasarkan pengalaman yang dialami oleh ketiga informan dapat dimaknai sebagai berikut. Basman sebenarnya telah melakukan perhitungan persediaan secara fisik pada akhir hari. Hasil perhitungan tersebut yang menjadi data dasar pengambilan keputusan pembelian. Bahkan tanpa pencatatan, Basman menggunakan ingatan untuk mencari barang mana yang laku untuk menentukan jumlah pembelian persediaan yang harus dibelanjakan setiap harinya. Berbekal pengalaman kerja di perusahaan besar, Basman memiliki pengalaman dan intuisi tentang bagaimana mengelola persediaan agar tidak sampai kehabisan. Hal ini dikarenakan pengalaman Basman yang pernah menjadi kepala Gudang di salah satu perusahaan besar sehingga lebih memiliki kemampuan intuitif. Hal ini yang dapat membedakan antara Basman dengan kedua informan lainnya. Lika mengakui bahwa setiap hari melakukan pembelian untuk memastikan ketersediaan persediaan. Namun keputusan pembeliannya didasari pada ketersediaan persediaan setiap harinya. Apabila terdapat persediaan tertentu yang jumlahnya dirasa sedikit, maka Lika melakukan pembelian atas persediaan tersebut. Sedangkan persediaan tertentu yang dirasa jumlahnya masih banyak, maka Lika merasa tidak perlu melakukan pembelian. Adapun tolok ukur jumlah persediaan sedikit atau banyak bagi Lika didasarkan pada jumlah. Jika sudah di bawah 10 unit, maka dianggap sudah sedikit dan saatnya dibelanjakan lagi. Lilik tidak melakukan pencatatan persediaan secara rinci. Lilik memiliki kecenderungan yang sama dengan Lika. Pengambilan keputusan pembelian persediaan didasari pada jumlah persediaan yang tersisa sedikit atau habis. Baginya, apabila ada persediaan yang hampir habis ataupun habis, itu menandakan bahwa persediaan tersebut laku dan diminati pelanggan. Sehingga dirasa tepat untuk dilakukan pembelian lagi untuk persediaan tersebut. Struktur berpikir ketiga informan dalam mengambil keputusan *reorder point* secara konseptual sebenarnya sudah tepat. Namun masih terdapat risiko bias pengambilan keputusan dikarenakan data yang digunakan hanya pada periode harian. Sedangkan jika pemilik warung kopi jalanan memiliki data pencatatan historis, pengambilan keputusan akan dapat lebih akurat.

Menurut Romney et al. (2021), pada aktivitas penjualan di siklus pendapatan terdapat ancaman berupa *uncollectible account*. Sistem pembayaran di belakang dapat mengakibatkan risiko tidak tertagihnya piutang. Romney et al. (2021) menyatakan bahwa solusi tersebut dapat diatasi dengan menerapkan pemeriksaan *credit limit* dan otorisasi atas setiap transaksi yang bersifat kredit. *Credit limit* dapat ditentukan dari rekam jejak pembayaran pelanggan dari data historis.

“disini rata-rata pelanggan membayar di belakang. Saya merasa canggung jika belum makan atau minum tetapi sudah menagih pembayaran ke pelanggan” (Lilik).

“Kalau disini ya saya mengikuti kebiasaan pada umumnya, kebiasaan di warung kopi daerah sini itu mbayar di belakang, kalau membayar dahulu, kadang pelanggan merasa risih seperti merasa tidak dipercaya oleh penjual. Meskipun demikian, terkadang ada yang berhutang, kalau sudah pelanggan lama biasanya saya berikan hutang” (Basman).

“disini ada yang membayar di depan ada juga yang membayar di belakang. Biasanya orang yang bayar di belakang itu pelangganyang sudah kenal cukup lama” (Lika).

Basman dan Lilik menerapkan sistem pembayaran di belakang setelah pelanggan menikmati hidangan didasarkan pada adat, budaya dan relasi yang baik dengan pelanggan. Bagi

Basman dan Lilik yang mengedepankan relasi yang baik dengan pelanggan adalah hal yang penting karena menentukan seberapa besar kemungkinan pelanggan akan berkunjung kembali. Menurut Basman dan Lilik, pernah juga terjadi pelanggan yang sudah memesan dan menyantap hidangan namun pada akhirnya tidak melakukan pembayaran begitu saja. Mereka senada menyikapi pelanggan yang tidak membayar merupakan salah satu bentuk amal dengan memberi berkat bagi pelanggan. Meski Basman dan Lilik telah selaras dengan budaya masyarakat, namun dari perspektif akuntansi justru risiko penjualan yang tidak terbayar semakin tinggi. Bahkan dalam hal menyetujui piutang pelanggan, Basman mengandalkan hubungan kedekatan. Semakin seorang sudah lama dikenal olehnya, Basman dengan mudahnya menyetujui piutang pelanggan. Sedangkan Lika lebih ketat dalam hal pengendalian pada aktivitas pembayaran penjualan. Lika menerapkan kepada pelanggannya untuk melakukan pembayaran di depan saat memesan barulah hidangan disajikan. Lika mengakui bahwa sistem pembayaran ini lebih aman dari risiko tidak tertagihnya penjualan. Namun serupa dengan Basman, apabila ada pelanggan yang sudah dikenal, Lika cenderung memberikan keleluasaan kapan pembayaran dilakukan oleh pelanggan. Artinya Lika dan Basman mempertimbangkan kedekatan dengan pelanggan sebagai dasar kepercayaan untuk memutuskan persetujuan penjualan piutang dan termin pembayaran.

Dalam akuntansi, utang adalah hal yang wajar terjadi pada sebuah bisnis dan umumnya dicatat pada laporan posisi keuangan atau yang sering dikenal sebagai neraca. Utang pembelian, misalnya, adalah kewajiban yang muncul saat barang atau jasa dibeli dengan pembayaran yang ditangguhkan (Horngren et al., 2019). Namun, berdasarkan wawancara dengan ketiga informan terungkap bahwa mereka tidak pernah melakukan utang pembelian persediaan dalam menjalankan bisnis.

“kalo saya belanja persediaan tidak pernah berhutang, semua belanjaan dibayar tunai. Karena kalau belanja samoua berhutang artinya usaha saya sedang tidak beres” (Basman).

