

# Analisis Keterkaitan Nilai – Nilai Spiritual Kristiani para Pedagang Tradisional terhadap Penentuan Harga Jual (Studi Pada Pasar Rakyat Waiwerang Kecamatan Adonara Timur Kabupaten Flores Timur)

Stelamaris Deran Ola<sup>1\*</sup>, Yohanes Demu<sup>2</sup>, Fransina W. Ballo<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Universitas Nusa Cendana, Indonesia

[stelamarislewolya@gmail.com](mailto:stelamarislewolya@gmail.com)<sup>1</sup>, [yohanes.demu@staf.undana.ac.id](mailto:yohanes.demu@staf.undana.ac.id)<sup>2</sup>, [fransinaballo@staf.undana.ac.id](mailto:fransinaballo@staf.undana.ac.id)<sup>3</sup>

Korespondensi penulis : [stelamarislewolya@gmail.com](mailto:stelamarislewolya@gmail.com)\*

**Abstract.** *This study aims to analyze the relationship between Christian spiritual values and the practice of setting selling prices by traditional traders in Waiwerang People's Market, East Adonara Sub-District, East Flores Regency. Spiritual values such as brotherhood, honesty and gratitude are the main focus in understanding how the traders set prices and carry out their economic activities. This research used a qualitative approach with data collection methods through in-depth interviews with a number of traders and buyers. The results show that traders in Waiwerang Market apply two pricing techniques, namely cost-based pricing and based on their Christian spiritual values. The cost-based technique is carried out by calculating the initial capital, transportation costs, and reasonable profit, while still considering the buyer's condition. Meanwhile, value-based techniques reflect the influence of Christian values in buying and selling practices, such as giving discounts to repeat buyers, adding goods to buyers in need, or being honest in conveying product quality. Economic activities in this market not only reflect commercial transactions, but also contain a deep spiritual dimension, where faith in God and love for others become the main basis for economic decision-making.*

**Keywords:** *Christian Values, Brotherhood, Honesty, Gratitude, Sales Pricing*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antara nilai-nilai spiritual Kristiani dengan praktik penentuan harga jual oleh pedagang tradisional di Pasar Rakyat Waiwerang, Kecamatan Adonara Timur, Kabupaten Flores Timur. Nilai-nilai spiritual seperti persaudaraan, kejujuran, dan rasa syukur menjadi fokus utama dalam memahami cara para pedagang menetapkan harga dan menjalankan aktivitas ekonomi mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap sejumlah pedagang dan pembeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Waiwerang menerapkan dua teknik penetapan harga, yaitu berbasis biaya (*cost based pricing*) dan berdasarkan nilai-nilai spiritual kristiani yang mereka anut. Teknik berbasis biaya dilakukan dengan menghitung modal awal, biaya angkut atau biaya transportasi, dan keuntungan wajar, namun tetap mempertimbangkan kondisi pembeli. Sementara itu, teknik berbasis nilai mencerminkan pengaruh nilai-nilai Kristiani dalam praktik jual beli, seperti memberi potongan harga kepada pembeli langganan, menambahkan barang kepada pembeli yang membutuhkan, atau bersikap jujur dalam menyampaikan kualitas produk. Aktivitas ekonomi di pasar ini tidak hanya mencerminkan transaksi komersial, tetapi juga mengandung dimensi spiritual yang mendalam, dimana iman kepada Tuhan dan kasih kepada sesama menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan ekonomi.

**Kata Kunci:** Nilai-Nilai Kristiani, Persaudaraan, Kejujuran, Rasa Syukur, Penetapan Harga Jual

## 1. LATAR BELAKANG

Akuntansi merupakan bahasa bisnis yang menghasilkan data untuk mendukung pengambilan keputusan dalam berbagai sektor, termasuk individu, pemerintah, dan UMKM (Galih et al., 2022). Namun, di Indonesia, praktik akuntansi tidak selalu terikat pada nilai kapitalistik, melainkan juga dipengaruhi oleh adat, budaya, dan aspek sosial yang menyentuh emosi dan jiwa (Arif, Muhammad, 2020). Pasar tradisional saat ini menghadapi tantangan signifikan akibat modernisasi dan meningkatnya persaingan dengan pasar modern, yang berdampak pada menurunnya aktivitas ekonomi masyarakat di pasar tersebut (Dara & Dian,

2024). Fenomena ini menuntut strategi pengembangan yang komprehensif untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan pasar tradisional. Selain berfungsi sebagai pusat transaksi ekonomi, pasar tradisional juga memiliki peran sosial, budaya, dan pariwisata yang penting. Dengan demikian, revitalisasi pasar tradisional merupakan bagian integral dari kebijakan pemerintah dalam mewujudkan pemerataan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kurangnya pengetahuan bisnis dan akuntansi menjadi tantangan bagi pedagang kecil, padahal akuntansi penting untuk mencatat pendapatan dan pengeluaran guna memahami biaya dan mendukung pengambilan keputusan (Iskandar, 2022). Informasi akuntansi membantu pelaku usaha kecil dalam menentukan harga dan mengembangkan pasar (Sri & Ruci, 2023). Selain itu, praktik bisnis juga perlu didasarkan pada etika dan standar moral, karena tanpa prinsip hidup yang kuat, pelaku usaha dapat bertindak semaunya. Nilai budaya, norma, dan karakter yang diwariskan turut membentuk pola pikir dan perilaku dalam aktivitas berdagang (Budianto et al., 2023).

