

SPIRITUALITAS BUDDHIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL

Dini Sulistiyani
Warsito Kawedar¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

ABSTRACT

The research entitled "Buddhist Spirituality in Making Decisions to Determine Selling Prices" aims to determine the role of Buddhist spirituality in decision making by business actors to determine the selling price of their products. This study uses a descriptive qualitative approach to provide an overview or description of the role of Buddhist spirituality in business actors. Data was collected through in-depth interviews with four business actors who are Buddhist or study Buddhism and four buyers as supporting informants to complete the research data. The data obtained was then analyzed and reduced so that the data needed to be presented was obtained. The findings from the practice of determining selling prices are presented through a Buddhist perspective. The results of the study show that in determining the selling price by Buddhist business actors there are non-material values in it, namely the value of morality (sila) and the value of love (metta). In addition, there are other values that play a role in business activities by business actors. The business activities carried out by the informants are not solely aimed at seeking profit, but also to establish good and loving relationships between human beings.

Keywords: spirituality, selling price, Buddhism, decision making

PENDAHULUAN

Seorang pelaku usaha juga tidak dapat terlepas dari proses pengambilan keputusan, salah satunya yaitu keputusan untuk menentukan harga jual. Menurut (Ramdhani, Merida, Hendrani, & Suheri, 2020) proses penentuan harga jual hendaknya dilakukan dengan baik agar penerimaan yang didapatkan bisa meng-cover biaya yang dikeluarkan dalam produksi serta bisa memperoleh laba yang maksimal. Pengertian tersebut memberikan pemahaman bahwa unsur-unsur yang menentukan harga jual merupakan hal yang bersifat materi. Selain itu, penentuan harga jual juga didasarkan pada tujuan untuk memaksimalkan perolehan keuntungan atau laba. (Amaliah, 2016) mengungkapkan bahwa kerangka berfikir seperti ini tidak terlepas dari filosofi yang mendasarinya [akuntansi], yaitu filsafat kapitalisme yang bertujuan untuk memperkaya materi. Paradigma tersebut membentuk pola pikir yang egoistis dan individualis. Pola pikir ini membawa seseorang untuk melakukan berbagai upaya demi memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Bahkan tidak jarang ditemui adanya kecurangan dan pelanggaran etika dalam kegiatan bisnis. Hal tersebut terjadi karena adanya sikap mementingkan kepentingan pribadi dan acuh terhadap lingkungan serta masyarakat sekitar.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Menurut (Amaliah & Sugianto, 2018) proses pembentukan harga jual tidak hanya berdasarkan segala sesuatu yang bisa dihitung (kuantitatif) tetapi ada nilai-nilai yang tidak bisa dihitung (kualitatif) yang ikut berperan didalamnya. (Thalib, Rahman, Abdullah, &

¹ Corresponding author

Gobel, 2021) juga berpandangan bahwa kegiatan jual beli tidak dapat selalu dikaitkan dengan segala sesuatu yang bisa dihitung secara matematis, namun juga terdapat nilai-nilai non-material seperti rasa dan iman yang hanya bisa dipahami dengan hati. Faktor internal berupa prinsip dan pandangan hidup serta keyakinan terhadap Tuhan Yang Maha Esa tentunya turut menjadi salah satu hal yang memengaruhi dalam proses penentuan harga jual. Pemahaman akan ajaran agama membuat seseorang menyadari bahwa tujuan kegiatan bisnis tidak sepenuhnya untuk memperkaya diri sendiri, namun juga bagaimana dalam prosesnya bisa berguna dan membantu orang lain. Selain itu, praktik spiritualitas dalam rangka pengembangan diri juga mampu memunculkan kebijaksanaan dalam diri seseorang. Orang yang bijaksana akan mampu melihat dan memahami lebih dalam setiap fenomena kehidupan yang sedang berlangsung sehingga mampu mengambil setiap keputusan dengan lebih baik. Orang bijaksana mampu melihat dan menganalisis setiap manfaat maupun risiko yang harus dihadapi dalam mengambil sebuah keputusan.

Penelitian-penelitian terdahulu telah mampu membuktikan bahwa tradisi, agama, serta sosial dan budaya turut memengaruhi penentuan harga jual. Keputusan penentuan harga jual tidak selalu didasarkan pada nilai-nilai materi, namun juga terintegrasi dalam nilai-nilai budaya Betawi (Amaliah 2016), tradisi Jawa ((Whedy (2017); Arif dan Muhammad (2020)), dan tradisi Islam Aceh (Syauqi dan Iwan 2016). Beberapa penelitian yang telah dilakukan tersebut memberikan hasil dimana terdapat faktor yang bersifat non-material dalam penentuan harga jual. Hasil dari penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa praktik penentuan harga jual sebagai bagian dari akuntansi bukanlah praktik yang bebas nilai. Aspek agama, sosial budaya, dan tradisi juga turut berperan dalam pengembangan ilmu akuntansi di Indonesia. Hal ini juga sesuai dengan realitas kehidupan masyarakat Indonesia yang erat hubungannya dengan agama dan budaya. Sesuai dengan latar belakang yang sudah peneliti paparkan di atas, peneliti bermaksud untuk memberikan kontribusi berupa konsep penentuan harga jual oleh pelaku usaha beragama Buddha melalui perspektif ajaran agama Buddha dengan memperhatikan nilai-nilai spiritual yang ada di dalamnya. Berdasarkan hal-hal yang berkaitan di atas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“Spiritualitas Buddhis dalam Pengambilan Keputusan untuk Menentukan Harga Jual”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dimana peneliti berusaha untuk menganalisa keadaan yang terjadi di lapangan dan juga data empiris kemudian melakukan identifikasi faktor-faktor yang membuat suatu hal dapat terjadi. Pendekatan kualitatif deskriptif merupakan metode yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu objek penelitian tertentu melalui sampel data yang telah dikumpulkan. Dari data tersebut kemudian ditarik kesimpulan, dimana kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk latar dan kondisi tertentu atau tidak bisa digeneralisasikan. Penelitian ini mendeskripsikan tentang bagaimana spiritualitas buddhis berperan dalam penentuan harga jual oleh pelaku usaha.

Data kualitatif bisa diperoleh dari beberapa sumber yang dibagi menjadi sumber primer dan sumber sekunder, misalnya seseorang yang dianggap bisa memberikan informasi yang dibutuhkan, kelompok fokus, laporan yang dimiliki oleh organisasi/perusahaan, informasi yang dipublikasikan oleh pemerintah maupun internet (Sekaran & Bougie, 2017). Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan berasal dari sumber primer. Informasi didapatkan secara langsung dari pihak yang berkaitan dengan objek atau topik penelitian, yaitu pelaku usaha yang beragama atau mendalami agama buddha dan berdomisili di Surakarta dan sekitarnya. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini berupa hasil dari

kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya pada saat pelaksanaan wawancara serta kegiatan observasi. Sumber data yang digunakan terbagi menjadi dua bagian, yaitu informan dan foto.

Penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* dimana data diambil dari satu informan sebagai sumber data kemudian mencari informan lain dari informan pertama tersebut, begitu seterusnya hingga diperoleh informan dan data yang cukup (Sugiyono, 2013). Penggunaan teknik *snowball sampling* dilakukan karena informasi yang telah didapat dari beberapa informan sebelumnya dirasa masih kurang memuaskan, sehingga perlu menggali informasi yang lebih mendalam dari informan lain. Tabel berikut menyajikan data informan penelitian.

Tabel 3.1
Data Informan Penelitian

No	Kode Informan	Jenis Kelamin	Keterangan
1	A1	Perempuan	Pemilik Toko Furniture
2	A2	Laki-Laki	Pemilik Toko Furniture
3	A3	Perempuan	Usaha Buket dan Telur Asin
4	A4	Perempuan	Pedagang Pakaian
5	B1	Perempuan	Pembeli
6	B2	Perempuan	Pembeli
7	B3	Perempuan	Reseller
8	B4	Perempuan	Pembeli

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara secara langsung (*face-to-face interview*), wawancara melalui telepon dan observasi. Hasil wawancara kemudian dianalisis yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Proses selanjutnya yaitu pengujian keabsahan data. Dalam penelitian kualitatif, pengujian ini meliputi uji kredibilitas, pengujian *transferability*, *dependability*, dan yang terakhir adalah pengujian *confirmability*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sila (Moralitas)

Moralitas dalam kaitannya dengan ilmu sosial hampir dimiliki oleh seluruh kelompok masyarakat guna memberikan aturan atau batasan dalam kelompok tersebut. Hal ini berhubungan dengan kepentingan organisasi yang bersangkutan dalam mencapai tujuan. Begitu pula dengan agama buddha, memiliki *sila* atau aturan moral yang dilaksanakan oleh penganutnya untuk bisa mencapai tujuan hidup, yaitu kebahagiaan sejati. *Sila* (moralitas) dalam ajaran agama Buddha dibagi menjadi beberapa kategori sesuai dengan orang/umat yang melaksanakan. Umat awam yang menjalani kehidupan rumah tangga melaksanakan 2 jenis sila, yaitu *pancasila* Buddhis dan *atthasila/atthangasila* (lima sila: tidak membunuh, tidak mencuri, tidak berbuat asusila, tidak berbohong, dan tidak bermabuk-mabukan) *atthasila/atthangasila* (delapan sila: tidak membunuh, tidak mencuri, tidak berbuat asusila, tidak berbohong, tidak bermabuk-mabukan, tidak makan setelah jam 12 siang, tidak menghibur diri, tidak bermewah-mewahan). Salah satu nilai dalam *pancasila* buddhis yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan adalah sila pertama mengenai pelatihan diri

untuk menghindari pembunuhan. Sebagai bentuk penerapan nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari, umat Buddha menghindari melakukan kegiatan bisnis yang berkaitan dengan pembunuhan makhluk hidup, yaitu tidak melakukan perdagangan daging/makhluk hidup dan juga senjata tajam. Observasi yang dilakukan oleh peneliti juga turut mendukung hal tersebut karena dari seluruh informan yang ditemui peneliti, tidak ada satu orang pun yang memiliki usaha berkaitan dengan perdagangan makhluk hidup dan senjata tajam.

Selain sila pertama yang berisi tentang pelatihan diri untuk menghindari pembunuhan makhluk hidup, dalam *pancasila* buddhis juga terdapat nilai kejujuran yang tersirat dalam sila keempat, yang berbunyi “*Musāvāda veramaṇī sikkhāpadam samādiyāmi*”, yang memiliki arti “Saya memiliki tekad dalam melatih diri menjauhi segala jenis perkataan yang tidak benar.”

Sila keempat dalam *pancasila* buddhis ini juga turut menjadi landasan salah satu informan dalam mengambil keputusan untuk menentukan harga jual produknya. Dalam wawancara yang telah dilaksanakan, informan A1 menyampaikan:

“...biasanya dijual lebih murah, kita punya sistem dimana barang itu kami jual, jadi nanti ada barang rusak lain kita rangkai dan dijadikan satu item lalu kita jual. Tapi kita memang tetap rugi.” (Informan A1, 26 Juni 2022)

Berdasarkan pernyataan tersebut, informan A1 menyampaikan apabila terdapat barang dagangan yang sudah menurun kualitasnya, maka produk tersebut dijual dengan harga dibawah harga jual normalnya. Selain itu, produk yang sudah menurun kualitasnya tersebut terkadang dijual bersamaan menjadi satu bendel (dijadikan satu dengan barang lain yang sudah menurun kualitasnya juga). Hal ini sesuai dengan informasi yang didapatkan oleh peneliti setelah melakukan wawancara dengan pembeli sebagai berikut:

“...harganya oke mbak, dari segi kualitas juga masih bagus. Hanya saja waktu saya beli lemari dengan harga murah itu ada minusnya sedikit, seperti lubang bautnya ada yang tidak sesuai dan harus membuat lubang di dekatnya, begitu. Sebenarnya sudah di kasih tau juga sama penjualnya, tapi masih bisa dipakai dan tidak kelihatan juga minusnya, jadi lumayan ini.” (Informan B1, 18 Februari 2023)

Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai kejujuran adalah hal yang utama dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh informan A1. Kondisi barang yang sebenarnya juga disampaikan kepada calon pembeli dengan baik, sehingga antara penjual dan pembeli terdapat saling keterbukaan sebelum melakukan transaksi. Nilai kejujuran yang terdapat pada sila ke empat dalam Pancasila Buddhis juga turut menjadi pedoman informan A3 dalam penentuan harga jual produknya seperti yang disampaikan dalam wawancara sebagai berikut:

“Pernah mbak saya bikin telur asin dua baskom, yang satu baskom tidak jadi. Padahal bahan bakunya sama, telurnya sama, bumbunya juga saya bikin bareng, jadi sama. Tapi telurnya tidak berasa asin dan warnanya juga tidak orange seperti telur asin yang satu baskom lain. Terus saya bagi-bagi ke tetangga yang mau, karena saya tidak mau mengecewakan langganan dan reseller saya. Walaupun sebenarnya itu juga masih bisa kalau mau dijual, tapi saya tidak mau. Lebih baik rugi tidak apa-apa mbak.” (Informan A3, 27 Juli 2022)