“semua belanja persediaan saya bayar tunai, tidak ada yang berhutang. Karena setiap hari sudah saya sisihkan, oleh karena itu modal usaha, terkadang tidak cukup” (Lika).

“tidak pernah berhutang kalo saya belanja persediaan, karena beli persediaan barang buat dagangan sendiri tidak pantas kalau berhutang” (Lilik).

Basman menyatakan bahwa sampai dirinya melakukan pembelian secara utang, maka sesuatu yang tidak tepat sedang terjadi pada bisnisnya. Artinya tata kelola keuangannya sendiri yang diragukan jika sampai melakukan utang pembelian, mengingat bahwa Basman cukup ketat menyisihkan uang setiap hari sebagai modal usaha. Demikian juga dengan Lika yang tidak pernah memiliki niat untuk melakukan pembelian secara kredit. Hal ini dikarenakan dirinya memiliki prinsip bahwa berapa uang yang telah disisihkan untuk usahanya, sebesar itulah dia memiliki anggaran untuk belanja. Jika uang belum mencukupi untuk belanja lebih banyak, maka memutuskan untuk tidak menambah daftar belanjaan. Demikian juga, Lilik tidak pernah melakukan pembelian kredit karena merasa bertanggung jawab kepada pemasok dan kepada Tuhan. Lilik merasa apabila belanja dilakukan secara kredit, maka dia dapat menghambat rezeki yang diberikan oleh Tuhan kepada pemasok. Selain itu, mereka juga takut terlilit utang yang berkepanjangan, maka dari itu seluruh pembelian dilakukan secara tunai. Sehingga ketiga informan ini dapat dikatakan sangat ketat dalam pengendalian diri dalam hal menganggarkan pembelian. Bagi mereka, utang tidak wajar dilakukan atas dasar prinsip nilai-nilai kehidupan dan kemanusiaan yang dipegang teguh. Meskipun mereka tidak mengikuti praktek akuntansi formal, mereka memiliki sistem pengelolaan keuangan yang efektif dan sesuai dengan konteks usaha kecil mereka. Penghindaran utang dan pembayaran tunai mencerminkan komitmen mereka terhadap stabilitas finansial, integritas, dan kontrol operasional yang ketat. Hal ini menunjukkan bagaimana usaha kecil dapat mengelola keuangan dengan cara yang sederhana namun efektif, berdasarkan prinsip dan nilai yang kuat serta pemahaman praktis tentang kebutuhan bisnis.

Tabel 2. Perbandingan Praktek Akuntansi Konvensional dan Akuntansi Embongan

Unsur Praktis	Praktek Akuntansi Konvensional	Praktek Akuntansi Embongan
Pencatatan dan penyusunan laporan keuangan	Pencatatan harus dilakukan untuk dapat menghasilkan laporan keuangan yang akurat.	Pencatatan tidak dilakukan karena tidak adanya bekal pengetahuan akuntansi dan dinilai membebani pekerjaan operasional.
Cara mengukur profitabilitas	Profitabilitas diperoleh dari selisih antara pendapatan dan beban.	Profitabilitas dilihat dari surplus/defisit kas dan pertumbuhan jumlah persediaan.
Aktivitas <i>Budgeting</i>	<i>Budget</i> harus dibuat secara terperinci mempertimbangkan aspek operasional dan finansial.	<i>Budgeting</i> dilakukan secara praktis dengan ketekunan menyisihkan uang kas setiap hari.
Inventory management – Keputusan <i>reorder point</i>	Mempertimbangkan <i>purchase order lead time, quality cost, shrinkage cost, carrying cost</i> dan <i>stockout cost</i> .	Mempertimbangkan ketersediaan persediaan pada akhir hari dan seberapa laku tiap jenis persediaan.
Pandangan tentang pengendalian internal pada metode pembayaran penjualan	Metode pembayaran penjualan harus dirancang sedemikian rupa untuk meminimalisir risiko dan ancaman.	Metode pembayaran penjualan harus menyesuaikan dengan budaya pelanggan dan masyarakat untuk menjalin relasi.
Penetapan <i>credit limit</i>	Didasari pada data historis pembayaran penjualan dari pelanggan.	Didasari pada relasi dan kedekatan dengan pelanggan.
Pengakuan piutang tak tertagih	Diakui pada akun beban piutang tak tertagih.	Piutang tak tertagih dianggap sebagai bentuk amal kepada manusia dan Tuhan.
Pengendalian internal – metode pembayaran	Pembayaran di awal untuk meminimalisir risiko gagal tagih.	Pembayaran di akhir mengedepankan adab dan memanusiakan manusia.
Pengakuan utang	Utang terjadi atas pembelian bersifat kredit.	Pembelian selalu tunai sebagai bentuk pengendalian dan pertanggungjawaban kepada Tuhan.

Tabel 2 mendeskripsikan perbedaan antara praktek akuntansi konvensional dan akuntansi embongan dalam beberapa aspek praktis yang relevan dalam akuntansi. Dalam praktek akuntansi konvensional, pencatatan dan penyusunan laporan keuangan dilakukan secara teratur dan teliti untuk memastikan keakuratan informasi finansial. Sebaliknya, dalam praktek akuntansi embongan, pencatatan sering kali diabaikan karena kurangnya pengetahuan akuntansi yang memadai dan dianggap membebani pekerjaan operasional. Selain itu, cara mengukur profitabilitas dalam praktek akuntansi konvensional didasarkan pada analisis yang komprehensif antara pendapatan dan beban, sementara dalam akuntansi embongan, profitabilitas sering kali dinilai berdasarkan surplus atau defisit kas serta pertumbuhan jumlah persediaan. Hal ini dapat mengarah pada pemahaman yang tidak akurat tentang kinerja finansial perusahaan. Pada aktivitas *budgeting*, praktek akuntansi konvensional memerlukan penyusunan *budget* secara terperinci yang mempertimbangkan semua aspek operasional dan finansial perusahaan. Sebaliknya, akuntansi embongan seringkali mengadopsi pendekatan praktis dengan menyisihkan uang kas setiap hari, yang meskipun bisa memberikan kontrol keuangan harian, namun mungkin kurang efektif dalam merencanakan dan mengelola kebutuhan jangka panjang perusahaan. Dalam manajemen persediaan, keputusan *reorder point* dalam praktek akuntansi konvensional didasarkan pada analisis yang mencakup *purchase order lead time*, biaya kualitas, biaya *shrinkage*,

carrying cost, dan stockout cost untuk memastikan efisiensi pengelolaan persediaan. Di sisi lain, praktek akuntansi embongan cenderung mempertimbangkan ketersediaan persediaan harian dan popularitas barang, yang mungkin tidak mempertimbangkan semua faktor penting dalam manajemen persediaan yang efektif.