Penetapan harga konvensional dalam akuntansi umumnya berorientasi pada pemulihan biaya dan pencapaian laba, berlandaskan paradigma kapitalisme yang menekankan nilai-nilai materiil dan egoistik (Arif & Muhammad, 2020). Namun, di tengah persaingan ketat, seperti yang terjadi di Pasar Rakyat Waiwerang, pedagang menghadapi tantangan dalam mempertahankan omzet akibat hadirnya pasar modern dan perubahan perilaku konsumen (Manek, 2016). Persaingan ini juga menyebabkan pergeseran nilai, di mana spiritualitas dan kekeluargaan mulai tergantikan oleh sikap individualistis. Meski demikian, nilai-nilai spiritual tetap penting dalam membentuk perilaku pedagang, sebagai pedoman moral, estetika, dan keagamaan dalam praktik ekonomi masyarakat.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Konsep Penentuan Harga Jual**

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, satu-satunya elemen dalam marketing mix yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lainnya melambangkan biaya. Harga juga merupakan salah satu elemen marketing mix yang fleksibel. Salah satu masalah yang sering timbul adalah perusahaan terlalu cepat menurunkan harga untuk mendapatkan penjualan dari pada meyakinkan pembeli bahwa produknya yang bernilai layak dengan harga tinggi (Sudiyono, 2018, hal. 21). Kesepakatan harga dan kuantitas barang antara pembeli dan penjual di pasar disebut dengan keseimbangan pasar atau *market equilibrium*. Untuk kesepakatan harga disebut dengan harga keseimbangan (*the price of equilibrium*), sementara kesepakatan kuantitas barang disebut dengan kuantitas keseimbangan (*the quantity*

*of equilibrium*). (Sarwoko, 2022, hal. 21-22). Penetapan harga berdasarkan nilai (*value-based pricing*) menggunakan persepsi nilai dari pembeli, bukan dari biaya penjual, sebagai kunci penetapan harga. Penetapan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*) melibatkan penetapan harga berdasarkan biaya produksi, distribusi dan penjualan produk beserta tingkat pengembalian yang wajar bagi usaha dan risiko. Pertimbangan internal dan eksternal yang mempengaruhi keputusan harga.

### **Pasar Tradisional dan Pasar Modern**

Definisi pasar menurut peraturan menteri dalam negeri nomor 42 adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, sarana interaksi sosial dan budaya serta pengembangan ekonomi masyarakat. Dalam perkembangannya pasar terbagi menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional adalah pasar yang didirikan dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat atau dengan nama lain yang sejenis yang dimiliki dan dikelola oleh pedagang kecil dan menengah dengan usaha skala kecil dan modal kecil dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar sedangkan Pasar modern, adalah pasar yang dikelola secara profesional dengan sistem pelayanan mandiri (Permendagri, 2007).

### **Pedagang Pasar Tradisional**

Perdagangan adalah salah satu jenis bisnis, dan bisnis sering kali didefinisikan sebagai organisasi ekonomi yang mengejar tujuan sosial dan ekonomi. Siapapun yang membeli dan menjual adalah pedagang (Nasution, 2022). Secara sederhana dapat dikatakan pasar tradisional adalah kumpulan pedagang dan pembeli yang saling bernegosiasi. Para pedagang dan pembeli saling bernegosiasi untuk mencapai harga di pasar dengan sistem barter atau sistem pembayaran tunai yang berlaku selama beberapa hari.

### **Nilai-Nilai Spiritual Pedagang Tradisional**

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kata spiritual berarti berhubungan dengan atau bersifat kejiwaan (rohani, batin). Kata spiritualitas berasal dari kata benda bahasa Latin “Spiritus” yang berarti nafas dan kata kerja “spirare” yang mempunyai arti bernafas. (Suraji., 2020, hal. 64).

Spiritualitas memiliki dua komponen yaitu vertikal dan horizontal. Komponen vertikal dalam spiritualitas adalah hasrat untuk melampaui ego atau self-esteem diri. Komponen vertikal ini bisa berkaitan dengan Tuhan, jiwa, alam semesta, kekuatan tertinggi atau sesuatu

lainnya. Komponen vertikal lebih kepada perwujudan sesuatu yang tidak dapat dilihat. Sedangkan, komponen horizontal dalam spiritualitas adalah hasrat untuk melayani orang lain dan bumi Zohar & Marshall dalam Suraji, (2020, hal. 65-66).