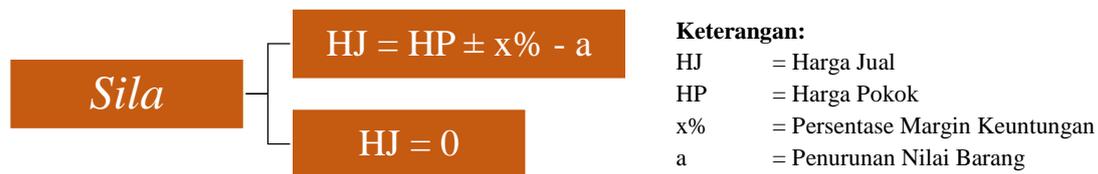
Hasil wawancara dengan informan A3 tersebut dikonfirmasi oleh salah satu pelanggan informan A3 yang juga merupakan tetangganya sebagai berikut:

“Iya mbak, cocok sama selera saya. Tapi pernah juga mbak Pipit itu memberi saya telur asin. Katanya bikin telur asin tapi tidak jadi, daripada terbuang karena tidak bisa dijual, lalu biberikan ke tetangga –

tetangganya. Sebenarnya telur asinya enak juga, tapi mau saya bayar malah tidak mau karena katanya memang tidak untuk dijual. Tapi kalau yang dijual biasanya itu memang kualitasnya bedamemang benar-benar bagus. Mungkin dia pikir karena kualitasnya beda sama yang biasa dijual itu jadi pas mau saya bayar dia tidak mau.” (Informan B2, 18 Februari 2023)

Pengalaman yang pernah terjadi pada informan A3 tersebut juga menunjukkan bahwa nilai kejujuran dijunjung tinggi dalam setiap kegiatan bisnisnya. Informan A3 juga menyampaikan bahwa lebih baik rugi daripada harus menjual barang dengan kualitas yang buruk apalagi sampai harus menyampaikan informasi yang tidak benar mengenai produknya. Meskipun informan A3 tetap bisa memasarkan hasil telur asinnya tersebut, namun hal tersebut tidak dilakukan karena informan A3 lebih mengutamakan kejujuran dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap informan-informan tersebut, peneliti menemukan adanya formula penentuan harga jual berdasarkan konsep spiritualitas Buddhis. Formula harga jual menurut konsep *sila* disajikan dalam bagan sebagai berikut:



Metta (Cinta Kasih)

Ajaran Buddha memiliki 4 (empat) sifat luhur yang dapat dikembangkan dalam rangka mewujudkan kebaikan kepada orang lain dan kepada semua makhluk hidup yang ada di alam semesta ini, yaitu *metta* (cinta kasih), *karuna* (kasih sayang), *mudhita* (simpati), dan *upekkha* (keseimbangan batin). *Metta* adalah rasa cinta kasih yang mengharapkan semua makhluk memperoleh kebahagiaan (Vijjananda, 2021). Cinta kasih dalam arti kata *metta* diibaratkan seperti kasih sayang seorang ibu kepada anaknya, yaitu kasih dan cinta yang tulus tanpa mengharapkan timbal balik. Namun, *metta* tidak sebatas kasih sayang seseorang kepada keluarga, sanak saudara, ataupun orang yang dikenal saja. *Metta* meliputi kasih sayang universal kepada semua makhluk hidup, baik manusia, hewan, bahkan tumbuhan.

Nilai *metta* (cinta kasih) sebagai salah satu unsur yang berperan dalam proses penentuan harga jual tercermin melalui penuturan informan A3 sebagai berikut:

“Tapi kadang juga tidak saya naikan harganya, karena kadang ada rasa kasihan juga sama reseller.” (Informan A3, 27 Juli 2022)

Informan A3 sebagai produsen sekaligus penjual telur asin mengungkapkan bahwa salah satu masalah yang sering kali dihadapi dalam proses produksi adalah kenaikan harga bahan baku. Namun, meskipun harga barang baku naik informan A3 tidak menaikkan harga jual telur asinnya karena rasa kasihan dengan *reseller*. Hal tersebut kemudian diperjelas dengan pernyataan berikut:

“Maksudnya begini, kadang kalau harga bahan baku naik, harganya tidak saya naikan karena kalau saya naikan reseller jualnya jadi mahal. Kalau reseller jualnya mahal kadang labanya ngepres (labanya sedikit/labanya mendekati harga pokok). Jadi saya yang mengalah lebih baik mengurangi keuntungan saya tapi reseller masih bisa jalan. Paling tidak, dagangan saya tetep laku mbak.” (Informan A3, 27 Juli 2022)

Nilai cinta kasih dan saling peduli antar pelaku usaha maupun terhadap konsumen menjadi salah satu faktor dalam menentukan harga jual produknya. Sebagai seorang pelaku

bisnis yang baru saja memulai usahanya melalui *home industry*, tentu saja laba yang didapatkan tidak banyak. Namun, hal tersebut tidak menutup keinginannya untuk tetap saling membantu terhadap sesama pelaku usaha lainnya.

Proses tanya jawab yang dilakukan bersama pelanggan sekaligus *reseller* telur asin mendapatkan data yang memperkuat pernyataan informan A3 sebagai berikut:

“Awalnya saya tau dia dari Facebook mbak, terus saya coba tanya-tanya, cocok, jadi sering kulakan (membeli dalam jumlah besar untuk dijual kembali) sama dia. Dari segi harga jelas lebih murah dari produsen di Jakarta, kemudian kualitasnya juga bagus. Dan senangnya lagi kalau kulakan sama dia harganya relatif stabil mbak, jadi saya juga enak untuk perhitungan modal, laba dan sebagainya. Misal harga bahan baku lagi naik, harga telur asinnya tidak naik mbak kalau di tempat dia. Kalaupun naik, tidak banyak. Jadi kadang saya bayar lebih, soalnya tidak enak juga mbak. Dengan begitu, bisa saling bantu antara produsen sama reseller.” (Informan B3, 19 Februari 2023)

Penuturan dari informan B2 tersebut kembali menunjukkan bahwa sikap saling peduli antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lain bisa terjadi dalam kegiatan usaha. Penentuan harga jual yang dilakukan oleh Informan A3 tidak semata-mata berdasarkan persentase laba yang diinginkan atau biaya produksi yang sudah dikeluarkan. Tapi lebih dari itu, dalam proses penentuan harga jual terdapat nilai cinta kasih terhadap sesama, nilai persaudaraan dan bagaimana menjalin hubungan baik antar pihak yang berkepentingan tersebut. Perasaan saling mengasahi menyertai kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha dan pembeli ataupun *reseller*.