Pandangan tentang pengendalian internal pada metode pembayaran penjualan dalam praktek akuntansi konvensional dirancang untuk meminimalkan risiko kegagalan tagihan dengan melindungi perusahaan dari kerugian dan kehilangan. Sebaliknya, dalam akuntansi embongan, pengendalian internal pada metode pembayaran penjualan lebih menyesuaikan dengan budaya pelanggan dan masyarakat, yang sementara penting, tidak selalu memprioritaskan keamanan finansial yang diperlukan untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Penetapan *credit limit* dalam praktek akuntansi konvensional didasarkan pada data historis pembayaran dari pelanggan untuk mengoptimalkan penerimaan dan mengurangi risiko kredit, sedangkan dalam praktek akuntansi embongan, penetapan *credit limit* lebih berdasarkan pada hubungan personal dengan pelanggan, yang mungkin tidak efisien dalam mengelola risiko kredit secara efektif. Pengakuan piutang tak tertagih dalam praktek akuntansi konvensional diakui sebagai beban piutang tak tertagih dalam laporan keuangan, mencerminkan kebijakan transparansi dan akuntabilitas. Di sisi lain, dalam praktek akuntansi embongan, piutang tak tertagih dianggap sebagai bentuk amal kepada manusia dan Tuhan, yang meskipun memiliki nilai sosial penting, tidak selalu mencerminkan pengelolaan keuangan yang profesional dan efisien.

Pengendalian internal pada metode pembayaran dalam praktek akuntansi konvensional dilakukan di awal untuk meminimalkan risiko gagal tagih, yang merupakan bagian dari praktik pengendalian internal yang baik. Sebaliknya, dalam praktek akuntansi embongan, pembayaran dilakukan di akhir untuk menghormati adat dan memuliakan manusia, namun hal ini dapat mengorbankan keamanan finansial yang diperlukan untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Pengakuan utang dalam praktek akuntansi konvensional diakui atas pembelian yang dilakukan secara kredit, memastikan catatan keuangan yang akurat dan konsisten (Martin & Roychowdhury, 2015). Sebaliknya, dalam praktek akuntansi embongan, pembelian selalu dilakukan secara tunai sebagai bentuk pengendalian dan pertanggungjawaban kepada Tuhan, yang meskipun mungkin mengurangi fleksibilitas finansial yang dibutuhkan dalam manajemen likuiditas.

Internalisasi Nilai Pancasila dalam Pencatatan dan Pelaporan Akuntansi

Akuntansi berdasarkan sila Ketuhanan yang Maha Esa didefinisikan oleh Sitorus (2015) sebagai proses mempertanggungjawabkan aktivitas keuangan kepada Tuhan. Sehingga akuntansi tidak sekedar berbicara tentang ego untuk memenuhi hasrat material belaka melainkan lebih mengedepankan landasan berbisnis tentang kepada siapa lagi pertanggungjawaban aktivitas keuangan jika bukan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Hasil temuan menemukan bahwa para informan telah menginternalisasi praktek akuntansi yang mana mempertanggungjawabkan aktivitas keuangan kepada Tuhan.

“Nama usaha Moro Seneng itu artinya pelanggan yang berkunjung harus merasa senang. Dulu bapak saya orang jalanan, jadi ketika mengasuh saya waktu kecil seringkali diajak mampir ke warung kopi. Dari kecil saya sudah suka nongkrong, oleh karena itu sekarang saya sekarang membuat usaha warung kopi untuk teman dan langganan lainnya daripada bingung mencari tempat nongkrong, usaha ini jadi amanah sekaligus ibadah buat saya” (Basman).

“saya buka usaha warung kopi ini memang untuk mencari uang, tetapi yang paling penting adalah pelanggan merasa nyaman. Saya ini janda yang ditinggal mati oleh suami. Jadi motivasi utama untuk mencukupi kebutuhan rumah tangga dan biaya sekolah anak, Anak itu titipan Allah” (Lika).

“usaha warung kopi ini untuk menyambung hidup dan mencukupi kebutuhan rumah tangga. Dulu sebelum pandemi, sehari bisa memperoleh enam ratus ribu. Tetapi setelah masuk pandemi penghasilan turun drastis. Naik turunnya omset dalam dagang itu hal yang wajar. Saya yakin bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah selama niat dan usaha sendiri, insyaAllah menjadi barokah buat keluarga, tinggal bagaimana menjalankan usaha dengan baik” (Lilik).

Basman menggambarkan bagaimana pengalaman pribadinya dalam menjalankan usaha warung kopi dengan mengaitkan kebahagiaan pelanggan dengan nilai-nilai sosial dan spiritual. Spiritualitas tidak meninggalkan agama, namun melampaui batas-batas institusi keagamaan dan relevan secara global untuk mengatasi masalah-masalah yang terjadi di sekitar kita (Rospitadewi & Efferin, 2017). Dalam pernyataannya, Basman mengungkapkan bahwa kebahagiaan pelanggannya adalah hal yang sangat penting baginya. Pengalaman masa kecilnya yang diasuh oleh ayahnya, telah membawanya untuk mencintai suasana santai di warung kopi. Bahkan sejak kecil, Basman sudah senang menikmati momen cangkrukan di warung kopi, yang memberinya kebahagiaan tersendiri. Seiring berjalannya waktu, Basman menginternalisasi nilai-nilai ini dalam usahanya sendiri. Basman tidak hanya melihat usahanya sebagai tempat untuk mencari nafkah, tetapi juga sebagai panggung untuk menciptakan lingkungan yang nyaman bagi teman dan langgan. Dengan menyediakan tempat yang nyaman untuk cangkrukan bukan sekadar bisnis baginya, tetapi dipersepsikan sebagai suatu amanah dan ibadah. Basman menunjukkan penghargaan terhadap nilai-nilai spiritual dan kebersamaan dalam menjalankan usahanya. Dalam konteks ini, warung kopinya tidak hanya menjadi tempat bisnis biasa, tetapi juga tempat di mana nilai-nilai kebersamaan, rasa syukur, dan kebahagiaan diperjuangkan secara bersamaan.