### **Nilai Spiritual Kristiani Pedagang Tradisional**

Nilai spiritual merujuk pada prinsip-prinsip dan keyakinan yang mendasari perilaku individu dalam konteks hubungan mereka dengan Tuhan, diri sendiri, dan orang lain, mencakup aspek moral, etika, dan kepercayaan yang membentuk interaksi pedagang pasar dengan lingkungan sosial dan ekonomi. Karakteristik nilai spiritual ini meliputi hubungan dengan Tuhan, di mana pedagang sering melakukan ritual keagamaan sebelum memulai aktivitas perdagangan sebagai ungkapan rasa syukur dan harapan untuk keberhasilan. Selain itu, nilai spiritual juga berkaitan dengan prinsip moral dan etika yang membimbing pedagang dalam pengambilan keputusan, sehingga mereka cenderung lebih jujur dan adil dalam bertransaksi. (Amaliah & Mattoasi, 2020). Penelitian ini mengacu pada nilai-nilai spiritual kristiani pada pedagang pasar tradisional, seperti persaudaraan, kejujuran, dan rasa syukur.

- Nilai Persaudaraan

Yohanes 4:20-21, yang menyatakan, "Jika seseorang berkata: 'Aku mengasihi Allah,' tetapi ia membenci saudaranya, ia adalah pendusta. Sebab, barangsiapa tidak mengasihi saudaranya, yang dilihatnya, tidak mungkin mengasihi Allah, yang tidak dilihatnya. Dan perintah ini kita terima dari Dia: Barangsiapa mengasihi Allah, ia juga harus mengasihi saudaranya". Kutipan ini menekankan bahwa hubungan yang baik dan penuh kasih antara individu sangat penting, termasuk dalam konteks bisnis. Dengan menerapkan nilai persaudaraan, pelaku bisnis dapat menciptakan lingkungan yang saling mendukung, di mana kejujuran dan keadilan menjadi landasan dalam setiap transaksi.

- Kejujuran

Nilai kejujuran dalam berdagang menekankan pentingnya integritas dan transparansi dalam transaksi bisnis. Konsep ini berakar pada keyakinan bahwa kejujuran tidak hanya membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan berkelanjutan. Selain itu, dalam konteks agama, banyak ajaran, termasuk dalam Alkitab, menekankan pentingnya kejujuran dalam berdagang, seperti dalam Amsal 11:1 yang menyatakan, "Timbangan yang seimbang dan neraca yang tepat adalah milik Tuhan; semua batu timbangan di dalam kantong

adalah pekerjaan-Nya." Ini menunjukkan bahwa kejujuran dan keadilan dalam transaksi adalah nilai-nilai yang sangat dihargai.

- Rasa syukur

Nilai rasa syukur dalam berdagang sangat penting karena mencerminkan sikap menghargai setiap berkat dan kesempatan yang diberikan Tuhan. Dalam alkitab, kita diajarkan untuk bersyukur dalam segala hal, seperti yang tertulis dalam 1 Tesalonika 5:18, "Bersyukurlah dalam segala hal, sebab itulah kehendak Allah." Rasa syukur ini dapat memperkuat hubungan kita dengan Tuhan dan meningkatkan integritas.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi pustaka. Sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan *Triangulasi Miles* dan Huberman dalam Sugiyono (2020) yaitu; *Data Collection* (Pengumpulan data), *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), Verifikasi (Penarikan Kesimpulan) serta menggunakan alat bantu *software* Nvivo. Penelitian dilakukan di Pasar Rakyat Waiwerang, Kecamatan Adonara Timur, Kabupaten Flores Timur. Fokus penelitian ini adalah menganalisis keterkaitan antara nilai-nilai spiritual Kristiani dengan proses penentuan harga jual oleh pedagang tradisional di Pasar Rakyat Waiwerang, Kecamatan Adonara Timur, Kabupaten Flores Timur. Dengan teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *snowbal sampling*. Informan dalam penelitian ini adalah individu yang benar-benar memahami dan menguasai permasalahan yang dikaji, serta terlibat secara langsung dalam permasalahan tersebut. Pemilihan informan dilakukan secara purposif dari berbagai jenis usaha yang ada di pasar, seperti pedagang sembako, pakaian, ikan, buah lokal, dan sayur.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

#### Nilai-nilai Spiritual Kristiani Pedagang Tradisional

Nilai spiritual dan kearifan lokal memiliki semangat yang sama karena keduanya menjadi pedoman moral dalam kehidupan. Dalam konteks berdagang di pasar tradisional, nilai-nilai ini penting karena mendorong praktik perdagangan yang etis, harmonis, dan berkelanjutan, serta berdampak positif bagi pedagang, pelanggan, lingkungan bisnis, dan masyarakat. Hal ini berdasarkan hasil analisis dari data transkrip wawancara menggunakan alat bantu *software* Nvivo 15 dengan menggunakan fitur *Word Frequency Query*, di peroleh

kumpulan kata yang sering muncul dalam data yang di sajikan pada gambar 1. Kata “spiritual” mendominasi percakapan informan dengan frekuensi 7,27 % diikuti oleh kata pedagang, pasar, berjualan, berdagang, sabar, dan sesama.



