

**PROSIDING**  
**SEMINAR NASIONAL PARIWISATA**  
**JEMBER, 29 AGUSTUS 2017**

**PARIWISATA DAN PEMBANGUNAN**

TIM PENYUNTING:  
CHANDRA EKO WAHYUDI UTOMO  
PRAMESI LOKAPRASIDHA



**Diterbitkan Oleh:**  
**Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata**  
**FISIP UNIVERSITAS JEMBER**

## DAFTAR ISI

Analisis Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Objek Wisata Air Terjun Selendang Arum Songgon Banyuwangi ( <b>Adetiya Prananda Putra, Fitri Amalia, Tantri Wijayanti, Jimmi Sandi Prasetyo</b> ) .....	1
Potensi Pengembangan Seni Pertunjukan Tradisional Jawa sebagai Bagian dari <i>Cultural Heritage Tourism</i> di Yogyakarta ( <b>Adhiningasih Prabhawati</b> ) .....	18
Gastrodiplomasi: Menguatkan Cita Rasa Pariwisata Indonesia ( <b>Agus Trihartono, Sefty Rihandini</b> ) .....	36
<i>SIP (Site Plan, Pine Tree Planting)</i> sebagai Upaya Revitalisasi <i>Brand Image</i> “Eco-Wisata” Watu Ulo ( <b>Alvino A, Scherrgyo Agung R D, Lucky F, Rizka N, Amalia A</b> ) .....	47
Implementasi <i>Sentiment Analysis</i> Berdasarkan Media Sosial dalam Upaya Pengembangan Industri Pariwisata ( <b>Chandra Eko Wahyudi Utomo</b> ) .....	62
Strategi Penerapan Konsep VRIN dan Orientasi Kewirausahaan dalam Pengembangan Operasi Bisnis Pariwisata ( <b>Djoko Poernomo, Suhartono</b> ) .....	74
Implementasi Kebijakan Kebersihan terhadap Perilaku Wisatawan di Destinasi Wisata ( <b>Firman Syah, Bobby Bharata, Herlina, Pena Iipia</b> ) .....	86
Strategi Pengembangan ‘Kawah Wurung’ sebagai Tapak Desa Wisata di Desa Kalianyar Kabupaten Bondowoso ( <b>Juhanda, Hadi Jatmiko</b> ) .....	100
Strategi Penguatan Brand Pandalungan sebagai Identitas Pariwisata Jember dengan Pendekatan Bauran Pemasaran ( <b>Kristian Suhartadi Widi Nugraha</b> ) .....	122
Inovasi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Pengembangan Potensi Pariwisata desa Jumerto kecamatan Patrang kabupaten Jember ( <b>Margaretta Andini Nugroho</b> ) .....	139
Strategi Pengembangan Jalur Transportasi Laut sebagai Akses Wisata Pesisir di kabupaten Banyuwangi ( <b>Masetya Mukti, Tantri Wijayanti</b> ) .....	151
Strategi Masyarakat Lokal dalam Mewujudkan <i>Community Based Tourism</i> pada desa Kemiren Banyuwangi ( <b>Moh. Andry F, Raudlatul Jannah</b> ) .....	163
Pengaruh Biaya Promosi terhadap Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek dan Daya Tarik Wisata Kota Makassar Sulawesi Selatan ( <b>Nasrullah</b> ) .....	175
Strategi Kebijakan Pengembangan Pariwisata: Studi Kasus di kabupaten Banyuwangi Jawa Timur ( <b>Nian Riawati</b> ) .....	201
Pariwisata Berbasis Komunitas Lokal (Strategi Pengembangan Pariwisata Pedesaan Berbasis Komunitas di kabupaten Sleman Yogyakarta) ( <b>Okta Hadi Nurcahyono</b> ) .....	213

Banyuwangi Festival: <i>Re-Branding</i> Banyuwangi dari ‘Kota Santet’ Menuju Destinasi Wisata Dunia ( <b>Puji Wahono, Supriyadi</b> ) .....	226
‘ <i>Plantation Tour Model</i> ’: Peningkatan Kunjungan Wisata Berbasis Kebun Kopi Di Wilayah Jember dan Banyuwangi ( <b>Purwowibowo, Sri Wahjuni</b> ) .....	246
Prospek Pengembangan Wisata Halal di Provinsi Sumatera Barat ( <b>Rebecha Prananta, Pramesi Lokaprasidha</b> ) .....	261
<i>BTE (Basic Life Support, Tas Siaga Bencana, English Conversation Training)</i> : sebagai Upaya Peningkatan Potensi Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Watu Ulo ( <b>Risyda Z.H, Wasilah, Yudhistira M.K, Mega S.P, Kunti Dhorifah</b> ) .....	273
Pengembangan Air Terjun Dlundung untuk Menjadi Destinasi Pariwisata Unggulan di kabupaten Mojokerto ( <b>Rudi Tri Handoko, Aditya Wiralatief Sanjaya</b> ) .....	289
Strategi Peningkatan Kemampuan Komunikasi Humanis bagi Pemandu Wisata ( <b>Selfi Budi Helpiastuti</b> ) .....	306
Pendekatan <i>Community Building</i> dalam Pengembangan Desa Wisata: Studi Kasus Gunungkidul di Yogyakarta ( <b>Sunardi Purwaatmoko, Abubakar Eby Hara, Adhiningasih Prabhawati</b> ) .....	317
Pengaruh <i>Reward</i> dan <i>Punishment</i> Serta Rotasi Pekerjaan terhadap Motivasi Kerja untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Hotel di Jember ( <b>Syah Riza Octavy Sandy, Faozen</b> ) .....	332
Pelayanan Prima Sumberdaya Manusia Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Makassar ( <b>Usman Rendra</b> ) .....	332
Analisis Potensi Pajak Restoran di kabupaten Banyuwangi (Studi Kasus Kecamatan Banyuwangi ( <b>Yeni Puspita, Galih Wicaksono</b> ) .....	356
Konseptualisasi Akuntansi Budaya ( <b>Zarah Puspitaningtyas</b> ) .....	398

