



BAGIAN I

KONSEP PAPALELE MENENTUKAN HARGA JUAL

Sebuah Sketsa Temuan Situs Berdasarkan Penelitian

Papalele...e...Papalele.e..Papalele...e..Papalele...e.....

Hari-hari beta bajalan kaliling setiap pasar

beli barang jual barang,

asalkan jangan rugi modalnya.....

Papalele...Papalele.....

bisa juga jadi penjual, bisa juga jadi pembeli

Papalele.....Papalele.....

biar tipis untung sadiki asal jangan rugi modalnya

Papalele...e...Papalele.....

(Sepenggal lagu “Kisah Papalele” cipt.Vester Esa)

Lirik lagu di atas merupakan penggalan lagu ciptaan Vester Esa. Papalele merupakan sebuah fenomena unik yang hadir di tengah-tengah masyarakat Maluku. Tulisan ini mengkaji tentang konsep papalele dalam menentukan harga barang yang akan dia jual di pasaran. Kajian ini dilakukan secara mendalam berdasarkan hasil penelitian berupa tesis.

Kajian diawali berdasarkan temuan penelitian dengan topik sebagai berikut. a) Merentang Perjalanan Menuju Pasar Binaya Masohi, berbeda-beda dalam kebersamaan, b) Papalele: Hakikat dan Sejarah, c) Sejarah Papalele (Lanjutan): Mengurai Kelaluan Pada Wajah Papalele Kini dan “Menjemput Impian” Dalam *Tandeng* dan *Baronda*, d) Antara Papalele, Pedagang Pengumpul dan Jaring *Bobo*.

Kajian ini dipandang perlu, sebagai upaya untuk memperkenalkan lebih dekat akan sosok komunitas Papalele di masa lalu hingga keberadaannya saat ini, sehingga diyakini mampu

mengantarkan pada uraian tentang pusran nilai-nilai budaya komunitas Papalele dalam penetapan harga jual yang akan dibahas di bab-bab selanjutnya.

A. Merentang Perjalanan Menuju Pasar Binaya Masohi

Situs dalam penelitian ini berlokasi di Pasar Binaya Masohi. Pasar Binaya terletak di Kabupaten Maluku Tengah. Kabupaten Maluku Tengah yang beribukotakan Masohi ini, memiliki luas wilayah 11.595,57 km² yang terbagi ke dalam 11 kecamatan. Kecamatan-kecamatan tersebut berbatasan langsung dengan Laut Seram di sebelah utara, Laut Banda di sebelah selatan, Kabupaten Buru di sebelah barat serta Provinsi Papua di sebelah timur (<http://informasi-maluku.blogspot.com>).

Letak Kota Masohi bila dilihat dari pusat kota pemerintahan Provinsi Maluku yakni Kota Ambon, berjarak kurang lebih 250 km ke arah selatan. Perjalanan ini dapat ditempuh melalui transportasi darat dari Kota Ambon ke pelabuhan penyeberangan Mamoki Desa Tulehu. Setelah itu, perjalanan dilanjutkan menuju Pulau Seram, sejauh kira-kira 35 km. Untuk selanjutnya, dengan menggunakan kapal cepat selama kurang lebih 2,5 jam, untuk menuju pelabuhan Amahai. Dari Pelabuhan Amahai, perjalanan dilanjutkan lagi dengan menggunakan transportasi darat menuju Kota Masohi yang berjarak sekitar 5 km.

Aktivitas perdagangan merupakan aktivitas yang mendominasi kegiatan perekonomian masyarakat di Kabupaten Maluku Tengah, setelah aktivitas pertanian yang meliputi pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Pusat kegiatan perdagangan di kabupaten Maluku Tengah terletak di Pasar Binaya Masohi. Pasar ini merupakan pusat perdagangan besar dan eceran yang mencakup perdagangan kebutuhan pokok hingga elektronik (<http://informasi-maluku.blogspot.com>).