Bukan hanya dalam usaha telur asinnya, penerapan sifat *metta* oleh informan A3 juga terlihat dalam proses bisnis buketnya, sesuai dengan apa yang disampaikan sebagai berikut:

“Kalau saya mementingkan keuntungan itu sebenarnya tidak juga mbak. Karena kalau menurut saya, misal saya jual 65 ribu terus keuntungannya 20 ribu, kalau bagi saya keuntungan itu sudah cukup, ya sudah. Jadi saya tidak mengambil kesempatan, misal ketika orderan sedang banyak, lalu harga saya naikkan itu tidak. Jadi kalau menurut saya, saya sudah untung 20 ribu, atau 25 ribu atau 30 ribu itu bagi saya memang sudah cukup ya cukup. Yang penting pembeli itu bahagia mbak.” (Informan A3, 27 Juli 2022)

Informan A3 menyampaikan bahwa dalam menentukan harga jual buketnya, informan A3 tidak hanya berorientasi pada laba. Informan A3 mengambil laba seperlunya dan sewajarnya. Meskipun saat terjadi peningkatan order, informan A3 tidak menjadikan kesempatan tersebut untuk mengambil keuntungan yang lebih besar. Informan A3 juga menambahkan, bahwa kepuasan pembeli menjadi salah satu tujuan dalam berwirausaha. Pernyataan tersebut mencerminkan bahwa terdapat nilai kasih dalam penentuan harga jual produknya.

Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh informan A3, informan A4 juga menyampaikan hal sebagai berikut:

“Iya jelas begitu, karena kalau dipasar ada tawar menawar, bukan harga yang dipatok seperti di toko besar atau mall. Jadi kita lihat-lihat juga, karena pembeli orang sekitar juga, jadi sedikit banyak kita tau orangnya bagaimana. Bahkan kadang kalau saya lihat orang itu benar-benar kurang mampu, tapi lebaran atau waisak mau pakai baju baru, terus anaknya banyak, kadang saya malah ngasih. Kadang hanya balik modal. Maksudnya begini, misal anaknya tiga, yang dua saya suruh bayar, yang

satu saya kasih kadang. Lihat-lihat juga mbk, kalau yang beli bos ya sudah, saya mengambil untung biasa.” (Informan A4, 28 Juli 2022)

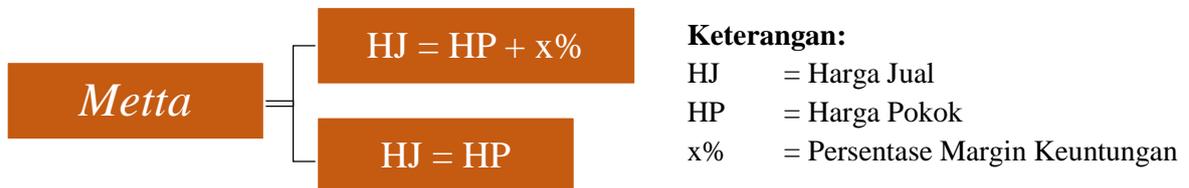
Penentuan harga jual yang dilakukan oleh informan A4 juga tidak hanya berpatok pada persentase yang telah disepakati bersama antar pedagang. Nilai kemanusiaan dan rasa saling peduli terhadap sesama dalam *metta* (cinta kasih) ikut berperan dalam penentuan harga jual yang dilakukan oleh informan A4. Hal tersebut terlihat dari cara informan A4 memberikan harga jualnya kepada pembeli. Kondisi pembeli juga ikut memengaruhi pengambilan keputusan dalam menentukan harga jualnya.

Nilai cinta kasih terhadap sesama juga diwujudkan oleh informan A4 dalam berdana (bersedekah) seperti apa yang telah disampaikan sebagai berikut:

“Sedikit banyak kita harus berdana. Maksudnya dengan berjualan kita pasti dapat keuntungan, jadi harus saling tolong sama orang juga. Pokoknya saling tolong mbak, bagaimana caranya.” (Informan A4, 28 Juli 2022)

Metta sebagai ajaran mengenai cinta kasih universal, mengutamakan kesejahteraan semua makhluk. *Metta* perlu dibangun beriringan dengan moralitas manusia. Salah satu caranya adalah dengan mempunyai sumber mata pencaharian yang bisa memberikan manfaat untuk kesejahteraan orang banyak. Memberikan harga yang wajar guna memenuhi kebutuhan hidup melalui kegiatan usahanya merupakan salah satu perwujudan *metta* dalam kegiatan bisnis. Mengikis keserakahan yang sejatinya ada dalam diri setiap individu merupakan hal yang tidak mudah dilakukan. Namun dengan mengembangkan sifat *metta* dalam batin akan meningkatkan kebijaksanaan dan mengikis keserakahan.

Berdasarkan hasil kegiatan wawancara yang dilakukan bersama dengan informan-informan tersebut, peneliti menemukan adanya formula penentuan harga jual berdasarkan konsep spiritualitas Buddhis. Formula harga jual menurut konsep *metta* disajikan dalam bagan sebagai berikut:



Dimensi Lain dalam Penentuan Harga Jual

Dalam jangka panjang, penetapan harga merupakan suatu keputusan strategis yang dibuat guna membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan dalam harga yang stabil (Akuntansi Biaya dan Manajemen, 2019). Secara umum, penetapan harga dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu penetapan harga berdasarkan biaya dan penetapan harga berdasarkan pasar. Organisasi bisnis yang beroperasi pada pasar dengan pesaing yang banyak dan persaingan yang ketat akan menggunakan metode penetapan harga berdasarkan pasar. Sedangkan penetapan harga berdasarkan biaya biasanya diterapkan oleh organisasi bisnis yang target pasarnya tidak terlalu kompetitif. Penentuan harga menggunakan metode-metode tersebut memang sudah lazim diterapkan oleh orang/badan usaha, namun tujuan dari penelitian ini adalah menekankan pada bagaimana individu merasakan pegalaman dan memaknai setiap proses tersebut secara mendalam menggunakan perspektif spiritualitas Buddhisme.

Pada sub bab sebelumnya sudah dijelaskan bahwa nilai spiritualitas buddhis yang terdiri dari *sila* dan juga *metta* berperan dalam penentuan harga jual oleh masing-masing informan sebagai pelaku usaha. Hasil wawancara yang telah diolah tersebut menemukan beberapa formula (rumus) penentuan harga jual melalui sudut pandang spiritualitas buddhis.

Namun setelah dilakukan analisis kembali, nilai-nilai buddhisme tersebut tidak semata-mata berdiri sendiri dalam perannya untuk menentukan harga jual. Nilai-nilai buddhis lain juga turut berperan dan saling berpengaruh satu sama lain. Beberapa nilai buddhis tersebut yaitu:

Karma (Hukum Sebab Akibat)

Kesedihan ataupun kebahagiaan yang setiap hari dirasakan oleh manusia adalah hasil reaksi dari pikiran, perkataan, perbuatan mereka sendiri (Dhammananda, 2022). Pikiran, perkataan, dan perbuatan seseorang akan berpengaruh pada kesuksesan dan kegagalan seseorang tersebut. Memahami hukum karma berarti menyadari bahwa kebahagiaan dan penderitaan merupakan tanggungjawab masing-masing individu. Ajaran Buddha menjelaskan bahwa setiap manusia merupakan arsitek dari karmanya sendiri yang membentuk dan menentukan arah hidupnya. Artinya apa yang diperbuat, menjadi tanggung jawab pribadi orang tersebut.