## KONSEPTUALISASI AKUNTANSI BUDAYA

Zarah Puspitaningtyas<sup>1</sup>

zarah@unej.ac.id

### *Abstract*

*Cultural values is one of tourism potential that should be developed and conserved. This paper aims to conceptualize cultural accounting. The cultural accounting that is meant is the process of cultural accounting. Any cultural formation through the process. The process tells the story or cycle, so every culture has a story and meaning. "Batik" as one of the cultural products. Motifs on "batik" (especially "batik tulis") can be seen as a process of cultural accounting. The analysis was done based on the literature review and the result of interviews with the informants, namely the craftsmen as well as the "batik" business owners in Jember and Banyuwangi which are chosen based on purposive technique. The results of the analysis concluded that the information contained in the motif of "batik" became one of the traditional means of communication that contains symbols of a particular culture. The conceptualization of cultural accounting through batik products becomes one of the efforts to preserve cultural values, as well as the development of creative tourism destinations based on "batik" industry.*

**Keywords:** *the conceptualization of cultural accounting, cultural product*

### **Abstrak**

Nilai-nilai budaya merupakan salah satu potensi pariwisata yang sepatutnya dikembangkan dan dilestarikan. Paper ini bertujuan mengkonseptualisasikan akuntansi budaya. Akuntansi budaya yang dimaksudkan adalah proses mengakuntansikan budaya. Setiap pembentukan budaya melalui proses. Proses tersebut menceritakan alur atau siklus, sehingga setiap budaya memiliki cerita dan makna. Batik sebagai salah satu produk budaya. Motif pada batik (khususnya batik tulis) dapat dilihat sebagai proses akuntansi budaya. Analisis pada paper ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan maksud untuk mendeskripsikan konseptualisasi akuntansi budaya. Analisis dalam paper ini dilakukan berdasarkan hasil *literature review* dan hasil wawancara dengan para informan, yaitu pengrajin sekaligus pemilik usaha batik di Jember, Banyuwangi, dan Tuban yang dipilih berdasarkan teknik *purposive*. Hasil analisis menyimpulkan bahwa informasi yang terkandung dalam motif batik menjadi salah satu sarana komunikasi tradisional yang memuat simbol-simbol budaya tertentu. Konseptualisasi akuntansi budaya melalui produk batik menjadi salah satu upaya untuk melestarikan nilai-nilai budaya, sekaligus sebagai pengembangan destinasi pariwisata kreatif berbasis industri batik.

**Kata Kunci:** Konseptualisasi Akuntansi Budaya, Produk Budaya

---

<sup>1</sup> Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

## **Pendahuluan**

Nilai-nilai budaya yang masih melekat dalam kehidupan masyarakat suatu daerah merupakan salah satu potensi pariwisata. Pelestarian dan pengembangan atas nilai-nilai budaya menjadi bagian dari proses perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata. Rani (2014) menyebutkan bahwa pariwisata merupakan suatu sistem yang terdiri dari beberapa aktivitas yang kompleks dan terintegrasi, serta mengandung komponen ekonomi, politik, sosial, budaya, dan sebagainya terutama yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat. Batik merupakan salah satu produk budaya. Motif pada batik mengandung nilai-nilai budaya yang menggambarkan kehidupan masyarakat setempat. Oleh karenanya, batik menjadi salah satu potensi pariwisata suatu daerah yang harus terus dilestarikan dan dikembangkan dengan melibatkan masyarakat lokal.

*Paper* ini bertujuan mengkonseptualisasikan akuntansi budaya. Akuntansi budaya yang dimaksudkan adalah proses mengakuntansikan budaya. Akuntansi berfungsi menyajikan informasi keuangan suatu organisasi. Proses penyajian informasi akuntansi melalui beberapa tahapan yang disebut sebagai siklus akuntansi, yaitu diawali dari proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan dan penganalisaan informasi keuangan suatu perusahaan. Sedangkan, budaya merupakan hasil kegiatan dan penciptaan batin manusia (akal dan budi). Setiap pembentukan budaya melalui proses. Proses tersebut menceritakan alur atau siklus, sehingga setiap budaya memiliki cerita dan makna.