**Gambar 1.** *Word Frequency Query* ( Rumusan Masalah)

*Sumber : Data diolah,2025*

Kemunculan kata “spiritual” secara dominan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai keimanan dan hubungan dengan Tuhan menjadi inti dalam narasi para informan, terutama pedagang pasar tradisional. Spiritualitas yang mereka maksud bukan hanya dimaknai sebagai ritual keagamaan formal, tetapi menjadi landasan moral dan pedoman dalam menjalani aktivitas ekonomi mereka sehari-hari.

### **Nilai Persaudaraan**

Ikatan persaudaraan antara pedagang dan pembeli di pasar tradisional masih terjalin erat dan harmonis, sehingga membentuk keselarasan dalam pola pikir, perilaku, dan tindakan. Meskipun orientasi utama adalah memperoleh keuntungan, nilai-nilai kekeluargaan kerap memengaruhi praktik perdagangan, termasuk dalam penetapan harga yang tidak semata-mata didasarkan pada harga perolehan, tetapi juga mempertimbangkan status pembeli, sikap saat menawar, serta jumlah barang yang dibeli. Hal ini berdasarkan berdasarkan hasil analisis dari data transkrip wawancara menggunakan alat bantu *software* Nvivo 15 dengan menggunakan fitur *Word Frequency Query*, di peroleh kumpulan kata yang sering muncul dalam data yang disajikan pada gambar 2, kata “Persaudaraan” mendominasi percakapan informan dengan frekuensi 4,93 % diikuti oleh kata pasar, nilai, pedagang, berpengaruh, sesama.



**Gambar 2.** *Word Frequency Query* (Rumusan Masalah)

*Sumber : Data diolah, 2025*

Kemunculan kata “persaudaraan” secara konsisten dan dominan dalam wawancara mencerminkan bahwa hubungan sosial dan kedekatan emosional antara pedagang dan pembeli merupakan bagian penting dari aktivitas jual beli di Pasar Rakyat Waiwerang. Kata “persaudaraan” digunakan oleh informan untuk menjelaskan hubungan akrab antara pedagang dengan pembeli yang sudah sering berinteraksi dan rasa saling tolong-menolong antar pedagang di pasar.

### **Nilai Kejujuran**

Kejujuran dalam berdagang menjadi landasan utama dalam membangun kepercayaan antara penjual dan pembeli. Dengan menyampaikan informasi secara benar, tidak mengurangi timbangan, dan tidak mengambil keuntungan berlebihan, pedagang menunjukkan integritas dan tanggung jawab moral. Meski demikian, masih terdapat pedagang yang berlaku curang, sehingga menimbulkan keresahan dan membuat pembeli lebih selektif dalam bertransaksi. Hal ini berdasarkan hasil analisis dari data transkrip wawancara menggunakan alat bantu *software* Nvivo 15 dengan menggunakan fitur *Word Frequency Query*, di peroleh kumpulan kata yang muncul dalam data yang disajikan pada gambar 3. Kata “terbuka” mendominasi percakapan informan dengan frekuensi 6.00 % diikuti oleh kata berdagang dan Pasar.



**Gambar 3.** *Word Frequency Query* (Rumusan Masalah)

*Sumber : Data diolah, 2025*

Kata “terbuka” dalam konteks ini mengacu pada nilai kejujuran, yang menurut para pedagang sangat penting dalam menjalankan aktivitas jual beli. Para pedagang menekankan pentingnya bersikap jujur terkait harga, kualitas barang, dan penimbangan. Mereka percaya bahwa bersikap terbuka terhadap pembeli bukan hanya membangun kepercayaan, tapi juga mencerminkan iman kepada Tuhan. Namun demikian, dari sisi pembeli, masih ditemukan beberapa pedagang yang belum menerapkan nilai kejujuran secara konsisten. Misalnya : Ada pedagang yang menipu dalam timbangan, menyebabkan berat barang berkurang dan ada pula yang menyampaikan kualitas barang tidak sesuai kenyataan. Hal ini menunjukkan bahwa kejujuran di pasar belum merata, walau secara ideal sangat dijunjung tinggi.

### **Nilai Rasa Syukur**

Rasa syukur tercermin dalam sikap pedagang yang menerima hasil usahanya dengan lapang dada, baik besar maupun kecil. Berdasarkan wawancara dan observasi, pedagang di pasar senantiasa mengungkapkan rasa syukur setiap kali selesai berdagang, terlepas dari besar kecilnya pendapatan yang diperoleh. Hasil analisis dari data transkrip wawancara menggunakan alat bantu *software* Nvivo 15 dengan menggunakan fitur *Word Frequency Query*, di peroleh kumpulan kata yang sering muncul dalam data yang disajikan pada gambar 4. Kata “Syukuri” mendominasi percakapan informan dengan frekuensi 5,88 % di ikuti kata berikan, diri, hasilnya, rasa.