Pemilihan Pasar Binaya Masohi sebagai situs penelitian sudah tentu memiliki beberapa alasan, salah satunya yaitu Pasar Binaya Masohi merupakan pusat konsentrasi tempat Papalele melakukan aktivitas berjualan yang berasal dari berbagai negeri di Kabupaten Maluku Tengah. Selain itu, peneliti mendapatkan kemudahan dalam mengakses komunitas Papalele yang berjualan di lokasi tersebut. Bagi peneliti hal ini adalah hal yang menguntungkan, karena peneliti dapat

memasuki komunitas Papalele melalui kemudahan akses yang dimiliki oleh keluarga peneliti yang bermukim di Maluku Tengah. Hal ini disebabkan keluarga peneliti mengenal dekat dengan beberapa Papalele yang berjualan di Pasar Binaya Masohi. Dengan kata lain, peneliti mendapatkan kemudahan dalam mengakses komunitas Papalele yang berjualan di lokasi ini.

Kedekatan hubungan persaudaraan yang terjalin selama ini terwujud dari status langganan berbelanja keluarga peneliti dengan para Papalele yang berjualan di Pasar Binaya Masohi. Hal ini menjadikan peneliti dapat diterima dalam kehidupan mereka. Beragam proses penelitian terkait dengan pengumpulan data dapat berjalan tanpa halangan yang berarti, sesuai dengan yang diharapkan seperti yang telah diungkapkan sebelumnya.

Apa yang terlihat di Pasar Binaya Masohi, sebenarnya sama halnya dengan apa yang bisa kita saksikan di pasar-pasar tradisional lainnya di seluruh wilayah nusantara. Komoditas yang diperdagangkan oleh Papalele merupakan bahan-bahan pokok kebutuhan sehari-hari yang biasanya hanya dapat bertahan dalam kurun waktu terbatas, seperti sayur-sayuran, ikan serta rempah-rempah. Para Papalele hanya menggunakan peralatan yang sangat sederhana untuk dijadikan wadah berbagai komoditas yang diperdagangkan. Namun, peralatan yang sederhana tak menyurutkan semangat mereka dalam menjajakan barang jualannya. Semangat tersebut tercermin melalui antusias mereka menyapa para pengunjung pasar yang tengah melintas di depan barang jualan mereka. Berikut ini adalah kebiasaan mereka dalam mempromosikan dagangannya. “*Mari...mari ada ikang segar.....ada ikang lema....., ikang gora-gora....mau beli ikang apa?.....*” “*sayor-sayor...ada sayor terong, kangkong...kangkong*”, “*Mae....bali ikang asar”...ikang asar ibu?*”.

Aktivitas yang terjadi dalam kesehariannya dapat terlihat melalui Foto 4.1. Pada Foto 4.1 menunjukkan interaksi yang terjadi antar para calon pembeli, pembeli, dan komunitas Papalele yang berjualan secara *tandeng* di Pasar Binaya Masohi.

Foto 1.1
Suasana Pasar Binaya Masohi



B. Berbeda-beda dalam Kebersamaan

Setelah sebelumnya telah diuraikan gambaran keberadaan Pasar Binaya Masohi, maka di bagian ini uraian terkait tentang keberagaman Papalele yang berjualan di Pasar Binaya Masohi, baik itu terkait asal-usul Papalele maupun sistem *religi* yang dianut. Selain komunitas Papalele juga terdapat pedagang lainnya yang non Papalele menjalani aktivitas berjualan di Pasar Binaya Masohi, yaitu para pedagang pengopor. Para pedagang *pengopor* menjual komoditas hasil perikanan kepada Papalele untuk dijual kembali kepada konsumen. Aktivitas yang dilakukan oleh pedagang *pengopor* ikan (*bobo*) atau biasa juga disebut dengan “tukang opor” ini menjual berbagai jenis ikan kepada Papalele. Pemandangan seperti ini biasanya terjadi di pagi dini hari, namun kadang-kadang juga terlihat di siang hari. Pada Foto 4.2 berikut juga memperlihatkan bahwa ikan-ikan yang dijual oleh “tukang opor” disimpan dalam *parteng* (loyang/baskom) dan *konteiner* (para Papalele biasa menyebutnya).