Produk akuntansi adalah informasi. Oleh karenanya, akuntansi berfungsi sebagai media komunikasi bisnis, yaitu mengkomunikasikan informasi keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka pengambilan keputusan (Puspitaningtyas, 2012; 2015). Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Oleh karenanya, akuntansi disebut juga sebagai bahasa bisnis (*business language*). Irfani dan Dahria (2009) mendefinisikan akuntansi sebagai suatu proses yang terdiri dari tahapan pencatatan, penggolongan, peringkasan, pelaporan dan penganalisaan informasi keuangan suatu perusahaan.

Berpijak pada definisi akuntansi sebagai suatu proses, penulis bermaksud untuk melakukan konseptualisasi akuntansi budaya. Konseptualisasi akuntansi budaya ditujukan untuk menguraikan proses pembentukan konsep dengan bertitik tolak pada mengakuntansikan budaya. Jadi, akuntansi budaya dalam studi ini tidak bermaksud untuk membudayakan akuntansi, melainkan mengakuntansikan budaya. Batik (yaitu, batik tulis) sebagai salah satu produk budaya menjadi obyek analisis studi ini. Dengan kata lain, simbol (motif) pada batik dapat dilihat sebagai proses akuntansi budaya.

Konseptualisasi akuntansi budaya dimaksudkan agar dapat mendukung proses perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata kreatif berbasis industri batik, khususnya pada daerah yang menjadi obyek penelitian. Harapannya, batik sebagai produk budaya dapat berperan sebagai media komunikasi yang mampu mendeskripsikan nilai-nilai budaya dalam kehidupan masyarakat lokal. Hidayat

(2011) menyebutkan bahwa tujuan yang realistis dalam proses perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata merupakan inti untuk mewujudkan pengembangan pariwisata yang sukses dengan berbasis pada masyarakat, dimana pelaksanaannya dapat didelegasikan baik secara individu maupun kelompok.

Motif batik berperan sebagai bahasa batik yang mengkomunikasikan nilai-nilai budaya. Dengan demikian, informasi yang terkandung dalam motif batik menjadi salah satu sarana komunikasi tradisional yang memuat lambang-lambang atau simbol-simbol budaya tertentu. Penciptaan batik sebagai suatu produk budayamelalui beberapa tahapan yaitu pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian informasi budaya lokal. Jadi, produk batik merupakan perwujudan dari keunikan lokal yang mengandung makna budaya dengan tujuan melestarikan tradisi.

Batik juga dikenal sebagai sebuah simbol yang sarat akan makna, filosofi, nilai dan harapan dari pembuatnya. Batik juga mengandung mitologi tertentu yang memberikan arti khusus dan harus mendapatkan perhatian yang khusus pula bagi para pemakainya. Namun, seiring perkembangannya, batik sebagai produk budaya bergeser menjadi produk industri. Oleh karena itu, pada akhir pembahasan akan diuraikan pergulatan batik sebagai produk budaya dan produk industri. Bagaimana upaya untuk melestarikan nilai-nilai budaya atas produk batik, sehingga tidak begitu saja bergeser menjadi produk industri dan tidak kehilangan maknanya.

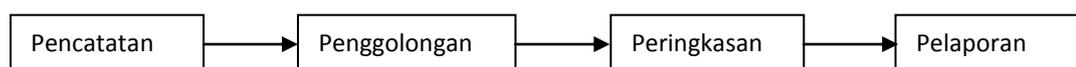
## **Landasan Teori**

### **Akuntansi dan Siklus Akuntansi**

Akuntansi sebagai bagian dari ilmu sosial dalam perkembangannya sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya dan aspek perilaku dari penggunanya. Akuntansi berkembang seiring dengan perkembangan sosial, budaya, ekonomi, dan politik. Akuntansi akan memberikan manfaat apabila sesuai dengan tuntutan masyarakat yang menjadi bagian dari lingkungan akuntansi tersebut (Triantoro, 2008; Zulfikar, 2008; Chariri, 2009; Maryono, 2010).

Berdasarkan sudut pandang prosesnya, akuntansi merupakan suatu proses penyajian informasi, diawali dari proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan pelaporan informasi yang berhubungan dengan keuangan sehingga dapat digunakan oleh para pemakai (*users*) untuk pengambilan suatu keputusan serta tujuan lainnya. Fungsi utama akuntansi adalah menyajikan informasi keuangan suatu perusahaan (Irfani dan Dahria, 2009; Sylvia, 2014).

Penyajian informasi akuntansi melalui beberapa tahapan proses yang disebut sebagai siklus akuntansi. Siklus akuntansi merupakan suatu proses pengolahan data yang terdiri dari urutan transaksi, peristiwa, aktivitas, dan proses dari awal sampai akhir seperti lingkaran yang tidak akan pernah putus. Proses pengolahan data tersebut terdiri dari kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan suatu proses pengidentifikasian dan pengukuran sehingga menghasilkan informasi laporan keuangan (pelaporan informasi akuntansi) (Suharli, 2006; Rudianto, 2012). Gambar 1 berikut ini menyajikan tahapan siklus akuntansi.