**Gambar 4.** *Word Frequency Query* (Rumusan Masalah)

*Sumber : Data diolah, 2025*

Kata “syukuri” secara konsisten diucapkan oleh para informan ketika mereka menyampaikan sikap mereka terhadap hasil dagang, baik saat memperoleh keuntungan maupun saat menghadapi kerugian. Mereka tidak mengeluh ataupun kecewa secara berlebihan, tetapi justru menegaskan bahwa apapun hasilnya tetap harus disyukuri. Sikap ini bukan sekadar etika dagang, melainkan merupakan nilai spiritual Kristiani yang diwujudkan secara nyata dalam kehidupan ekonomi, di mana setiap hasil diterima sebagai bentuk berkat dari Tuhan.

## Teknik Penentuan Harga Jual

Pedagang di Pasar Rakyat Waiwerang menetapkan harga jual berdasarkan pertimbangan praktis, seperti harga pasar, biaya transportasi, dan hasil negosiasi dengan pembeli. Sebagian besar tidak menghitung keuntungan secara matematis karena barang yang dijual merupakan hasil kebun sendiri. Fokus utama mereka adalah menutup biaya transportasi dan kebutuhan dasar. Tawar-menawar menjadi bagian penting dalam transaksi, sehingga pedagang biasanya menetapkan harga awal lebih tinggi dan, jika perlu, menambah jumlah barang sebagai strategi ketika harga tidak bisa diturunkan. Hal ini berdasarkan hasil analisis dari data transkrip wawancara menggunakan alat bantu *software* Nvivo 15 dengan menggunakan fitur *Word Frequency Query*, diperoleh kumpulan kata yang sering muncul dalam data yang disajikan pada gambar 5. Kata “Kesepakatan”, dan “Harga” sama – sama mendominasi percakapan informan dengan frekuensi 4,88 % diikuti kata biaya, untung dan pasar.



**Gambar 5.** *Word Frequency Query* (Rumusan Masalah)

*Sumber : Data diolah, 2025*

Kata “kesepakatan” muncul karena dalam realitas pasar, penentuan harga jual tidak berlangsung satu arah dari pedagang, melainkan melalui proses tawar-menawar yang menghasilkan harga akhir berdasarkan persetujuan kedua belah pihak. Artinya, harga tidak bersifat mutlak atau tetap, tetapi bisa dinegosiasikan, tergantung relasi sosial, kemampuan ekonomi pembeli, dan konteks transaksi. Dominannya kata “kesepakatan” dan “harga” dalam hasil analisis NVivo memperkuat bahwa proses penentuan harga jual oleh pedagang di Pasar Rakyat Waiwerang bersifat fleksibel, sosial, dan etis. Harga bukan semata hasil kalkulasi ekonomi, tetapi hasil komunikasi dan relasi antar manusia yang didasari nilai kasih, syukur, dan keadilan, sebagaimana diajarkan dalam spiritualitas Kristiani.

Penentuan harga jual di Pasar Rakyat Waiwerang tidak hanya dipengaruhi oleh sistem tawar-menawar, tetapi juga oleh hubungan sosial, terutama kekeluargaan. Pasar di sana tidak berdiri sendiri, melainkan menyatu dengan kehidupan sosial, di mana nilai kekeluargaan dan

solidaritas turut membentuk perilaku ekonomi. Transaksi di pasar tidak semata soal uang dan barang, tetapi juga mengandung makna sosial, di mana pedagang mempertimbangkan nilai-nilai sosial selain keuntungan finansial.



**Gambar 6.** Word Frequency Query (Rumusan Masalah)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis dari data transkrip wawancara menggunakan alat bantu *software* Nvivo 15 dengan menggunakan fitur *Word Frequency Query*, di peroleh kumpulan kata yang muncul dalam data yang disajikan pada gambar 6 diatas. Kata “Hubungan” mendominasi percakapan Informan dengan frekuensi 4.13 % diikuti oleh kata harga, keluarga dan pasar. Kata-kata ini memperlihatkan bahwa hubungan sosial, terutama kekeluargaan, sangat memengaruhi praktik ekonomi di pasar tradisional. Pedagang sering memberi harga murah, potongan, atau tambahan barang bukan karena strategi dagang, melainkan karena kedekatan sosial dan perhatian. Hasil NVivo menunjukkan dominannya kata “hubungan”, menandakan bahwa penentuan harga tak semata tindakan ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai spiritual dan sosial yang hidup dalam interaksi sehari-hari.

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai seperti persaudaraan, kejujuran, dan rasa syukur sangat kental dalam aktivitas perdagangan mereka sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa praktik ekonomi yang dilakukan oleh para pedagang tidak hanya didasarkan pada pertimbangan untung dan rugi, tetapi juga pada nilai-nilai keimanan dan kemanusiaan.