Lika menjalani bisnis ini memang atas dasar keterbatasan ekonomi. Suaminya yang telah meninggal membuatnya harus berjuang memenuhi kebutuhan anaknya khususnya dalam hal pendidikan. Lika menekankan pentingnya membuat pelanggan merasa nyaman meskipun tujuan utama usahanya adalah mencari penghasilan. Dia menggambarkan dirinya sebagai seorang tulang punggung keluarga yang bertanggung jawab, yang motivasinya utama adalah untuk mencukupi kebutuhan rumah tangga dan biaya sekolah anak-anaknya. Dalam konteks ini, Lika meyakini bahwa anak-anaknya adalah titipan dari Tuhan, dan usahanya merupakan bagian dari tugas dan amanah yang diberikan oleh-Nya.

Di sisi lain, Lilik, pemilik warung kopi lainnya, menggambarkan usahanya sebagai sumber penghidupan yang mencukupi kebutuhan pokok keluarganya. Meskipun mengalami penurunan penghasilan yang signifikan sejak pandemi COVID-19, Lilik tetap percaya bahwa rezeki telah diatur oleh Allah. Dia menganggap bahwa menjalankan usaha dengan niat yang baik dengan sebuah ketekunan akan membawa berkah bagi keluarganya. Dalam pandangannya, usaha adalah sebuah perjalanan yang harus dijalani dengan penuh kesabaran dan keikhlasan, sesuai dengan ajaran Sila Pertama Pancasila yang mengajarkan untuk mengesampingkan egoisme dan memelihara hubungan yang baik dengan Tuhan. Landasan berbisnis yang selaras dengan sila pertama Pancasila inilah yang mendasari segala aktivitas keuangan dalam bisnis melahirkan kebajikan bagi sekitar. Pancaran kebajikan inilah yang kemudian menghadirkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan retensi pelanggan.

Akuntansi berdasarkan sila Kemanusiaan yang Adil dan Beradab sebagai proses memanusiakan manusia melalui suatu aktivitas keuangan. Pada bisnis warung kopi jalanan, akuntabilitas bisnis tidak berhenti pada kepuasan stakeholder saja yang terkesan mencerminkan hubungan transaksional belaka. Namun lebih dari sekedar memuaskan, para informan memperlakukan stakeholder sebagai manusia seutuhnya.

“inilah kenapa langgan saya sudah membayar di belakang semua. intinya bagaiman bisa saling percaya antara penjual dan pembeli. Ini sudah menjadi tata cara berjualan. Memanusiakan manusia kalo istilah orang jawa. Bahkan, pelanggan diperbolehkan hutang jika sudah mengenal saya agak lama. Kadang-kadang orang yang baru kenal atau pelanggan

baru itu saya perbolehkan berhutang. Kalo tidak kembali lagi, tidak membayar hutang saya anggap sebagai amal ibadah dan biarkan Allah yang membalas” (Basman).

“tidak pernah mencatat utang langganan saya, saya suruh mereka untuk mengingat sendiri. Jadi kalo pelanggan ingat ya dibayar, kalau tidak ingat ya sudah tidak apa. Kadang saya ingatkan kalau mereka lupa bayar hutang. Kadang-kadang juga mereka menghilang tidak pernah kesini lagi, yasudah saya ikhlaskan saja” (Lika).

Basman dan Lika menyoroti pentingnya kepercayaan antara penjual dan pembeli dalam konteks bisnis mereka, serta bagaimana mereka menghadapi persoalan utang piutang. Basman menjelaskan bahwa di warung kopinya, tradisi pembayaran menggunakan sistem kepercayaan di mana pelanggan membayar setelah mengonsumsi, dan ini tercermin dalam nilai-nilai adat Jawa yang menghargai kepercayaan. Basman percaya bahwa hubungan yang dibangun berdasarkan kepercayaan ini, bahkan sampai meminjamkan uang kepada pelanggan yang sudah lama dikenalnya, adalah bentuk amal ibadah. Pandangan Basman mencerminkan Sila Kedua Pancasila, "Kemanusiaan yang adil dan beradab", dengan menunjukkan sikap saling menghormati dan mempercayai satu sama lain dalam interaksi bisnisnya. Sementara itu, Lika menunjukkan pendekatannya terhadap utang piutang dalam bisnisnya. Dia mengungkapkan bahwa dia tidak selalu mencatat utang secara tertulis, tetapi mengandalkan ingatannya sendiri. Meskipun kadang-kadang mengalami kesulitan saat mencoba mengingat semua utang yang harus dilunasi, dia tetap mempertahankan sikap terbuka dan mengandalkan keikhlasan dalam mengelola utang piutang. landasan moral dan etika dalam praktik bisnis Basman dan Lika. Mereka tidak hanya memandang bisnis mereka sebagai sarana mencari nafkah, tetapi juga sebagai kesempatan untuk menerapkan nilai-nilai kemanusiaan, adil, dan beradab dalam setiap interaksi mereka dengan pelanggan dan mitra bisnis. Dengan demikian, mereka membangun hubungan yang saling menghormati dan saling percaya, yang merupakan inti dari Sila Kedua Pancasila dalam membangun masyarakat yang berkeadilan dan manusiawi. Menariknya justru praktek bisnis seperti inilah, yang membuat bisnis warung kopi milik mampu bertahan dalam jangka panjang dan berkelanjutan. Mereka mengakui bahwa dengan memanusiakan manusia, pelanggan akan puas dan semakin setia berkunjung kembali.

Akuntansi berdasarkan sila Persatuan Indonesia sebagai proses menciptakan persaudaraan dalam kaitannya dengan kegiatan aktivitas keuangan. Sehingga menjalin hubungan sosial yang akrab lebih diutamakan daripada menjalin hubungan transaksional. Banyak bisnis memiliki mentalitas bahwa pelanggan adalah raja. Namun para informan memiliki mentalitas bahwa pelanggan adalah saudara yang perlu diperlakukan sebagaimana keluarga sendiri.