**Gambar 1. Tahapan Siklus Akuntansi**

Sumber: Suharli (2006); Rudianto (2012)

## **Tinjauan terhadap Pentingnya Akuntansi Budaya**

Tinjauan yang dimaksud adalah dari aspek penciptaan budaya oleh manusia melalui proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian produk budaya. Tinjauan ini dimaksudkan untuk mendapatkan keterangan sampai seberapa jauh aspek-aspek manusiawi yang mempengaruhi lahirnya kebudayaan, terutama pembinaan moral bangsa. Suatu ketentuan yang tidak dapat dipungkiri adalah bahwa manusia merupakan makhluk budaya, dalam arti dengan seluruh potensi yang dimiliki, ia mampu melahirkan cipta, rasa, dan karsa.

Batik sebagai salah satu produk budaya. Batik tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Pentingnya peranan batik nampak dari seringnya batik digunakan dalam berbagai kegiatan adat, tradisi, dan ritual budaya kehidupan masyarakat. Motif batik dapat dilihat sebagai proses akuntansi budaya. Motif batik mengandung nilai-nilai simbolis-magis yang membawa pesan dan harapan kebaikan bagi pemakainya (Parmono, 2013).

Batik sebagai media komunikasi membentuk makna hingga disepakati menjadi budaya (tradisi). Motif batik terbentuk dari titik dan garis. Motif yang terbentuk direpetisikan dan dikomposisikan menjadi ragam hias yang membentuk suatu kesatuan bentuk ornamen kain batik. Motif batik bermaksud untuk mengkomunikasikan identitas suatu budaya. Motif batik yang dimiliki tiap-tiap daerah (budaya) memiliki perbedaan atau ciri khas (Nababan dan Hendriyana, 2012).

Informasi yang terkandung dalam motif batik menjadi salah satu sarana komunikasi tradisional yang memuat lambang-lambang atau simbol-simbol budaya tertentu. Simbol-simbol adat sesungguhnya dapat berlaku sebagai pranata karena dengan makna dibalik simbol itu, setiap penerima simbol akan menyadari sesuatu yang harus dan tidak harus dijalankannya. Simbol pada batik terkait dengan pemberian nama dari motif batik dengan latar belakang budaya. Oleh karenanya, simbol pada batik menyiratkan pesan moral (non-benda) dan menjadi media komunikasi non verbal (Nababan dan Hendriyana, 2012; Parmono, 2013; Nursalin *et al.*, 2016).

Nursalin *et al.* (2016) mengemukakan bahwa makna simbolis yang terkandung pada motif batik tiap-tiap daerah mengandung nilai budaya menurut keyakinan, kebiasaan atau tradisi, serta cara hidup masyarakatnya yang tetap bertahan hingga saat ini. Penciptaan motif batik didasarkan pada nilai-nilai yang diyakini oleh masyarakatnya untuk dijadikan sebuah makna. Oleh karenanya, tiap-tiap motif batik ditafsirkan sesuai dengan makna yang ada di kehidupan masyarakat.

## Metode Penelitian

Analisis pada *paper* ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan maksud untuk mendeskripsikan konseptualisasi akuntansi budaya. Analisis dilakukan berdasarkan hasil *literature review* dan hasil wawancara dengan para informan. Informan dalam *paper* ini adalah pengrajin yang sekaligus berperan sebagai pemilik usaha batik di Jember, Banyuwangi, dan Tuban. Informan berjumlah 6 (enam) orang yang dipilih berdasarkan teknik *purposive*, yaitu masing-masing 2 (dua) orang pengrajin dan pemilik usaha batik di Jember (informan A dan B), di Banyuwangi (informan C dan D), dan di Tuban (informan E dan F).

## Hasil dan Pembahasan

### Konseptualisasi Akuntansi Budaya pada Produk Batik

Perwujudan akuntansi budaya yang dianalisis dalam *paper* ini adalah dalam bentuk produk budaya batik. Sebagai suatu produk budaya, penciptaan batik melalui beberapa tahapan yaitu pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian informasi budaya lokal. Jadi, produk batik merupakan perwujudan dari keunikan lokal yang mengandung makna budaya dengan tujuan melestarikan tradisi. Sebagai produk budaya, batik juga dikenal sebagai sebuah simbol yang sarat akan makna, filosofi, nilai dan harapan dari pembuatnya. Batik juga mengandung mitologi tertentu yang memberikan arti khusus dan harus mendapatkan perhatian yang khusus pula bagi para pemakainya.

Batik merupakan budaya yang telah lama berkembang dan dikenal oleh masyarakat Indonesia. Batik Indonesia, sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of humanity*) sejak 2 Oktober 2009.

Batik merupakan produk budaya. Beragam motif batik pada sehelai kain memiliki sifat-sifat khusus yang menggambarkan suatu tradisi atau keunikan lokal. Pada umumnya, motif batik yang tergambar pada sehelai kain menceritakan sejarah atau mencerminkan identitas budaya lokal. Misalnya: batik Cirebon, batik Yogyakarta, batik Banjarmasin, batik Bengkulu, batik Banyuwangi, batik Jember, batik tuban, dan sebagainya.