Foto 1.2
Aktivitas Pedagang *Pengopor* yang Menjual Ikan Kepada Para Papalele



Komoditas hasil perikanan yang dijual Papalele biasanya berasal dari hasil laut di Kota Masohi, seperti ikan cakalang, ikan bobara, ikan momar (ikan lajang), ikan make (ikan teri), ikan kakatua, ikan salmanet, ikan tola, ikan gora-gora, *sontong* (cumi-cumi) dan ikan batu-batu. Namun, ikan-ikan tersebut dapat pula berasal dari hasil laut di luar kota Masohi seperti dari Negeri Amahai, Rutah, Soahuku, Tanjung, Sepa, Tamilou hingga Negeri Tehoru. Selain ikan mentah, ada pula beberapa Papalele yang berjualan ikan asar (ikan yang diasapi dengan menggunakan sabut kelapa). Ikan-ikan yang telah diasar tersebut didatangkan dari Desa Ruta dan Tanjung.

Sementara itu, hasil pertanian dan perkebunan yang biasanya banyak dijumpai, yaitu kelapa, *patatas* (ubi jalar), *kasbi* (singkong), *kaladi* (keladi), *sayor* (sayur-sayuran), *papaya* (pepaya), sagu, pisang, *lemon manis* (jeruk), *lemon cina* (jeruk nipis), *cili besar* (lombok besar), *cili kacili* (lombok kecil), *papinyo* (ketimun) dan lain sebagainya. Tentu saja, hasil pertanian dan perkebunan tersebut sama halnya dengan yang terdapat di daerah-daerah lainnya di seluruh Indonesia. Sedangkan untuk buah-buahan, semua negeri di Pulau

Seram menghasilkan jenis buah-buahan yang hampir sama dengan daerah-daerah lainnya seperti durian, langsung, manggis, jeruk, gandaria (buah endemik Maluku) dan lain-lain. Komoditas tersebut berasal dari berbagai negeri yang berada di Kecamatan Amahai dan Waipia, meliputi Negeri Makariki, Lesane, Sion, Airpapaya dan negeri-negeri lainnya yang berada di Pulau Seram. Negeri-negeri ini merupakan kelompok negeri hasil transmigrasi lokal yang berasal dari Pulau Teu Nila Serua (TNS). Para Papalele membeli barang dagangan tersebut dari pedagang pengumpul (*pengopor*) yang berasal dari daerah-daerah penghasil tersebut. Selain itu, ada juga Papalele yang membelinya di Kota Ambon untuk selanjutnya dijual di Pasar Binaya Masohi.

Perlu diketahui bahwa Papalele yang berjualan di Pasar Binaya Masohi berasal dari berbagai negeri di sekitar Kota Masohi, baik penduduk asli Maluku maupun masyarakat yang berasal dari Bau-Bau, Buton dan Bugis yang telah lama menetap di Maluku. Papalele yang merupakan penduduk asli Maluku berasal dari desa Letwaru, Sion, Airpapaya, Naulutetu, Ruta, Sepa, Tamilou di Pulau Seram, bahkan ada pula Papalele yang berasal dari Pulau Saparua. Namun, Papalele yang berasal dari Pulau Saparua berjualan di Pasar Binaya Masohi hanya pada hari-hari tertentu saja, yaitu pada hari Selasa dan Sabtu. Karena berada di pulau yang berbeda, sehingga perjalanan dari Pulau Saparua menuju Kota Masohi harus ditempuh melalui transportasi laut. Transportasi laut yang tersedia hanya dua kali dalam seminggu, yaitu pada hari Selasa dan Sabtu. Oleh karena itu, Papalele yang berasal dari Pulau Saparua hanya dapat berjualan di Pasar Binaya Masohi hanya dalam waktu dua kali seminggu, yaitu Selasa dan Sabtu.