“Asbak, Wifi, music spotify, terus colokan Listrik saya sediakan untuk pelanggan. Awalnya dulu tidak pakai wifi karena biar tiap ketemu bisa ngobrol, berhubung zama sekarang tambah lama banyak orang tanya wifi, jadi mau tidak mau mengikuti perkembangan zaman. Kalau menurut saya pribadi, tidak berbanding dengan pengeluaran operasional tapi kembali ke tujuan awal biar pelanggan bisa nyaman, senang dan bisa rukun meskipun awalnya tidak saling kenal” (Basman).

Basman sejatinya menyediakan fasilitas dengan tujuan mempererat tali persaudaraan antara pelanggan dengan pelanggan dan antara pelanggan dengan dirinya. Meski sempat merasa bahwa pengeluaran untuk menyediakan fasilitas tersebut tidak begitu diminatinya. Namun ia tetap berpegang teguh pada tujuannya menciptakan nuansa warung kopi yang akrab dan nyaman. Bahkan Basman memandang itu bukan lagi sebagai beban dalam konteks akuntansi, melainkan sebuah bentuk investasi jangka panjang yang mendatangkan hasil berupa kenyamanan pelanggan yang berujung pada retensi pelanggan di kemudian hari. Dengan upaya untuk menciptakan ruang yang inklusif di warung kopinya, di mana orang-orang dari berbagai latar belakang dapat berkumpul, berinteraksi, dan merasakan kebersamaan tanpa memandang

perbedaan. Pendekatan Basman juga menunjukkan penghargaannya terhadap nilai-nilai sosial dan kebersamaan dalam bisnisnya. Baginya, meskipun mungkin ada pertimbangan finansial, keputusannya untuk menyediakan fasilitas tambahan seperti WiFi bukan semata-mata untuk keuntungan ekonomis tetapi lebih untuk mendukung terciptanya hubungan yang positif dan ramah antara pelanggan. Hal ini sejalan dengan nilai-nilai keadilan sosial dan persatuan dalam Pancasila, yang mendorong untuk membangun masyarakat yang saling menghargai dan mendukung satu sama lain.

Akuntansi berdasarkan sila Kerakyatan yang dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan/Perwakilan, sebagai proses mengangkat derajat rakyat dalam segi aktivitas keuangan. Bisnis pada akhirnya tidak dapat hanya mengedepankan *profit*, namun mengeksploitasi manusia. Melainkan menjadi bisnis yang harus bertanggungjawab mensejahterakan masyarakat.

“Alhamdulillah kadang ada anak sekolah yang niat membantu habis pulang sekolah. saya memberi upah, dan fasilitas berupa makan dan minum gratis. Saya niat untuk beramal kepada anak sekolah yang orang tuanya kurang mampu secara finansial. Saya percaya saja dengan anak sekolah itu, kalo ada yang curang maka saya kembalikan balasannya ke Allah” (Lilik).

“Tapi biasanya saya target hanya tiga bulan kerja bantu saya di warung kopi. Karena kalau lebih dari tiga bulan biasanya malah saya suruh keluar supaya tidak hanya bekerja menjadi penjaga warung kopi. Anak-anak sekolah seperti mereka harus mendapatkan pengalaman kerja yang lebih baik” (Lilik).

Lilik pernah memberi kesempatan anak sekolah yang kurang mampu secara ekonomi untuk membantunya saat mereka pulang sekolah. Lilik memberi upah dan fasilitas berupa makan dan minum gratis kepada anak sekolah yang membantunya. Lilik merasa iba apabila melihat ada anak sekolah yang kurang mampu dan mengalami kelaparan. Meski rasa iba muncul dalam diri Lilik, namun dirinya tetap bertanggung jawab dalam mengangkat derajat siswa sekolah yang membantu di warungnya. Lilik membatasi siswa tersebut hanya boleh membantu maksimal selama tiga bulan saja agar tidak terjebak dalam zona nyaman sebagai penjaga warung. Harapannya, siswa tersebut dapat mencari pekerjaan lain yang lebih layak.

“orang yang titip jajan disini lumayan banyak. Ya smeoga bisa juga ikut membantu usahanya orang lain. Tapi biasanya saya totalan tiap hari dengan pedangan jajanan titipan. Jadi kalo memang ada jajanan sisa maka saya kembalikan ke penjual yang titip dagangan” (Basman).

“disini ada jajanan titipan setiap hari, sistem pembayarannya setiap hari. Kalau habis ya tak bayar sesuai habisnya berapa, kalau sisa saya kembalikan” (Lika).

Bentuk lain dari penerapan praktik akuntansi sila keempat Pancasila ini adalah adanya budaya saling membantu antara pemilik warung dengan pedagang jajanan. Kedua informan sama-sama menerima titipan barang dagangan dari pedagang lain. Berbekal niat baik untuk membantu sesama, ternyata bisnis kecil bisa memberi dampak bagi bisnis lain (Lamberton, 2015). Hal ini tampaknya sudah menjadi budaya dengan membentuk ekosistem yang baik antara pedagang jajanan, pemilik warung kopi dan pelanggan. Para informan tidak egois dalam hal ini, melainkan membawa misi kebaikan untuk membantu usaha pedagang lain agar sama-sama memperoleh penghasilan.

Akuntansi berdasarkan sila Keadilan Sosial bagi seluruh Rakyat Indonesia, sebagai proses menyeimbangkan kebutuhan jasmani dan rohani manusia dalam hal aktivitas keuangan untuk membangun perekonomian berkerakyatan. Sehingga tanggung jawab sebuah bisnis tidak hanya memenuhi kebutuhan material saja, melainkan kebutuhan spiritual.

“buka setiap hari, kecuali hari Kamis tutup. Hari Kamis saya pakai untuk istirahat. Waktunya ibadah sholat biasanya warung sementara saya tutup dulu. Karena kalau hanya menuruti kerja, badan dan hati bisa merasa Lelah” (Basman).

“Pukul setengah enam pagi, warung kopi sudah saya buka, libur saat ada urusan lain yang penting saja. hari Minggu tetap saya buka kecuali ketika anak minta jalan-jalan. Saya tidak pernah libur, biasanya kalau pas saya sholat atau ada keperluan lain sesaat, saya minta bantuan adik saya” (Lika).