Budaya merupakan hasil kegiatan dan penciptaan batin manusia (akal dan budi), seperti kepercayaan, kesenian, adat-istiadat, dan sebagainya). Kebudayaan adalah suatu produk manusia yang dilahirkan setelah melewati pergulatan pada alam ide. Kebudayaan merupakan semua hasil karya, rasa dan cipta masyarakat yang nantinya digunakan oleh manusia dalam upaya pemenuhan kebutuhan kehidupannya sehari-hari. Hasil dari kebudayaan memiliki berbagai ragam bentuk dan corak yang menghiasi khazanah kehidupan manusia (Sidik, 2012).

Bagaimana kegiatan (usaha) batin (akal dan budi) untuk menciptakan sesuatu yang termasuk hasil kebudayaan? Setiap pembentukan budaya melalui proses. Proses tersebut menceritakan alur atau siklus, sehingga setiap budaya memiliki cerita dan

makna. Proses pembentukan budaya akan menceritakan sesuatu yang telah dilakukan untuk sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat. Proses tersebut dapat disebut sebagai tradisi. Tradisi merupakan suatu kebiasaan yang mengandung adanya informasi yang diteruskan dari generasi ke generasi baik tertulis maupun (sering kali) lisan, karena tanpa adanya ini, suatu tradisi dapat punah. Lalu, bagaimana upaya untuk melestarikan kebudayaan? Salah satunya ialah melalui proses pencatatan, peringkasan, penggolongan, dan penyajian informasi seperti pada siklus akuntansi. Artinya, dalam pelestarian budaya juga perlu dilakukan tahapan seperti dalam siklus akuntansi. Proses tersebut penulis sebut sebagai akuntansi budaya.

Selain menceritakan sejarah perkembangannya, batik juga menceritakan pencatatan identitas budaya lokal. Berikut diuraikan penyajian produk batik sebagai identitas suatu budaya berdasarkan hasil dari *literature review* dan hasil wawancara dengan para informan.

Batik Cirebon atau Cirebonan dengan motif MegaMendung, yaitu berbentuk gumpalan-gumpalan awan putih yang mengumpul, melambangkan penyatuan “dunia bawah” dan “dunia atas”, sebagai kesatuan kekuatan lahir dan batin. Motif BatikMegaMendung merupakan salah satu batik keraton yang melambangkan kewibawaan, kebijaksanaan, dan keadilan raja atau sunan. Dalam perkembangannya, Batik Mega Mendung terdiri dari dua warna, yaitu: 1) batik yang berasal dari keraton memiliki warna yang cenderung gelap (seperti: hitam, merah tua, dan coklat), dan 2) batik yang berasal dari daerah pesisir memiliki warna dasar yang cerah (seperti: biru, hijau, dan merah). Warna batik yang berasal dari daerah pesisiran dipengaruhi karakter masyarakat pesisiran yang pada umumnya memiliki jiwa terbuka dan cenderung mudah menerima pengaruh budaya asing (Nababan dan Hendriyana, 2012; Nursalim *et al.*, 2016).

Salah satu motif batik Yogyakarta adalah motif *Kawung*. Motif *Kawung* menjadi salah satu motif batik ciri khas Keraton dan menjadi larangan (pantangan) bagi orang yang tidak berhak untuk memakainya. Konon motif *Kawung* diciptakan oleh Sultan Agung Hanyokrokusumo di Mataram. Proses pembuatannya diilhami oleh pohon aren atau palem yang buahnya berbentuk bulat dan lonjong berwarna putih jernih (biasa disebut kolang-kaling), makna yang tersirat adalah bahwa pohon aren sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia, dimana seluruh bagian dari pohon aren dapat dimanfaatkan bagi kehidupan manusia. Hal ini mengandung makna mengingatkan agar manusia dalam kehidupannya senantiasa memberikan manfaat bagi bangsa dan negaranya. Harapannya, agar si pemakai motif *Kawung* menjadi manusia unggul dan berguna bagi kehidupan manusia (Parmono, 2013).

Batik Bengkulu dikenal dengan sebutan batik *besurek*. Ciri khas motif batik *besurek* adalah ada tulisan kaligrafi. Berdasarkan sejarah, dahulu batik *besurek* hanya digunakan dalam upacara ritual keagamaan di wilayah Bengkulu. Motif tulisan kaligrafi mengandung makna keagungan Tuhan dengan harapan mengingatkan manusia tentang ajaran tauhid. Seiring perkembangan jaman, batik *besurek*

digunakan tidak hanya untuk upacara keagamaan, sehingga motifnya pun tidak hanya tulisan kaligrafi. Motif batik *besurek* yang cukup terkenal adalah motif bunga raflesia yang merupakan ikon Provinsi Bengkulu (Herlina *et al.* 2016).