Foto 1.3
Baju Cele yang Masih Digunakan oleh Papalele



Warna-warni Papalele yang berjualan di Pasar Binaya Masohi juga ditunjukkan dari sistem *religi* yang dianut. Ada Papalele yang beragama Kristen dan ada pula Papalele yang menganut agama Islam. Di Pasar Binaya Masohi, Papalele yang beragama Islam dan yang beragama Kristen dapat dibedakan melalui cara berpakaian mereka. Papalele yang menganut agama Kristen biasanya mengenakan jenis pakaian yang bagi masyarakat Maluku disebut dengan “baju *cele*”, seperti yang ditunjukkan pada Foto 4.3 di atas. Baju *cele* merupakan jenis kebaya khas Maluku yang dilengkapi dengan sarung bercorak kotak warna merah. Sementara itu, Papalele yang beragama Islam lebih memilih untuk menggunakan baju modern, beberapa diantaranya juga memakai jilbab.

Keberagaman warna Papalele seperti yang diuraikan di atas dapat tergambar melalui penuturan seorang Papalele, berikut ini:

“Katong Papalele di sini, seng beda-bedakan orang. Sama samua. Ada juga Papalele yang su lama di sini dari Bugis datang bajual di sini. Biasanya katong sama-sama ambe barang dari tukang opor yang datang di sini. Mar ada juga yang ambe dari Surabaya yang dijual di pasar Ambong deng Papalele laeng”. (N)

(Kami Papalele di sini, tidak membeda-bedakan orang. Semuanya sama. Ada pula Papalele yang sudah lama menetap di sini yang berasal dari Bugis berjualan di sini.

Biasanya kami bersama-sama membeli barang jualan dari pedagang pengumpul yang berjualan di sini. Akan tetapi ada juga Papalele yang membeli barang di pasar Ambon yang berasal dari Surabaya)

“N”, salah seorang Papalele yang memilih berjualan di pasar Binaya menjelaskan tentang keberadaan komunitasnya. Sambil bercerita, sesekali terlihat ia menata barang dagangannya agar terlihat lebih rapi. Duduk menunggu pembeli yang datang dan berharap membeli beraneka sayuran dan rempah-rempah yang dijualnya merupakan aktivitas rutin yang dilakukannya setiap hari.

Dari kutipan hasil wawancara di atas, ungkapan yang berbunyi “*Katong* Papalele di sini, *seng* beda-beda orang. Sama samua. Ada juga Papalele yang *su* lama di sini dari Bugis datang *bajual* di sini...” menunjukkan bahwa para Papalele tidak hanya berasal dari Maluku, namun juga dari berbagai penjuru daerah yang telah lama menetap di Maluku. Istilah indeksikalitas yang terdapat dalam penuturan N pada kata “*katong*” berarti “kami” Papalele yang berjualan di Pasar Binaya, sedangkan kata “*seng*” memiliki arti “tidak”, sementara itu kata “*di sini*” merupakan konsep indeksikalitas menunjukkan pada tempat berjualan, yaitu di Pasar Binaya Masohi. Makna reflektivitas yang terkandung dalam konsep indeksikalitas yang diungkapkan oleh Nursani mengisyaratkan prinsip hidup yang senantiasa dijunjung tinggi oleh komunitas Papalele bahwa keberagaman Papalele yang berjualan di Pasar Binaya tidak menjadi sekat pemisah antara mereka dalam menjemput rejeki setiap harinya.

Hasil wawancara dengan Papalele dan hasil observasi peneliti menunjukkan bahwa nilai kebersamaan sangat mewarnai keberagaman warna Papalele dalam berbagai sendi berkehidupan yang dijalani oleh komunitas ini seperti yang ditunjukkan dalam aktivitas pembelian barang dagangan yang akan dijualnya kembali. Walaupun terdapat perbedaan-perbedaan suku bangsa dan agama, komunitas Papalele yang berjualan di Pasar Binaya Masohi dapat berbaur satu sama lain. Setiap harinya, mereka hidup berdampingan dan bekerja sama, saling berinteraksi di dalam melakukan aktivitas berjualan, tanpa harus dibatasi oleh adanya perbedaan asal dan agama yang dianut. Kebersamaan yang mewarnai rutinitas sebagai seorang

Papalele sarat dengan pedoman hidup. Pedoman hidup tersebut dapat dijadikan sebagai panutan dalam pergulatan arus modernisasi yang membawa konsep hidup individualistis di berbagai sendi kehidupan bermasyarakat dewasa ini.