Dalam kehidupan sehari-hari, prinsip keadilan sosial sangat penting untuk diterapkan. Kedua informan berbagi pandangan dan praktik hidup yang mencerminkan keseimbangan antara kerja dan kebutuhan pribadi, sejalan dengan sila kelima Pancasila. Basman memutuskan untuk menutup warungnya setiap hari Kamis. Hari tersebut dia gunakan sebagai hari istirahat. Baginya, sangat penting untuk memberikan waktu bagi diri sendiri agar bisa beribadah dan beristirahat. Keputusan ini menunjukkan penghormatan terhadap hak individu untuk beristirahat dan beribadah, yang merupakan bagian dari keadilan sosial dalam bentuk kesejahteraan batin. Sementara itu, Lika juga memiliki pandangan serupa tentang pentingnya istirahat, meskipun warungnya buka setiap hari. Lika selalu berusaha memenuhi tanggung jawabnya sebagai pemilik warung, namun tidak mengabaikan kebutuhannya sendiri dan keluarganya. Bahkan, dia meminta bantuan saudaranya saat dirinya merasa lelah atau ketika harus beribadah. Hal ini menunjukkan tentang pentingnya keseimbangan antara kerja dan kehidupan pribadi. Dengan memberikan waktu untuk istirahat dan beribadah, sikap informan menunjukkan bahwa keadilan sosial bukan hanya tentang hubungan antara individu, tetapi juga hubungan dengan diri sendiri. setiap orang berhak atas kesejahteraan yang adil, baik secara jasmani maupun rohani.

Tujuan berbisnis dimaknai bukan sekadar memaksimalkan profit saja, melainkan mencapai dan menerima titik kecukupan di dalam kesederhanaan. Pengalaman informan lebih kepada menjalankan bisnis sebagai bentuk berbuat kebajikan bagi sesama manusia. Tabel 3 mendeskripsikan tentang ringkasan internalisasi nilai pancasila pada bisnis warung kopi.

Tabel 3. Internalisasi Nilai Pancasila pada Bisnis Warung Kopi

Pancasila dalam Definisi Akuntansi	Internalisasi Nilai Pancasila pada Bisnis
Sila I: proses mempertanggungjawabkan aktivitas keuangan kepada Tuhan	Tujuan utama bisnis bukan profit, melainkan menjalankan ibadah dan pertanggungjawaban kepada Tuhan
Sila II: proses memanusiakan manusia melalui suatu aktivitas keuangan	Pelanggan diperkenankan membayar di belakang setelah makan/minum sebagai bentuk sikap menghargai Membiarkan pelanggan berhutang sebagai bentuk kepercayaan
Sila III: proses menciptakan persaudaraan dalam kaitannya dengan kegiatan aktivitas keuangan	Piutang tak tertagih dimaknai sebagai amal, bukan beban Fasilitas pelanggan tidak disikapi sebagai beban operasional, melainkan sebagai bentuk investasi dalam membangun kekeluargaan dengan pelanggan
Sila IV: proses mengangkat derajat rakyat dalam segi aktivitas keuangan	Pemberdayaan siswa sekolah yang kurang mampu untuk memperoleh pekerjaan layak Pemberdayaan pedagang jajanan melalui skema titip jual barang
Sila V: proses menyeimbangkan kebutuhan jasmani dan rohani manusia dalam hal aktivitas keuangan untuk membangun perekonomian berkerakyatan	Meliburkan warung tidak dimaknai sebagai kehilangan potensi kerugian, melainkan upaya untuk menjaga kesehatan, hubungan dengan keluarga dan hubungan dengan Tuhan

Dalam dunia bisnis dan akuntansi, internalisasi nilai-nilai Pancasila menjadi fondasi penting yang memandu setiap keputusan dan tindakan. Mulai dari mempertanggungjawabkan aktivitas keuangan kepada Tuhan, memanusiakan setiap individu yang terlibat dalam proses bisnis, membangun persaudaraan dan kekeluargaan dengan pelanggan, memberdayakan masyarakat sekitar, hingga menyeimbangkan kebutuhan jasmani dan rohani, semua ini mencerminkan nilai-nilai luhur Pancasila. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai ini, bisnis tidak hanya berfungsi sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang berkontribusi pada kesejahteraan dan kemakmuran bersama (Affandi et al., 2020).

Penelitian ini mengungkapkan bahwa penerapan nilai-nilai Pancasila memiliki kontribusi nyata terhadap keberlanjutan bisnis warung kopi. Keberlanjutan ini dapat diukur dari berbagai indikator, seperti kemampuan bisnis untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, menjaga stabilitas keuangan, dan membangun hubungan baik dengan komunitas sekitar. Misalnya, sikap fleksibilitas dalam pembayaran seperti membiarkan pelanggan berhutang dan menganggap piutang tak tertagih sebagai amal, tidak hanya mencerminkan penghormatan terhadap kemanusiaan, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan (Chakhovich & Virtanen, 2023). Hubungan kepercayaan yang terjalin melalui pendekatan ini terbukti membantu bisnis bertahan di tengah persaingan dan tantangan ekonomi (Alawattage et al., 2023).

Selain itu, pemilik warung kopi menerapkan strategi operasional yang mendukung keberlanjutan melalui investasi sosial, seperti pemberdayaan siswa kurang mampu dan pedagang kecil melalui skema titip jual. Praktik ini tidak hanya memberikan dampak sosial yang positif, tetapi juga menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung (Duxbury et al., 2021). Dampak nyata dari pendekatan ini dapat dilihat pada kemampuan bisnis untuk menghadapi fluktuasi ekonomi tanpa mengurangi layanan kepada pelanggan atau memberhentikan tenaga kerja. Misalnya, keberhasilan dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan komunitas memungkinkan warung kopi memperoleh dukungan moral dan material, terutama pada saat mengalami kesulitan.

Penerapan nilai Pancasila juga membantu warung kopi menciptakan keseimbangan antara tujuan ekonomi dan sosial. Kebijakan untuk meliburkan warung demi menjaga kesehatan pemilik dan karyawan, serta menjalin hubungan yang harmonis dengan keluarga dan Tuhan, menunjukkan bagaimana keputusan bisnis yang didasari nilai-nilai luhur dapat menghasilkan dampak jangka panjang yang positif (Joyner & Payne, 2002). Hal ini tidak hanya melindungi aset manusia sebagai sumber daya utama dalam bisnis kecil, tetapi juga memperkuat stabilitas internal yang menjadi kunci keberlanjutan usaha (Chakhovich & Virtanen, 2023).