## Nilai-nilai Spiritual Kristiani Pedagang Tradisional

Pedagang pasar rakyat Waiwerang memulai hari dengan berdoa dan menyerahkan semua kegiatan mereka kepada Tuhan. Mereka percaya bahwa hasil penjualan, baik besar maupun kecil, adalah berkah dari Tuhan, kejujuran dan doa adalah bentuk spiritualitas yang sangat penting bagi mereka sebagai pedagang. Hal ini sejalan dengan teori Zohar dan Marshall (2005) yang menyatakan bahwa spiritualitas tidak hanya berhubungan secara vertikal dengan Tuhan, tetapi juga berhubungan secara horizontal dengan interaksi dengan sesama. Nilai spiritual tidak hanya ditunjukkan dalam doa, melainkan juga dalam sikap dan tindakan sehari-hari, seperti membayar harga yang adil, bersikap jujur dan saling membantu antara para pedagang dan pembeli.

- Nilai Persaudaraan

Nilai persaudaraan merupakan bagian penting dari hubungan sosial di pasar. Para pedagang saling membantu, tidak saling merendahkan dan sering memberikan barang tambahan atau diskon kepada pembeli yang mereka kenal atau anggap “nimung wanang” yang artinya bersaudara. Sebagai contoh, beberapa pedagang menyebutkan bahwa mereka percaya pada ungkapan “alape mari tite ata nimung wanang amu”, yang berarti semua orang adalah saudara. Nilai ini menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial untuk saling membantu dan menjaga keharmonisan dalam aktivitas jual beli di pasar. Temuan ini sesuai dengan kutipan dari Injil Yohanes 4: 20-21, yang menekankan pentingnya mengasihi sesama. Lebih lanjut, temuan ini juga menguatkan penelitian Thalib et al. (2021) tentang konsep akuntansi potali di Gorontalo, di mana para pedagang menunjukkan nilai-nilai kekeluargaan dengan memberikan bonus kepada pelanggan. Nilai-nilai persaudaraan yang kuat membuat transaksi jual beli di pasar tidak hanya menjadi kegiatan ekonomi tetapi juga bentuk pelayanan antar sesama.

- Nilai Kejujuran

Kejujuran merupakan nilai utama bagi para pedagang, terlihat dari keterbukaan mereka dalam menimbang, menetapkan harga, dan menjelaskan kualitas barang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa masih ada sebagian kecil pedagang yang tidak sepenuhnya jujur, misalnya dalam hal menimbang atau menyatakan kondisi barang yang sebenarnya. Meskipun demikian, mayoritas pedagang di Waiwerang memegang teguh prinsip kejujuran sebagai bentuk tanggung jawab atas keimanan mereka kepada Tuhan. Nilai ini juga sangat ditekankan dalam Amsal 11:1, yang berbunyi: “Timbangan yang seimbang adalah milik Tuhan.” Lebih lanjut,

penelitian Thalib & Monantun (2022) tentang konsep “Mosukuru” yang artinya bersyukur menunjukkan bahwa pedagang yang bersyukur cenderung bersikap jujur dan tidak mencari keuntungan yang berlebihan karena merasa cukup dengan rezeki yang diberikan Tuhan.

- Nilai Rasa Syukur

Rasa syukur tercermin dari sikap para pedagang yang menerima hasil penjualan dengan lapang dada. Mereka tidak terlalu mengejar keuntungan besar, asalkan kebutuhan dasar seperti membeli ikan, biaya transportasi, dan jajan anak terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa spiritualitas bagi mereka bukan sekadar rutinitas keagamaan, tetapi juga menjadi cara pandang dalam menjalani kehidupan, termasuk dalam berdagang.

Temuan ini sejalan dengan kutipan yang tertulis dalam 1 Tesalonika 5:18, “Bersyukurlah dalam segala hal, sebab itulah kehendak Allah”. Lebih lanjut temuan ini juga mengonfirmasi penelitian Thalib & Monantun (2022) tentang nilai “mosukuru” (bersyukur), di mana rasa syukur mendorong pedagang untuk tidak mengambil untung secara berlebihan dan tetap berbagi meskipun dalam kondisi sulit. Rasa syukur juga mencegah pedagang untuk iri atau membenci mata pencaharian orang lain dan memungkinkan mereka untuk lebih fokus pada bisnis mereka sendiri.

### **Teknik Penentuan Harga Jual**

Teknik penetapan harga yang digunakan pedagang di Waiwerang adalah penetapan harga berdasarkan biaya (*cost based pricing*). Dimana para pedagang mempertimbangkan harga beli barang atau ongkos produksi (misalnya, biaya angkut), dan keuntungan yang ingin diperoleh. Penetapan harga berbasis biaya merupakan teknik yang paling sering digunakan oleh pedagang tradisional di Pasar Rakyat Waiwerang. Teknik ini dilakukan dengan menghitung terlebih dahulu jumlah modal atau biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang dagangan, kemudian menambahkan sejumlah margin keuntungan yang dianggap wajar. Penetapan harga awal oleh pedagang hanya sebagai langkah awal, karena dalam praktiknya, nilai-nilai spiritual Kristiani dan pendekatan sosial lebih diutamakan daripada perhitungan matematis. Proses tawar-menawar dianggap sebagai bentuk hubungan sosial. Pedagang biasanya menaikkan sedikit harga awal untuk ruang negosiasi, dan jika tak bisa menurunkan harga, mereka memberi bonus barang sebagai gantinya.