C. Papalele Hakikat dan Sejarah

Setelah menyusuri perjalanan menuju Pasar Binaya Masohi untuk mengantarkan pada penjelasan tentang komoditas yang diperdagangkan, asal daerah hingga sistem *religi* yang dianut oleh Papalele yang berjualan di Pasar Binaya Masohi, maka pada bagian ini akan diungkapkan apa sebenarnya yang dimaksud dengan Papalele serta hal-hal yang terkait mengenai asal mula kehadiran Papalele di tengah-tengah masyarakat Maluku.

Tidak dapat dipungkiri walaupun hanya sebagai pedagang kecil, namun keberadaan Papalele patut untuk diapresiasi. Melalui retribusi yang dikenakan setiap hari di Pasar Binaya Masohi, komunitas Papalele tentu saja memiliki andil dalam proses pembenahan pembangunan daerah terutama pascakerusuhan yang melanda Maluku di tahun 1999. Dapat dikatakan bahwa Papalele merupakan aset yang dimiliki Kabupaten Maluku Tengah karena berkontribusi langsung terhadap sektor publik. Namun, dari manakah kata “Papalele” berasal sehingga para pedagang kecil ini disebut sebagai “Papalele”?

Berbicara tentang asal kata “Papalele” memang terdapat beberapa pendapat. Pada umumnya masyarakat Maluku mengenal Papalele sebagai sebutan untuk orang-orang yang berjualan. Hal ini terungkap dari hasil wawancara dengan Saniri Negeri Amahai Kabupaten Maluku Tengah, berikut ini.

“Sebenarnya, Papalele itu sebutan untuk orang yang berjualan, yang terlebih dahulu membeli barang dagangannya untuk dijual. Papalele yang berjualan ikan, dia membeli ikan terlebih dahulu lalu menjualnya kembali. Ada juga Papalele yang menjual sayur-sayuran atau sagu, macam-macam. Papalele itu, bisa juga sebutan untuk orang yang berjualan dengan keliling-keliling”.
(YL)

“YL”, seorang bapak yang bersahaja senantiasa menunjukkan sikap bersahabat terhadap siapa saja yang menemuinya. Siang itu di toko kecil miliknya, ia mengungkapkan tentang keberadaan Papalele. Seolah tak ingin jauh dari senyum tipis yang dilemparkan pada setiap kalimat yang dituturkan, beliau menjelaskan tentang apa yang dimaksud dengan Papalele. Penjelasan tersebut menyiratkan bahwa Papalele ditujukan kepada orang-orang yang melakukan aktivitas penjualan bahan kebutuhan pokok masyarakat Maluku. Orang-orang yang berjualan dengan cara berjalan kaki berkeliling-keliling menyusuri rumah-rumah penduduk juga disebut sebagai Papalele.