Menyadari akan adanya hukum karma membuat seseorang menjadi lebih berhati-hati dalam berperilaku baik melalui pikiran, ucapan, maupun perbuatan. Hal tersebut pula yang dipraktikkan oleh informan A4 dalam menjalankan kegiatan usahanya.

“Kalau saya sama agama itu bukan yang bisa mendalami banget, begitu. Tapi setidaknya ada dua ajaran agama yang benar-benar saya dalam, satu hukum karma, yang kedua itu cinta kasih. Jadi yang saya pakai sehari-hari itu.” (Informan A4, 28 Juli 2022)

Informan A4 kemudian menambahkan pernyataan sebagai berikut:

“Jelas, karena dua itu (hukum karma dan cinta kasih) yang sangat memengaruhi dalam saya berjualan. Kalau kita tau hukum karma, sebab musabab, baik buruk itu jadi kita tidak berani menipu pembeli, agama Buddha kan seperti itu. Apalagi saya jualan peralatan untuk upacara kematian, itu kan harus bersih, kita menjual barang-barang seperti itu harus benar-benar bersih dan terang, tidak boleh aneh-aneh.” (Informan A4, 28 Juli 2022)

Pengetahuan yang disertai kesadaran akan mampu membuat seseorang berjalan di jalan yang tepat. Begitu pula dengan informan A4 yang dalam menjalankan usahanya dengan bersih dengan tidak melakukan perbuatan yang tidak baik dan bisa membawa kerugian untuk orang lain. Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh informan A4, hal serupa juga disampaikan oleh informan A1 sebagai berikut:

“...Dan segala hal yang datang kepada kita, itu akibat dari karma kita sendiri. Jadi kita tidak bisa menyesali atau menyalahkan orang lain, ya sudah. Memang itu hasil dari perbuatan kita sendiri dan itu buah akibat kita. Mungkin kita kurang hati-hati, mungkin kita kurang pandai mengatur sistem perdagangan kita. Itu semua kesalahan kita, jadi mungkin itu yang harus kita lakukan, sehingga kita tidak menjadi sedih berlarut-larut.” (Informan A1, 26 Juni 2022)

Segala hal yang terjadi pada diri setiap orang merupakan hasil dari perbuatannya sendiri, baik di kehidupan yang lampau maupun di kehidupan saat ini. Layaknya sebuah pohon yang memiliki buah, cara karma menyerupai hal tersebut. Karma dari perbuatan yang dilakukan bisa saja matang dan berbuah pada kehidupan saat ini, namun karma bisa juga berbuah di kehidupan lain. Cara kerja karma memang demikian adanya. Manusia tidak mempunyai kuasa untuk mengetahui kapan karma dari perbuatan yang dilakukan akan berbuah. Namun dengan memahami konsep hukum sebab akibat ini, setidaknya manusia senantiasa selalu berusaha berbuat baik kepada orang lain dan lingkungan sekitar. Memahami hukum karma berarti seseorang memahami bahwa segala perbuatan baik akan menghasilkan hal baik untuk dirinya sendiri, begitu pula sebaliknya.

Anicca (Ketidakkekalan)

Ajaran Buddha menjelaskan bahwa semua keberadaan yang terkondisi terkena oleh ciri keberadaan. Ciri keberadaan merupakan kebenaran alam semesta yang dihubungkan dengan seluruh kehidupan meskipun berbeda ruang dan juga waktu (Vijjananda, 2021). Dalam ajaran agama Buddha, dikenal 3 (tiga) ciri keberadaan yang meliputi *anicca* (tidak tetap/berubah), *dukkha* (tidak memuaskan/membawa derita), dan *anatta* (tanpa inti diri). *Anicca* sebagai salah satu dari 3 (tiga) corak kehidupan yang di ajarkan oleh Sang Buddha, merupakan penggambaran fenomena dari sudut pandang waktu (Vijjananda, 2021). *Anicca* mengandung arti bahwa segala sesuatu yang terbentuk di dunia ini pasti mengalami perubahan dan pada saat tiba waktunya akan lenyap. Nilai tersebut kemudian menjadi salah satu pedoman hidup umat Buddha yang meyakini bahwa segala sesuatu yang terjadi pada kehidupan manusia bersifat sementara dan pasti berlalu. Dengan menerapkan nilai tersebut, seseorang menjadi sadar bahwa susah dan senang, untung ataupun rugi, hal tersebut merupakan suatu proses perputaran roda kehidupan. Begitu pula dalam proses bisnis yang dijalani oleh informan, tidak dapat terhindar dari fenomena-fenomena tersebut. Namun dengan berbekal pengetahuan dan praktik Dhamma (ajaran Buddha) yang telah di jalankan, hal-hal yang terjadi tidak sesuai dengan rencana dapat di terima dan atasi. Hal tersebut disampaikan oleh informan A1 sebagai berikut:

“Karna kita mengetahui tentang hukum anicca dimana pasang surut itu hal yang biasa terjadi, dan kita juga belajar dari bisnis ini. Orang ketika menjalankan suatu bisnis harus menyiapkan mental. Bisnis tidak harus untung, kadang kita akan rugi dan kita harus siap untuk rugi itu. Kalau kamu hanya siap untuk untung itu gampang, tapi kamu juga harus siap untuk rugi. Dan bisnis juga ada masalah, seperti dalam hidup yang pasti punya masalah juga.” (Informan A1, 26 Juni 2022)

Informan A1 menyampaikan bahwa dalam proses penentuan harga jual produknya, kadang harus rugi karena beberapa faktor. Salah satu faktor yang menyebabkan kerugian adalah penurunan kualitas barang dalam penyimpanan. Hal tersebut mengharuskan pelaku usaha menyesuaikan harga jual dengan kondisi produk yang ada agar barang tersebut tetap bisa terjual tanpa merugikan salah satu ataupun dua pihak. Tapi hal tersebut tetap bisa diterima karena informan A1 menyadari adanya hukum *anicca*, bahwa segala sesuatu tidak kekal dan pasti mengalami perubahan. Dengan memahami sifat kehidupan tersebut, seseorang tidak akan terlarut dalam kesedihan akibat kerugian dalam proses bisnisnya. Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh informan A1, informan A2 juga menyampaikan:

“Kalau sedih dan susah itu biasa, tapi kita tidak boleh berlarut-larut dalam kesedihan. Sedih sebentar, setelah itu lupa. Lagipula semua unsur kehidupan ini memiliki sifat anicca. Semua yang terjadi pada diri kita merupakan karma kita sendiri. Jadi kalau kita mengalami itu (masalah), paling kita bicara sama diri sendiri bahwa segala hal di dunia ini tidak ada yang kekal. Dan segala hal yang datang kepada kita ini, itu akibat dari karma kita sendiri. Jadi kita tidak bisa menyesali atau menyalahkan orang lain. Memang itu hasil dari perbuatan kita sendiri dan itu buah akibat kita. Mungkin kita kurang hati-hati, mungkin kita kurang pandai mengatur sistem perdagangan kita. Itu semua kesalahan kita, jadi itu yang harus kita lakukan, sehingga kita tidak menjadi sedih berlarut-larut.” (Informan A2, 26 Juni 2022)

Dalam proses pengambilan keputusan penentuan harga jual, tidak jarang seorang pelaku usaha harus menghadapi risiko, seperti kenaikan harga bahan baku, pencurian di toko, dll. Oleh karena itu, pada proses pengambilan keputusan seseorang harus memilih satu

dari beberapa alternatif yang ada, sehingga harus ada beberapa hal yang dikorbankan. Dalam hal ini, kebijaksanaan seseorang diperlukan guna mengambil keputusan yang terbaik dan minim resiko. Hal tersebut juga dialami oleh informan A4 sebagai berikut:

“Misalnya anaknya mau masuk sekolah, belum punya uang mau beli seragam, minta utang dulu. Janjinya sebulan dua bulan tapi sampai setahun tidak bayar, itu sering terjadi.” (Informan A4, 28 Juli 2022)

Hasil wawancara bersama informan A4 tersebut menunjukkan bahwa risiko tidak pernah bisa dihindari, namun hanya bisa di minimalisir serta dihadapi dan dicari jalan keluarnya. Hal ini juga disampaikan oleh informan A4 sebagai berikut:

“Iya pasti tingkat kesadarannya harus diperbanyak. Kalau misalnya kita mau jengkel (kesal) terus juga repot sendiri mbak. Tapi saya percaya saja, ada sebagian orang yang susah bayar, tapi nanti kalau kita sudah ikhlas, kita malah dapat rejeki yang lain. Kadang-kadang jualan kita malah jadi laku banyak atau orang yang punya utang lainnya tiba-tiba nyaur (membayar utang), begitu kalau kita sabar. Kesadaran diri memengaruhi, apalagi kita umat Buddha lebih banyak diajari untuk itu. Maksudnya tidak perlu terlalu membenci.” (Informan A4, 28 Juli 2022)

Memahami konsep *anicca* mampu meningkatkan kesadaran bahwa segala sesuatu yang ada di alam semesta tidaklah kekal. Dengan begitu, maka rasa sedih ataupun kecewa tidak akan terjadi secara berlarut-larut. Sabar dengan kesedihan yang sedang terjadi dan percaya bahwa hal tersebut pasti akan berlalu. Begitu pula dengan kebahagiaan. Tidak ada rasa bahagia yang abadi, semuanya pasti akan berakhir dan silih berganti dengan rasa sedih. Dengan memahami kenyataan tersebut, maka informan A4 dapat mengontrol diri dalam menghadapi setiap risiko yang terjadi dalam kegiatan bisnis yang di jalankan.

Praktik Pengembangan Diri

Praktik pengembangan diri dalam agama Buddha meliputi puja bakti, meditasi, dan mendengarkan *Dhammadesana* (ceramah Dhamma/ajaran Buddha). Meditasi telah dipraktikkan Pangeran Siddhartha hingga mencapai ke-*Buddha*-an (nibbana) yang hingga sekarang menjadi landasan umat Buddha untuk melatih pengembangan batin. Praktik meditasi biasanya dilakukan setelah melantunkan doa-doa dalam kegiatan puja bakti, namun tidak sedikit umat Buddha yang menjalankan praktik meditasi tanpa melantunkan doa-doa atau kegiatan puja bakti terlebih dahulu. Selain meditasi, dalam kegiatan puja bakti biasanya juga terdapat *Dhammadesana/Annusasana* (ceramah Dhamma/ceramah singkat) yang disampaikan oleh Bhikkhu/Bhikkhuni maupun Romo/Ramani.

Meditasi adalah proses pemusatan pikiran yang dilakukan dengan cara duduk bersila, berjalan, ataupun dengan berbaring (tidak terlelap). Terdapat beberapa objek yang biasa dilakukan oleh umat Buddha dalam praktik meditasi, salah satunya yaitu pemusatan pada keluar masuknya pernafasan (*annapanasati*). Meditasi merupakan kegiatan memusatkan pikiran pada suatu objek. Untuk dapat memusatkan pikiran pada objek-objek yang baik dalam meditasi, seseorang harus memiliki kemurnian hati dan sifat bajik. Kedua hal tersebut bisa dilatih melalui kegiatan puja bakti dan juga mendengarkan *Dhammadesana*. Puja bakti merupakan kegiatan melafalkan doa (*paritta* atau *mantra*) yang merupakan ajaran agama Buddha. Melaksanakan puja bakti akan membantu mengingat ajaran Buddha, selain itu juga memberikan efek menenangkan, baik bagi orang yang melafalkan maupun orang lain yang mendengarkan. Melaksanakan puja bakti dengan niat dan penuh khidmat akan memunculkan ketenangan sehingga bisa lebih mudah untuk berkonsentrasi dan melakukan meditasi. Dan begitu pula sebaliknya, ketika telah melakukan meditasi dengan baik dan benar maka ketenangan akan hadir saat pembacaan *paritta* atau mantra setelah meditasi. Sehingga, baik

puja bakti, meditasi maupun mendengarkan Dhammadesana merupakan suatu praktik pengembangan batin yang saling berhubungan satu sama lain. Hal tersebut disampaikan oleh informan A2 sebagai berikut:

“...Kamu harus mengembangkan sila dan mengembangkan batin untuk mencapai kebijaksanaan. Bisa melihat segala sesuatu di dunia ini secara apa adanya. Dengan begitu kamu bisa terbebas dari segala goncangan. Kalau tidak (mengembangkan sila dan mengembangkan batin) pasti tergoncang.” (Informan A2, 26 Juni 2022)

Dalam puja bakti, salah satu *paritta* yang sering dibacakan adalah *paritta pancasila* Buddhis. Seperti yang sudah disampaikan di atas, *pancasila* Buddhis berisi nilai-nilai moral yang menjadi landasan kehidupan umat Buddha. Mengembangkan sila berarti umat Buddha mampu melafalkan, memahami dan juga mempraktikkan *pancasila* Buddhis dalam kehidupannya. Namun untuk mencapai kebijaksanaan, tidak cukup dengan menjalankan sila saja. Umat Buddha juga perlu mengembangkan batin melalui praktik meditasi. Oleh sebab itu dikatakan bahwa puja bakti dan praktik meditasi saling berkaitan satu sama lain.