Selanjutnya meskipun praktik pencatatan keuangan yang dilakukan oleh pemilik warung kopi tidak sesuai dengan standar akuntansi formal, penggunaan metode sederhana yang didasarkan pada intuisi dan pengalaman memungkinkan dalam menjaga kestabilan keuangan. Pencatatan pendapatan harian, pengeluaran bahan baku, dan biaya operasional membantu pemilik warung dalam memantau arus kas dan membuat keputusan yang tepat waktu. Ketahanan ini menjadi salah satu indikator penting keberlanjutan bisnis, terutama di sektor usaha kecil yang sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya (Alawattage et al., 2023).

Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Pancasila bukan hanya menjadi panduan moral, tetapi juga memberikan implikasi praktis terhadap keberlanjutan bisnis. Nilai-nilai ini tidak hanya membimbing dalam pengambilan keputusan bisnis, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan masyarakat, mendorong loyalitas, serta menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung. Dengan demikian, pengintegrasian nilai-nilai Pancasila dalam bisnis kecil seperti warung kopi dapat menjadi model untuk menciptakan keberlanjutan dan kesejahteraan yang lebih luas, bahkan di tengah tantangan ekonomi yang dinamis.

KESIMPULAN

Ketiga informan yang merupakan pemilik warung kopi jalanan pada dasarnya telah menerapkan praktek akuntansi secara tidak disadari. Praktek akuntansi yang dilakukan memang belum tergolong ideal, karena keterbatasan data dan pengetahuan mereka di bidang akuntansi. Sehingga wajar bagi mereka akhirnya melakukan cara-cara praktis dalam pengambilan keputusan bisnis. Meskipun rawan terjadi bias dalam proses pengambilan keputusannya dan praktek akuntansi yang dijalannya tergolong tidak ideal, namun dalam kenyataannya, informan berhasil menjaga keberlangsungan bisnis warung kopi jalannya selama beberapa tahun lamanya. Informan tidak menitikberatkan *profit* sebagai landasan dalam berbisnis. Ketuhanan, kemanusiaan dan kebajikan yang menjadi prioritas dalam menjalankan bisnis. Penerapan akuntansi berdasarkan sila pertama Pancasila menjadi dasar setiap aktivitas keuangan dalam bisnis berbuah kebajikan bagi sekitar. Penerapan akuntansi berdasarkan sila kedua Pancasila pada warung kopi berperan membangun hubungan dengan pelanggan melalui adab dan budaya. Penerapan akuntansi berdasarkan sila ketiga Pancasila berhasil menciptakan kepuasan dan retensi pelanggan. Penerapan akuntansi berdasarkan sila keempat Pancasila memantik bisnis warung kopi untuk melakukan kebajikan yang berdampak bagi sekitar. Penerapan akuntansi berdasarkan sila kelima Pancasila menjadikan pemilik warung kopi dapat menjaga kesehatan, hubungan dengan keluarga dan hubungan dengan Tuhan. Sehingga melalui internalisasi nilai Pancasila dalam praktek akuntansi, usaha warung kopi dapat diterima oleh masyarakat sehingga pemilik usaha dapat merawat keberlanjutan bisnisnya.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memperkaya literatur akuntansi pada konteks Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Dari hasil penelitian, terlihat bahwa nilai-nilai Pancasila dapat dijadikan dasar dalam mengelola dan mempertahankan keberlanjutan bisnis warung kopi jalanan. Penerapan Pancasila tidak hanya memperkuat hubungan dengan pelanggan dan masyarakat sekitar, tetapi juga menciptakan lingkungan usaha yang lebih humanis. Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai budaya lokal dalam praktik bisnis dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha bisnis. Selain itu, temuan ini juga dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha mikro dalam merumuskan kebijakan yang berbasis kearifan lokal. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dimana penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, yang berarti hasil penelitian sangat tergantung pada pengalaman subjektif dari informan. Penelitian selanjutnya, disarankan untuk dapat menggunakan pendekatan yang berbeda untuk mendapatkan gambaran yang lebih holistik mengenai penerapan nilai-nilai Pancasila dalam usaha mikro di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, T. E. (2023). Crypto Taxation and Financial Reporting in the Context of Pancasila. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 14(3), 485-504. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2023.14.3.34>
- Affandi, A., Sobarna, A., Erlangga, H., Onny Siagian, A., Purwanto, A., & Amin Effendy, A. (2020). Optimization of MSMEs Empowerment in Facing Competition in the Global Market during the COVID-19 Pandemic Time. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(11), 1506-1515.
- Alawattage, C., Jayathileka, C., Hitibandara, R., & Withanage, S. (2023). Moral economy, performative materialism, and political rhetorics of sustainability accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 95(August 2022), 102507. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2022.102507>
- Andira, O. E. (2016). Analisis Persediaan Bahan Baku Tepung Terigu menggunakan Metode EOQ (Economic Order Quantity) pada Roti Puncak Makassar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 21(3), 201-208.
- Aneswari, Y. R., & Musmini, L. S. (2017). Quo Vadis Pancasila dalam Pendidikan Akuntansi? *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(1), 149-165. <https://doi.org/10.18202/jamal.2017.04.7045>
- Antara News. (2022). Pemkot Surabaya manfaatkan aset lahan kosong miliknya untuk padat karya.