Hasil ini mendukung temuan penelitian Arif & Muhammad (2020), yang mengindikasikan bahwa pedagang pasar tradisional mempertimbangkan faktor sosial dan spiritual selain faktor material ketika menentukan harga. Di pasar tradisional, para pedagang

ingin menjaga keharmonisan sosial dan hubungan yang positif selain menghasilkan uang. Serupa dengan hal tersebut, studi yang dilakukan di Pasar Badung Bali oleh Pertiwi dkk. (2023) menunjukkan bagaimana nilai-nilai Tri Hita Karana (hubungan harmonis manusia dengan Tuhan atau parahyangan, manusia dengan sesama manusia atau pawongan, dan manusia dengan lingkungan atau palemahan) memengaruhi prosedur akuntansi yang tidak hanya berfokus pada keuntungan tetapi juga berorientasi pada sosial dan spiritual. Penentuan harga jual mencerminkan praktik akuntansi yang berbasis pada nilai-nilai kemanusiaan dan spiritualitas, meskipun dalam lingkungan agama yang beragam.

### **Keterkaitan Nilai – Nilai Spiritual Kristiani Terhadap Penentuan Harga Jual**

Hasil menunjukkan bahwa nilai-nilai spiritual seperti persaudaraan, kejujuran, dan rasa syukur diimplementasikan langsung dalam praktik ekonomi, khususnya penetapan harga. Bagi pedagang di Pasar Rakyat Waiwerang, harga ditentukan bukan semata demi untung, tetapi berdasarkan kepekaan sosial dan iman. Mereka menyesuaikan harga sesuai kondisi pembeli, bahkan rela mengurangi keuntungan demi membantu. Pendekatan ini mencerminkan fleksibilitas dan empati, berbeda dari teori ekonomi yang berfokus pada maksimalisasi laba.

Proses tawar-menawar juga mencerminkan prinsip-prinsip spiritual ini. Tawar-menawar dipandang sebagai kegiatan sosial daripada jenis “kompetisi”. Untuk menjaga hubungan yang sangat baik dengan pembeli, para pedagang bersedia untuk memper harga dan, jika perlu, mengalah. Dalam hal ini, tampaknya penetapan harga berfungsi sebagai alat untuk membina hubungan sosial selain sebagai media transaksi. Pedagang di Pasar Rakyat Waiwerang menetapkan harga tidak hanya berdasarkan perhitungan biaya dan laba, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai spiritual seperti persaudaraan, kejujuran, dan rasa syukur. Hal ini sejalan dengan ajaran iman kristiani yang tertulis dalam Yohanes 4:20-21 terkait pentingnya mengasihi saudara atau sesama, juga kutipan dalam Amsal 11:1 terkait pentingnya kejujuran, dan kutipan yang tertulis dalam 1 Tesalonika 5:18 terkait pentingnya bersyukur atas apa yang diberika Allah.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa pedagang sering memberi potongan harga atau tambahan barang kepada pembeli yang membutuhkan atau sudah menjadi langganan. Keputusan harga ini dipengaruhi oleh moralitas dan rasa kemanusiaan, bukan semata pertimbangan ekonomi. Selain itu, temuan ini sejalan dengan penelitian Arif Efendi & Muhammad Al Amin (2020) yang menunjukkan bahwa pedagang pasar tradisional tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga mengintegrasikan aspek spiritualitas, sosial, dan lingkungan dalam praktik dagangnya. Sama seperti penerapan nilai Manunggaling Kawula lan

Gusti di pasar Jawa, pedagang di Waiwerang juga mempraktikkan prinsip tanggung jawab kepada Tuhan dan sesama.

Dengan demikian, penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa praktik ekonomi tradisional di Indonesia tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial dan spiritual. Praktik penentuan harga jual di pasar Waiwerang mencerminkan akuntansi berbasis kearifan lokal, yang memadukan nilai ekonomi dan nilai kemanusiaan, sesuai dengan konsep spiritualitas Kristiani yang mereka anut.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa dalam menentukan harga jual para pedagang di pasar rakyat waiwerang, menggunakan teknik penetapan harga berdasarkan biaya (*cost based Pricing*) untuk penetapan harga awal dengan memperhitungkan modal, ongkos angkut, dan keuntungan wajar. Namun, perhitungan ini bersifat fleksibel dan dapat disesuaikan dengan kondisi pembeli. Dalam proses transaksi mereka juga menggunakan pertimbangan berdasarkan nilai-nilai spiritual kristiani yang mereka anut untuk mendapat kesepakatan harga yang di lakukan dalam proses tawar menawar. Sehingga terlihat jelas bahwa dalam memberi keputusan harga jual mereka, terkait erat dengan keyakinan spiritual kristiani yang mereka junjung tinggi. Selain sebagai nilai moral pribadi, nilai-nilai seperti rasa syukur, kejujuran, dan persaudaraan juga berdampak pada teknik penetapan harga mereka.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan hasil analisis yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merekomendasikan saran sebagai berikut :