Praktik meditasi dan juga puja bakti bermanfaat untuk memperoleh ketenangan, salah satunya dalam proses pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan selalu menyimpan risiko yang mungkin timbul. Untuk menghadapi dan mengatasi risiko tersebut, diperlukan pikiran yang tenang sehingga dapat meminimalisir kesalahan dalam mengambil langkah. Peran meditasi dalam proses menghadapi risiko bisnis dituturkan oleh informan A2 sebagai berikut:

“Yang paling penting adalah kita harus membina diri, harus mengembangkan batin, harus latihan, terutama yang bisa membuat kita mempunyai mental yang kebal terhadap perubahan. Kalau kamu sebagai umat Buddha tidak pernah bermeditasi pasti kekebalan mentalmu tipis. Saat menghadapi peristiwa yang seperti itu kamu akan menderita lebih lama, tidak bisa cepet mentas (bangkit), tidak bisa cepet mengatasi. Kalau kegiatan-kegiatan di vihara saja tidak cukup. Dibutuhkan daya upaya yang lebih, yaitu kamu harus mempersiapkan mentalmu supaya tetap kuat dalam menghadapi itu, bisa menembus mengatasi perubahan itu. Meditasi syaratnya. Jadi dengan puja bakti tidak cukup, harus bermeditasi dan melatih batin. Bukankah inti dari ajaran Buddha adalah meditasi? Bukankah Sang Buddha mencapai pencerahan dengan meditasi?” (Informan A2, 26 Juni 2022)

Informan A2 menyampaikan bahwa salah satu hal yang penting ketika menghadapi risiko adalah pembinaan diri dan pengembangan batin. Hal tersebut dapat dilakukan melalui puja bakti dan praktik meditasi. Latihan yang dilakukan secara rutin dan konsisten dapat membuat seseorang memiliki mental yang baik ketika menghadapi perubahan dan risiko.

Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh informan A2, informan A1 juga menuturkan manfaat meditasi seperti berikut:

“Seperti meditasi, saya lebih suka meditasi. Karena meditasi membangun pikiran kita, kesadaran kita untuk lebih kuat. Tanpa meditasi mungkin hidup kosong tidak ada apa-apa.” (Informan A1, 26 Juni 2022)

Informan A1 juga menyampaikan bahwa meditasi dapat membangun pikiran dan meningkatkan kesadaran. Informan A1 menambahkan pernyataan sebagai berikut:

“Dengan meditasi kita mengolah batin kita sehingga bisa menghadapi sesuatu dengan baik, segala masalah kan kembali ke pikiran. Kita harus bisa juga menghadapi pikiran kita ini yang seperti monyet, liar. Sebetulnya hidup itu hanya seperti itu, pikiran berubah, suka duka datang

dan pergi. Soalnya kalau saya tidak bermeditasi, menghadapi gelombang kehidupan ini, kita akan jatuh. Jatuh tidak bisa bangun. Jatuh bangun itu biasa, yang penting bisa tau caranya untuk bangun. Cara bangun itu yang penting. Kita agama Buddha itu kita belajar untuk ini, supaya menghadapi pikiran kita. Kalau saya ngomong ya kuncinya di meditasi. Karena semuanya bersumber pada pikiran.” (Informan A1, 26 Juni 2022)

Meditasi sebagai sarana untuk mengolah pikiran menjadi hal yang penting bagi informan A1. Pikiran yang terkendali membuat manusia menjadi lebih mudah mengontrol diri dalam menghadapi gelombang hidup. Informan A1 menyampaikan bahwa segala tindakan bersumber pada pikiran, hal tersebut dijelaskan pula dalam suatu syair Dhammapada sebagai berikut (Dhammadhiro, 2005):

*“Manupubbangamma dhamma, Manosettha manomaya
Manasa ce padutthena, Bhasati va karoti va
Tato nam dukkham anveti, Cakkam va vahato padam”*

Yang memiliki pengertian bahwa pikiran merupakan pencetus dari segala sesuatu yang kita lakukan, dan bertindak seperti pemimpin. Pikiran adalah sesuatu yang membentuk kita untuk bisa melakukan perbuatan baik maupun perbuatan buruk. Jika seseorang berkata ataupun bertindak dengan pikiran yang tidak baik, maka penderitaan akan mengikutinya seperti roda pedati yang mengikuti langkah kaki lembu yang menariknya. Pikiran hendaknya selalu dilatih agar bisa berfikir dengan baik ketika mengambil keputusan maupun ketika menghadapi risiko bisnis yang terjadi. Pikiran yang sangat liar dan mudah berubah perlu dilatih melalui praktik meditasi. Rutin melaksanakan meditasi dengan penuh niat baik juga dapat menumbuhkan kebijaksanaan dalam diri. Kebijaksanaan ini yang mampu membuat seseorang lebih baik dan bisa meminimalisir risiko dalam pengambilan keputusan bisnis.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti proses penentuan harga jual yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan menggunakan perspektif spiritualitas buddhis. Penelitian yang dilakukan terhadap pelaku usaha yang beragama Buddha dan atau mendalami ajaran agama Buddha ini bertujuan untuk menggali nilai-nilai ajaran Buddha yang berperan dalam proses penentuan harga jual. Hasil dari penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga aspek, yaitu *sila* (moralitas), *metta* (cinta kasih), dan dimensi lain dalam penentuan harga jual.

Sila sebagai ajaran moral yang paling mendasar bagi umat Buddha memiliki peran yang signifikan dalam proses penentuan harga jual oleh pelaku usaha. *Pancasila* buddhis yang terdiri dari lima aturan moral meliputi tidak membunuh, tidak mencuri, tidak berbuat asusila, tidak berbohong dan tidak mabuk-mabukkan ini menjadi salah satu nilai yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari oleh umat Buddha. Nilai kejujuran yang ada dalam sila ketiga sangat dijunjung tinggi dalam proses penentuan harga jual oleh seluruh informan sebagai pelaku usaha. Kejujuran dalam penyampaian informasi produk atau jasa, dan kejujuran dalam penentuan harga jual mampu memperpanjang umur usaha dan menjalin kerjasama yang baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan.

Nilai kedua yang juga berperan dalam penentuan harga jual oleh informan yaitu *metta* (cinta kasih). Kegiatan usaha yang dilakukan oleh informan tidak semata-mata untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Perasaan saling mengasihi dan menyayangi terhadap sesama manusia menjadi salah satu faktor penting dalam penentuan harga jual. Sesuai dengan salah satu tujuan dalam penentuan harga jual yaitu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, maka demikianlah nilai cinta kasih berperan

dalam hal ini. Namun tidak hanya dengan pelanggan, nilai cinta kasih ini juga dipancarkan kepada sesama pelaku usaha bahkan kepada sesama manusia. Hal ini juga terwujud dalam kegiatan berdana atau bersedekah.