- <https://jatim.antaranews.com/berita/666290/pemkot-surabaya-manfaatkan-aset-lahan-kosong-miliknya-untuk-padat-karya>
- Az-Zahra, R., Ulum, I., & Irawan, D. (2022). the Basic Principles of Accountant Ethics: Al-Baqarah and Pancasila Perspectives. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(2), 337–351. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2022.13.2.25>
- Ball, S. J. (2015). Accounting for a sociological life: influences and experiences on the road from welfarism to neoliberalism. *British Journal of Sociology of Education*, 36(6), 817–831. <https://doi.org/10.1080/01425692.2015.1050087>
- Berger, P. L., & Luckman, T. (2016). The Social Construction of Reality. In *Social Theory Re-Wired: New Connections to Classical and Contemporary Perspectives: Second Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781315775357>
- Boddy, C. R. (2015). Sample size for Qualitative Interviews. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 19(2003), 426–432.
- Bradley, O. J., & Botchway, G. O. (2018). Communicating corporate social responsibility (CSR) in the coffee industry: An examination of indicators disclosed. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 9(2), 139–164. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-02-2017-0015>
- Chabrak, N., Haslam, J., & Oakes, H. (2019). What is accounting? The “being” and “be-ings” of the accounting phenomenon and its critical appreciation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 32(5), 1414–1436. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2017-3097>
- Chakhovich, T., & Virtanen, T. (2023). Accountability for sustainability – An institutional entrepreneur as the representative of future stakeholders. *Critical Perspectives on Accounting*, 91(March 2021), 102399. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2021.102399>
- Darmayasa, I. N. (2019). Preskriptif Ketentuan Umum Perpajakan Dalam Perspektif Akuntansi Pancasila. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1), 22–41. <https://doi.org/10.18202/jamal.2019.04.10002>
- Dichev, I. D. (2017). On the conceptual foundations of financial reporting. *Accounting and Business Research*, 47(6), 617–632. <https://doi.org/10.1080/00014788.2017.1299620>
- Dorn, M., Messner, C., & Wänke, M. (2016). Partitioning the Choice Task Makes Starbucks Coffee Taste Better. *Journal of Marketing Behavior*, 1(3–4), 363–384. <https://doi.org/10.1561/107.000000023>
- Duxbury, N., Bakas, F. E., de Castro, T. V., & Silva, S. (2021). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Efferin, S. (2015). Akuntansi, Spritualitas dan Kearifan Lokal Beberapa Agenda Penelitian Kritis. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(3), 466–480. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.12.6037>
- Firdaus, A., Kartika Sari, M., & Kamayanti, A. (2016). Mengaksikan Wacana Akuntansi Berbasis Pancasila Melalui Dekonstruksi Makna Stakeholders: Kritik atas Kapitalisme. *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)*, 3(1), 23–51. <https://doi.org/10.35838/jrap.2016.003.01.3>
- Göktan, D. Ü., & Uslu, T. (2022). Examining the prominent components of the emerging specialty coffee sector in Turkey. *Food, Culture and Society*, 25(1), 126–148. <https://doi.org/10.1080/15528014.2021.1884441>
- Horngren, C. T., Harrison, J., Berberich, G., & Seguin, C. (2019). Financial Accounting. In *Financial Accounting*. <https://doi.org/10.4324/9780429468063>
- Joyner, B. E., & Payne, D. (2002). Evolution and implementation: A study of values, business ethics and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 41(4), 297–311. <https://doi.org/10.1023/A:1021237420663>
- kompasiana. (2023). Mendorong Pertumbuhan Warkop Berkelanjutan di Surabaya Melalui Budaya Nyangkruk sebagai Bagian Implementasi SDG 11. <https://www.kompasiana.com/masagung7517/64318e194addee781d5fcb82/mendorong-pertumbuhan-warkop-berkelanjutan-di-surabaya-melalui-budaya-nyangkruk-sebagai-bagian-implementasi-sdg-11>
- Lamberton, G. (2015). Accounting and happiness. *Critical Perspectives on Accounting*, 29, 16–30.

- <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2014.10.005>
- Lee, W. S., Moon, J., & Song, M. (2018). Attributes of the coffee shop business related to customer satisfaction. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(6), 628–641. <https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1524227>
- Lodhia, S. (2019). What about your qualitative cousins? Adapting the pitching template to qualitative research. *Accounting and Finance*, 59(1), 309–329. <https://doi.org/10.1111/acfi.12266>
- Malterud, K. (2016). Theory and interpretation in qualitative studies from general practice: Why and how? *Scandinavian Journal of Public Health*, 44(2), 120–129. <https://doi.org/10.1177/1403494815621181>
- Martin, X., & Roychowdhury, S. (2015). Do financial market developments influence accounting practices? Credit default swaps and borrowers' reporting conservatism. *Journal of Accounting and Economics*, 59(1), 80–104. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2014.09.006>
- Noviriani, E., Alrizwan, U. A., Mukaromah, L., & Zurmansyah, E. (2022). Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga Dalam Sudut Pandang Perempuan. *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 5(2), 155–168. <https://doi.org/10.18196/jati.v5i2.16404>
- Romney, M. B., Steinbart, J. P., Summers, S. L., & Wood, D. A. (2021). *Accounting Information Systems (15th ed.)* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Rospitadewi, E., & Efferin, S. (2017). Mental Accounting Dan Ilusi Kebahagiaan : Memahami Pikiran Dan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(1), 18–34.
- Salampessy, Z., Triyuwono, I., Irianto, G., & Hariadi, B. (2018). Pancasila paradigm: Methodology of wawasan nusantara for accounting of pancasila. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 12(1), 102–117. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v12i1.7>
- Samper, L. F., & Quiñones-Ruiz, X. F. (2017). Towards a balanced sustainability vision for the coffee industry. *Resources*, 6(2), 1–28. <https://doi.org/10.3390/resources6020017>
- Sitorus, J. H. E. (2015). MEMBAWA PANCASILA DALAM SUATU DEFINISI AKUNTANSI. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(2), 254–271.
- Sitorus, J. H. E. (2016). Pancasila-based Social Responsibility Accounting. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 700–709. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.054>
- Smith, B. (2018). Generalizability in qualitative research: misunderstandings, opportunities and recommendations for the sport and exercise sciences. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 10(1), 137–149. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2017.1393221>
- Sonjaya, Y. (2024). Makna Kesadaran Perpajakan dalam Perspektif Fenomenologi. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 8(1), 944–959.
- Suhud, U., Allan, M., Wibowo, S. F., Sabrina, E., & Willson, G. (2020). Measuring customer satisfaction of a café and coffee shop colony at a traditional market. *Journal of Foodservice Business Research*, 23(1), 78–94. <https://doi.org/10.1080/15378020.2019.1686897>
- Suminto, M. A. (2022). Identitas Visual pada Coffeeshop dan Warung Kopi di Surabaya. *Jurnal Kajian Seni*, 9(1), 116. <https://doi.org/10.22146/jksks.73169>
- Sutanto, W., & Soeherman, B. (2022). Model Konseptual Sistem Pengendalian Manajemen Berbasis Nilai-Nilai Bharatayudha. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 5(3), 307–320. <https://doi.org/10.33795/jraam.v5i3.005>
- Widyastuti, A., & Affan, M. W. (2022). Risk Management dalam Perspektif Baitul Maal Hidayatullah (BMH). *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 5(1), Layouting. <https://doi.org/10.18196/jati.v5i1.13326>