Batik Banjarmasin dikenal dengan sebutan batik *Sasirangan* merupakan batik khas Banjar. *Sasirangan* sebenarnya bukan jenis produk batik, karena proses pembuatannya berbeda dengan batik yang melalui cara dicanting. Proses pembuatan kain sasirangan dengan cara dijelujur atau menyirang yang dipolakan dengan motif dan warna tertentu sesuai dengan identitas budaya Banjar. Pada mulanya, kain sasirangan disebut dengan kain pamintan (sebutan dari permintaan atau permintaan). Maknanya adalah selembar kain putih yang diberi motif dan warna tertentu atas permintaan seseorang yang berobat kepada seorang pengrajin kain pamintan. Jadi, kala itu kain pamintan berfungsi sebagai sarana pengobatan atas petunjuk seorang tabib (Wijaya *et al.*, 2015).

“Motif batik Jember terinspirasi dari potensi sumber daya alam Jember, khususnya motif tembakau. Oleh karena itu, motif tembakau menjadi ciri khas batik Jember, meskipun ada motif lainnya seperti kopi, suwar-suwir, dan sebagainya. Makna yang tersirat dari motif batik tembakau adalah bahwa Jember adalah penghasil tembakau yang sudah dikenal di pasar dunia. Tembakau menjadi ciri khas kota Jember. Penciptaan motif batik tembakau bermaksud untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas bahwa Jember adalah kota penghasil tembakau.” (ringkasan hasil wawancara dengan informan A dan B).

Motif batik *Gajah Oling* menjadi identitas kota Banyuwangi. Penciptaan batik *Gajah Oling* memiliki keterkaitan erat dengan penyebaran ajaran Islam di Indonesia. Kenapa motif *Gajah Oling* tidak memakai gambar "Gajah" yang sebenarnya? Karena, dalam Islam tidak diperbolehkan menggambarkan sesuai penciptaan Allah. "Gajah" sebagai simbol yang artinya adalah besar, yang diartikan sebagai Allah. "Oling" berasal dari bahasa osing yang artinya eling atau ingat atau pengingat. Jadi, makna yang terkandung dalam motif *Gajah Oling* berarti sebagai pengingat kepada yang Maha Besar yaitu Allah. Harapan yang disampaikan adalah agar pemakai selalu ingat akan Allah atau Tuhannya. Saat ini, motif batik yang menjadi ciri khas Banyuwangi banyak ragamnya, antara lain: *Kangkung Setingkes*, *Alas Kobong*, *Paras Gempal*, dan *Kopi Pecah*. Motif-motif batik tersebut merupakan cerminan kekayaan alam yang ada di Banyuwangi. Selain itu, motif batik tersebut tidak akan ditemui di daerah lain dan merupakan keunikan Banyuwangi.” (ringkasan hasil wawancara dengan informan C dan D).

“Batik Tuban dikenal dengan sebutan batik *Gedog*. Penciptaan batik *Gedog* dipengaruhi oleh nilai sejarah 3 (tiga) kebudayaan, yaitu budaya Jawa, budaya Cina, dan budaya Islam. Pengaruh ketiga kebudayaan tersebut nampak pada motif burung Hong (yang dipengaruhi oleh budaya Cina), motif bunga (yang dipengaruhi oleh budaya Jawa), dan motif kijang miring (yang dipengaruhi oleh budaya Islam). Ketiga motif tersebut menceritakan (menginformasikan) bahwa pola kehidupan masyarakat

Tuban terbentuk berdasarkan tata nilai 3 (tiga) budaya tersebut hingga saat ini.” (ringkasan hasil wawancara dengan informan E dan F).

Proses penyajian batik sebagai identitas suatu budaya identik dengan proses penyajian akuntansi (siklus akuntansi). Hal tersebut mencerminkan proses konseptualisasi akuntansi budaya. Berikut ringkasan hasil wawancara dengan para informan berkaitan dengan proses pencatatan akuntansi budaya dalam produk batik yang mencerminkan identitas budaya lokal.

“Batik sebagai produk budaya menyajikan identitas budaya lokal. Sejatinya, identitas budaya yang tercermin dalam motif batik terwujud tidak hanya berdasarkan pilihan motif dan warna semata. Akan tetapi, ada proses substansial yang sarat akan makna sebagai wujud kreatif daya cipta masyarakat lokal, mulai dari proses pencatatan aktivitas-aktivitas yang menjadi kebiasaan, penggolongan aktivitas-aktivitas yang telah menjadi tradisi, meringkas tradisi lokal dalam wujud lambang (simbol, motif), hingga akhirnya tersaji produk batik sebagai produk budaya lokal.” (ringkasan hasil wawancara dengan informan A, B, C, D, E, dan F).

Hasil tersebut mendukung hasil studi oleh Parmono (2013) yang mengemukakan bahwa motif batik diangkat dari akar budaya daerah yang kaya akan muatan kearifan lokal, mengandung pesan dan harapan ke arah kehidupan yang lebih baik. Motif batik menjadi bermakna karena kandungan nilai simbolisme yang dikaitkan dengan ritual dalam kehidupan budaya. Pada umumnya, nilai simbolisme mengandung ajaran moral bagaimana menjadikan hidup menjadi bermakna.