Selain dua nilai tersebut, terdapat nilai lain yang juga berperan dalam proses penentuan harga jual. Hal tersebut disampaikan dalam bagian dimensi lain dalam penentuan harga jual yang meliputi *anicca*, hukum karma, dan praktik pengembangan diri. Meskipun nilai-nilai ini tidak memengaruhi proses penentuan harga jual secara langsung, namun nilai-nilai ini berperan dalam kegiatan yang dijalankan oleh informan sebagai pelaku usaha. Dalam agama Buddha, nilai-nilai yang diajarkan oleh guru agung Sang Buddha tidak bisa berdiri sendiri, namun saling bergantung satu sama lain. Untuk bisa mengembangkan cinta kasih, moralitas, dan juga mencapai kebijaksanaan maka perlu melatih diri melalui meditasi, puja bakti, dan pemahaman akan ajaran Buddha yang bisa didapatkan dengan mengikuti kegiatan ceramah Dhamma dan juga kelas Dhamma.

REFERENSI

- Amaliah, T. H. (2016, Agustus). Nilai-Nilai Budaya Tri Hita Karana dalam Penetapan Harga Jual. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 7, 156-323. doi:10.18202/jamal.2016.08.7016
- Amaliah, T. H., & Sugianto. (2018, April). Konsep Harga Jual Betawian dalam Bingkai Si Pitung. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9, 20-37. doi:10.18202/jamal.2018.04.9002
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. (E. D. Lestari, Ed.) Sukabumi: CV Jejak.
- Asadhananda. (n.d.). *Metta*. (Suryananda, Ed.) Yayasan Penerbit Karaniya.
- Daljono. (2011). *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian* (3 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Dhammadhiro. (2005). *Pustaka Dhammapada Pali-Indonesia*. (D. Mahathera, Trans.) Jakarta: Sangha Theravada Indonesia.
- Dhammananda, S. (2022). *What Buddhist Believe*. (H. Vijjananda, Ed., & I. Kurniati, Trans.) Ehipassiko Foundation. doi:978-602-8194-75-4
- Efendi, A., & Amin, M. A. (2020, Agustus). Konsep Penentuan Harga Jual Pada Pasar Tradisional dalam Bingkai Pemahaman Manunggaling Kawula lan Gusti. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*.
- Efferin, S., & Hutomo, C. C. (2021). Spirituality, Happiness and Auditor's Commitment: an Interbeing Perspective. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 34, 701-730. doi:10.1108/AAAJ-01-2020-4385
- Fisher, J. W. (2010). Development and Application of a Spiritual Well-Being Questionnaire Called SHALOM. *Religions*, 1, 105-121.
- Fisher, J., & Ng, D. (2017). Presenting a 4-Item Spiritual Well-Being Index (4-ISWBI). *Religions*, 8, 179. doi:10.3390/rel8090179
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2012). *Managerial Accounting* (8 ed., Vol. 1). (L. Alafiah, Ed., & D. A. Kwary, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.

- Hermawan, H., & Candra, A. (2019, Juli). Ekonomi Buddhis Kehidupan Bahagia Tinjauan Angutara Nikaya IV, 285. *Jurnal Dhammavicaya, III*, 1-6.
- Hidayat, S., & Triyuwono, I. (2019, April). Praktik Penentuan Harga Jual Berbasis Meuramin. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 10*, 42-62. doi:10.18202/jamal.2016.12.7024
- Ibneatheer, M. R., Rostan, P., & Rostan, A. (2021, Februari). Internal Processes in Decision-Making (Mental, Emotional, Cultural, Ethical and Spiritual) of Afghan Business Leaders. *PSU Research Review*. doi:10.1108/PRR-10-2020-0037
- Jalil, A. (2013). *Spiritual Enterpreunership: Transformasi Spiritualitas Kewirausahaan*. (S. Hanafi, Ed.) Yogyakarta: LKiS. Retrieved April 2022
- Modul Level Dasar Akuntansi Biaya dan Manajemen* (I ed.). (2019). Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Moleong, L. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurtjahjanti, H. (n.d.). Spiritualitas kerja sebagai Ekspresi Keinginan Diri Karyawan untuk Mencari Makna dan Tujuan Hidup dalam Organisasi.
- Pancasila*. (2017, September 9). Retrieved Juli 27, 2022, from Sariputta: <https://www.sariputta.com/artikel/ajaran-dasar/konten/pancasila/56>
- Paritta Suci Chanting Pagi dan Sore*. (2020). Bandung: Vipassana Graha.
- Phipps, K. A., & Shelton, C. (2020). A "North Star:" Spirituality and Decision-Making among Strategic Leaders. *Manajemen Decision*. doi:10.1108/MD-05-2020-0632
- Prasetyo, W. (2021, Juni). Mysticism of Selling Price Hamemayu Hayuning Urip Bebrayan (Kejawen Ethno-Economic Approach). *Journal of Accounting and Strategic Finance, 4*, 31-53. doi:10.33005/jasf.v4i1.125
- Ramdhani, D., Merida, Hendrani, A., & Suheri. (2020). *Akuntansi Biaya (Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur)*. Yogyakarta: CV Markumi.
- Rashid, S., & Ratten, V. (2021, Juni). Spirituality and Entrepreneurship: Integration of Spiritual Beliefs in an Entrepreneurial Journey. *Journal of Enterprising*. doi:10.1108/JEC-12-2020-0199
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Organizational Behavior* (16 ed.). (R. Saraswati, & F. Sirait, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business* (6 ed.). (K. M. Yon, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.
- Sikkhananda, U. (2015). *Meditasi Hal Termulia untuk Dilakukan*. Retrieved April 2022
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sutta Pitaka. (n.d.). Retrieved April 20, 2022, from Sariputta:
<https://www.sariputta.com/sutta-pitaka/4356-byagghapajja-dghaju/indonesia>

Thalib, M. A., Rahman, S., Abdullah, M., & Gobel, Y. P. (2021, Februari). Akuntansi Potali: Membangun Praktik Akuntansi Penjualan di Pasar Tradisional (Studi Etnomologi Islam). *Jurnal Akuntansi Aktual*, 8, 25-38. doi:10.17977/um004v8i12021p25

Tumanggor, R. O. (2019, April). Analisa Konseptual Model Spiritual Well-Being menurut Ellison dan Fisher. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 3, 43-53.

Vijjananda, H. (2021). *Inilah Ajaran Buddha*. Ehipasssiko Foundation.

Widya, D. K. (2004). *Menjadi Umat Buddha* (1 ed.). (B. Indaratano, & R. S. Widya, Eds.) Jakarta: Issara.