- Bagi para pedagang tradisional di Pasar Rakyat Waiwerang  
Diharapkan agar pedagang terus mempertahankan dan menanamkan nilai-nilai spiritual kristiani seperti kejujuran, rasa syukur, dan persaudaraan dalam kegiatan berdagang, khususnya dalam menetapkan harga jual. Nilai-nilai ini bukan hanya menciptakan hubungan baik antara penjual dan pembeli, tetapi juga menjadi kekuatan utama yang membedakan pasar tradisional dengan pasar modern yang cenderung transaksional.
- Bagi Penelitian selanjutnya  
Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk studi lanjutan terkait akuntansi berbasis nilai-nilai spiritualitas. Peneliti berikutnya dapat memperluas objek dan lokasi penelitian

untuk melihat nilai-nilai spiritual juga memengaruhi praktik ekonomi di pasar tradisional lainnya, atau membandingkan dengan konteks agama yang berbeda.

## DAFTAR REFERENSI

- Adlin, A. (2006). *Spiritualitas dan realitas kebudayaan kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Aliyah, I. (2017). Pemahaman konseptual pasar tradisional di perkotaan. *Cakra Wisata*, 1-16.
- Antari, N. K. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani rumput laut. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 179-210.
- Ayu, S. (2023). Implementasi nilai itisar pada pedagang pasar tradisional di Pasar Ambulu terhadap konsep dan praktik akuntansi.
- Budianto, R., & Latifah, S. W. (2023). Budaya akuntansi Indonesia: Praktik akuntansi level keluarga, masyarakat, dan bisnis. *Jurnal Akademik Akuntansi*, 63-78.
- Dara, S. N., & Hadiani, D. (2024). Penerapan strategi marketing mix dalam meningkatkan omzet pedagang pasar tradisional di Kota Banjar. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 45-65.
- Efendi, A., & Al Amin, M. (2020). Konsep penentuan harga jual pada pasar tradisional dalam bingkai pemahaman manunggaling kawula lan gusti. *The 3 FEBENEFECIUM*, 448-464.
- Harahap, S. L. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi perempuan memilih profesi sebagai pedagang di pasar tradisional. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 840-851.
- Iskandar, O. (2022). Pelatihan akuntansi dasar untuk mencegah kerugian bagi usaha mikro kecil di lingkungan Danau Duta Harapan. *Jurnal DEVOTE*, 77-82.
- Manek, A., & (2016). Pengembangan potensi ekonomi di Pulau Adonara Kabupaten Flores Timur berdasarkan distribusi arus barang. *Waktu: Jurnal Teknik UNIPA*, 23-28.
- Nasution, A. M. (2022). Perlindungan hukum terhadap para pihak pelaksana kontrak penyediaan barang serta jasa (studi di Bahagian Umum Sekretariat Daerah Kota Tanjungbalai). *Citra Justicia: Majalah Hukum dan Dinamika Masyarakat*, 51-67.
- Parkin, M. (2017). *Ekonomi (Buku 1: Mikro)*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Rakhmat, J. (2008). *Petualangan spiritualitas: Meraih makna diri menuju kehidupan abadi*. Yogyakarta: Resist Book.
- Rosyidi, S. (2011). *Pengantar teori ekonomi pendekatan kepada teori ekonomi mikro dan makro*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwoko. (2022). *Teori ekonomi mikro*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sudiyono, K. (2018). *Manajemen pemasaran usaha wisata*. Malang.

- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, interpretif, interaktif dan konstruktif. Alfabeta.
- Suraji, S. (2020). Entrepreneurship (Sistem ekonomi pasca kapitalis). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Tresnawati, S. N., & Arizanda, R. R. (2023). Pengelolaan keuangan: Perspektif pedagang suku Jawa. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 265-274.
- Wicaksono, G., Veronica, A., et al. (2022). Teori akuntansi. Jl. Pasir Sebelah No. 30 RT 002 RW 001 - Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Kota Tengah - Padang Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Wirana, A. (2018). Implikasi nilai-nilai spiritual pedagang pasar tradisional terhadap konsep dan praktik akuntansi (studi kasus pada pasar tradisional di Kabupaten Gowa).
- Wiyarni. (2013). Implikasi pola bisnis masyarakat Jawa pada praktik akuntansi (studi pada pedagang pasar tradisional di Malang). Ringkasan disertai program Doktor Ilmu Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Wulandari, T. A. (2021). Pengaruh electronic word of mouth dan potongan harga terhadap pembelian impulsif suatu produk skincare. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 844-851.
- Zohar, D. (2005). *Spiritual capital*. Terjemahan oleh Helmi. Bandung: PT. Mizan Pustaka.