Berdasarkan hasil analisis, Gambar 2 menyajikan model yang menggambarkan proses akuntansi budaya pada produk batik sebagai berikut.



**Sumber:** hasil analisis

**Gambar 2. Model Akuntansi Budaya pada Produk Batik**

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa konseptualisasi akuntansi budaya pada produk batik dimaksudkan untuk menyajikan informasi atas nilai-nilai budaya suatu daerah. Nilai-nilai budaya tersebut menjadi salah satu potensi pariwisata kreatif berbasis industri batik yang menyajikan keunikan lokal sebagai upaya pelestarian budaya. Damayanti dan Latifah (2015) mengemukakan bahwa pariwisata kreatif berbasis industri batik bukan hanya berkaitan dengan diversifikasi

produk yang akan memberikan nilai tambah bagi pelaku industri batik, akan tetapi juga menjadi upaya bagi pelestarian batik sebagai produk budaya.

## **Pergulatan Produk Budaya dan Produk Industri Batik**

Berdasarkan kronologis historis penciptaan batik, awal mula batik yang dihasilkan adalah batik tulis. Di balik sejarah panjang penciptaan batik tersebut, batik memiliki nilai filosofis yang terkandung pada saat pembuatannya karena seni membatik (terutama batik tulis) menandakan kesabaran pembuatnya pada setiap titik (motif) dibuat dengan teliti serta melalui proses yang cukup panjang. Oleh sebab itu, simbol-simbol (motif) dalam batik juga sarat dan kaya akan makna dimana mencerminkan cara berpikir masyarakat pembuatnya. Motif batik diciptakan berdasarkan harapan-harapan yang dituangkan (dicatatkan) dalam bentuk banyak simbol.

Motif dan warna pada batik mengandung arti simbolik. Berdasarkan sejarah perkembangan batik, pada jaman dahulu batik merupakan pakaian upacara (misalnya dalam bentuk kain panjang, sarung, selendang, dodot, kemben, dan ikat kepala). Oleh karenanya, motif batik harus dapat mencerminkan suasana upacara dan dapat menambah daya magis, sehingga diciptakanlah berbagai motif batik yang mengandung simbolisme dan mendukung nilai religius dari suatu upacara. Oleh karenanya, motif batik tidak sekadar gambar atau ilustrasi, namun mengandung pesan dan harapan yang ingin disampaikan oleh pembuatnya.

Sidik (2012) mengemukakan bahwa kebudayaan adalah suatu produk manusia yang dilahirkan setelah melalui pergulatan pada alam ide. Batik merupakan produk budaya. Sebagai produk budaya, batik memiliki nilai seni tinggi sebagai hasil karya, rasa, dan cipta pembuatnya. Pasca diakuinya batik sebagai salah satu kebudayaan Indonesia oleh UNESCO pada tahun 2009, bangsa Indonesia merayakan dengan bangga berbusana batik. Batik menjadi kebanggaan dan identitas bangsa Indonesia. Beberapa industri pakaian pun menggalakkan produksi batik cap secara massal dan masif.

Akibat dari produksi massal batik cap, membuat kita kian konsumtif dalam memaknai batik itu sendiri. Oleh sebab itu, paper ini juga menganalisis pergulatan batik sebagai produk budaya dan produk industri. Hal tersebut terkait dengan perilaku konsumtif masyarakat terhadap produk batik dengan membenaran pemberdayaan suatu budaya, sebagai upaya pelestarian budaya. Tidak dipungkiri bahwa kehadiran batik cap telah menggeser batik menjadi produk industri. Parmono (2013) menyebutkan bahwa perubahan pola pikir masyarakat tentang proses produksi mendorong timbulnya inovasi dalam proses pembuatan produk batik. Kini, dengan menggunakan teknologi, proses pembuatan batik tidak lagi memerlukan waktu yang relatif lama.

Kian populisnya batik cap menyebabkan produksi yang dihasilkan lebih mendominasi pasar dibandingkan dengan batik tulis. Akibatnya nilai filosofi batik yang diamanatkan oleh penciptanya menjadi tergadaikan dan secara sepihak pula kita

menggantikannya dengan sebuah sensasi semata demi mendapatkan eksistensi semu atas pemuasan nafsu konsumsi. Tanpa disadari, kita telah menggugat nilai luhur batik. Disinilah pergulatan batik sebagai produk budaya dan produk industri terjadi. Sesungguhnya, perilaku kita lah yang telah mengubah esensi nilai luhur batik, menggesernya menjadi lebih bersifat komsumtif, seolah mengabaikan makna informasi budaya yang terkandung didalamnya.

## Kesimpulan

Motif batik yang berkembang di beberapa wilayah Indonesia sangat beragam. Keragaman tersebut mencerminkan identitas budaya tiap-tiap daerah. Dengan kata lain, tiap-tiap daerah memiliki ciri khas motif batik yang menggambarkan simbol atau identitas budayanya. Identitas budaya tersebut menjadi salah satu potensi pariwisata yang harus terus dilestarikan dan dikembangkan. Penciptaan produk batik merupakan perwujudan dari akuntansi budaya. Proses konseptualisasi akuntansi budaya menggambarkan upaya-upaya dalam mengkomunikasikan nilai-nilai budaya atau tradisi yang ada di masyarakat sehingga menjadi warisan budaya bangsa yang sangat berharga. Oleh karenanya, konseptualisasi akuntansi budaya melalui produk batik menjadi salah satu upaya untuk melestarikan nilai-nilai budaya, sekaligus sebagai pengembangan destinasi pariwisata kreatif berbasis industri batik. Namun demikian, dengan adanya tuntutan pasar, pergulatan yang terjadi di antara batik sebagai produk budaya dan produk industri tidak harus membuatnya kehilangan nilai dan maknanya.

## Daftar Pustaka

- Chariri, A.(2009). Studying Financial Practices Within Cultural Perspective: A Note For Doing Research In Indonesian Environment. *Jurnal MAKSI*, 9(2), 115-138.
- Damayanti, M., & Latifah. (2015). Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik. *Jurnal Pengembangan Kota*, 3(2), 100-111.
- Herlina, M., Kamaludin, & Gushevinalti.(2016). Kerajinan Kain Besurek (Batik Khas Bengkulu di Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat: Inovasi IPTEKS Perguruan Tinggi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*, LPPM UNMAS Denpasar, Bali.
- Hidayat, M. (2011). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata: Studi Kasus Pantai Pangdaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 1(1), 33-44.

- Maryono.(2010). Harmonisasi Akuntansi Internasional: Dari Keberagaman Menuju Keseragaman. *Kajian Akuntansi*, 2(1), 77-91.
- Nababan, R., & Hendriyana, H. (2012). Parole, Sintagmatik, dan Paradigmatik Motif Batik Mega Mendung. *Jurnal Seni & Budaya Panggung*, 22(2), 181-191.
- Nursalim, A., Sulastianto, H., & Pawitan, Z.(2016). Dekonstruksi Motif Batik Keraton Cirebon: Pengaruh Ragam Hias Keraton Pada Motif Batik Cirebon. *RITME*, 2(1), 58-69.
- Parmono, K. (2013). Nilai Kearifan Lokal Dalam Batik Tradisional Kawung. *Jurnal Filsafat*, 23(2), 134-146.
- Puspitaningtyas, Z. (2012). Relevansi Nilai Informasi Akuntansi dan Manfaatnya Bagi Investor. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 16(2), 164-183.
- \_\_\_\_\_. (2015). *Prediksi Risiko Investasi Saham: Decision Usefulness Approach*. Yogyakarta: Griya Pandiva.
- Rani, DPM. (2014). Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur: Studi Kasus Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*, 3(3), 412-421.
- Rudianto.(2012). *Pengantar Akuntansi: Konsep & Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sidik, FH.(2012). Batik yang Tergugat. <http://pengembarasabdaalam.wordpress.com/2012/12/04/batik-yang-tergugat/> (diakses pada tanggal 20 Mei 2017).
- Suharli, JIM. (2006). *Akuntansi Untuk Bisnis Jasa dan Dagang*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sylvia.(2014). Membawakan Cinta Untuk Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(1), 139-148.
- Triantoro, A. (2008). Praktek Akuntansi Dalam Budaya Kapitalisme. *Fokus Ekonomi*, 3(1), 60-76.
- Wijaya, TA., Fianto, AYA., & Hidayat, W. (2015). Penciptaan Buku Ilustrasi Kain Sasirangan Sebagai Upaya Promosi Seni Budaya Banjarmasin Kepada Remaja. *Jurnal desain Komunikasi Visual*, 4(2).
- Zulfikar.(2008). Menguak Akuntabilitas Di Balik Tabir Nilai Kearifan Budaya Jawa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 144-150.

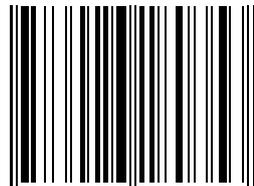


Anggota APPTI No. 036/KTA/APPT/2012

Anggota IKAPI No. 127/JTI/2015

**Jember University Press**  
**Jl. Kalimantan 37 Jember 68121**  
**Telp. 0331-330224, psw. 0319**  
**E-mail: [upt-penerbitan@unej.ac.id](mailto:upt-penerbitan@unej.ac.id)**

ISBN: 978-602-61803-5-3



9 786026 180353

Universitas Jember  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
DIII Usaha Perjalanan Wisata



# Sertifikat

NOMOR : 3225 / UN25.1.2 / LL / 2017

Diberikan Kepada :

Zarah Puspitaningtyas  
Sebagai

**PEMAKALAH**

Dalam Kegiatan Seminar Nasional Pariwisata yang bertema  
“ Inovasi Dan Kreativitas Pariwisata Sebagai Penggiat Ekonomi Masyarakat ”  
Pada tanggal 29 Agustus 2017 di Aula FISIP Universitas Jember

Jember, 29 Agustus 2017

Ketua Program Studi  
DIII UPW

Dra. Sri Wahjumi, M.Si  
NIP.195604091987022001

Dekan



Dr. Ardiyanto, M.Si  
NIP.195808101987021002