Apa yang dituturkan oleh YL di atas mirip dengan pengertian Papalele sebagaimana yang diungkapkan oleh Soegijono (2008) yang berpendapat bahwa Papalele sama halnya dengan seorang agen, yaitu seorang perantara yang menghubungkan pihak konsumen dan produsen. Papalele melakukan penjualan komoditas bahan kebutuhan pokok dengan terlebih dahulu melakukan proses pembelian dari pihak produsen. Pengertian Papalele seperti yang diungkapkan Yulius Lasamahu di atas juga pada dasarnya sama dengan pendapat Souisa (1999:38) yang dirujuk oleh Soegijono (2008) yang menyatakan bahwa kata Papalele berasal dari istilah lokal daerah Maluku, yaitu *cakalele*. *Cakalele* ialah nama sebuah tarian perang tradisional Maluku, yang berarti “bergerak-gerak maju berkeliling”. Tarian ini disajikan pada perayaan adat atau biasa juga terdapat di acara penyambutan tamu. Tari *cakalele* seperti yang terlihat pada foto berikut ini, juga dikenal sebagai jenis tarian penghormatan kepada arwah nenek moyang masyarakat Maluku. Dalam melakukan tarian ini, biasanya arwah nenek moyang mereka dapat memasuki tubuh si penari. Penduduk asli Maluku mempercayai bahwa tarian ini merupakan tarian persembahan kepada arwah nenek moyang mereka. Selain terkait dengan tarian *cakalele*, pendapat Souisa (2008) mengungkapkan bahwa jika ditinjau dari segi akar kata, “Papalele” terdiri dari dua suku kata, yaitu *papa* yang berarti membawa atau memikul dan *lele* yang mengandung arti berkeliling. Jadi, Papalele adalah sebutan orang-orang yang berjualan kebutuhan pokok dengan cara berkeliling ke rumah-rumah penduduk membawa kebutuhan pokok yang dijual. Bila di Jawa, pedagang semacam ini dikenal dengan istilah pedagang keliling. Pendapat tersebut juga tidak jauh

berbeda dengan apa yang diungkapkan oleh Takara dan Pieter (1998:104) yang menyatakan bahwa Papalele berarti melakukan kegiatan berdagang bahan-bahan kebutuhan sehari-hari, misalnya sagu, ikan dan sayur. Sementara itu, istilah Papalele ini juga diungkapkan oleh Soegijono (2011:85) melalui hasil wawancaranya dengan Pelupessy¹ pada tahun 2009, yang menyatakan bahwa konsep Papalele lebih dekat pada pemahaman “*pas par makang*”. “*Pas par makang*” berarti “cukup untuk makan”.

Foto 1.4
Tarian Cakalele



(Foto:Halmaherautara.com)

Meski demikian, Soegijono (2011:94) menyatakan bahwa kata Papalele berasal dari bahasa Portugis yang mengalami pergeseran “ucapan”, dari kata *papalve* yang bisa diartikan sebagai “suatu usaha individu yang sederhana”. Fakta ini kenyataannya sangat terkait dengan keberadaan Papalele dengan pola perilaku mereka yang sangat sederhana. Kesederhanaan tersebut tercermin melalui jumlah modal yang dimiliki dan jumlah komoditas yang dijual, yaitu hanya dalam jumlah kecil. Kesederhanaan ini dapat juga terlihat dari peralatan yang

¹ Pelupessy merupakan dosen Jurusan Sosiologi Fakultas ISIP Universitas Pattimura Ambon

digunakan dalam melakukan aktivitas penjualan. Simpulan ini juga didukung oleh hasil wawancara dengan seorang dosen Universitas Kristen Indonesia Maluku (UKIM) yang telah mengkaji tentang keberadaan Papalele di Ambon. Di salah satu ruangan berukuran 3 x 5 meter di Fakultas Ekonomi UKIM, siang itu PS pada saat wawancara, dengan antusias menceritakan tentang identitas seorang Papalele, berikut ini:

“Bila dilihat dari fungsinya, Papalele sama dengan pedagang lainnya, yaitu sama-sama melakukan aktivitas penjualan, dengan terlebih dahulu membeli barang dagangan untuk dijual kembali. Yang membedakan Papalele dengan pedagang lain, yaitu terletak pada kapasitas produksinya yang terbatas. Papalele sampai turun-temurun pun, kalo sudah mendapatkan keuntungan sedikit, mereka sudah merasa puas. Usaha Papalele tidak berkembang, namun hanya sebatas mampu bertahan saja dari waktu ke waktu. Berbeda dengan pedagang lain, yang lebih berorientasi untuk mengembangkan usahanya terus-menerus. Kalo Papalele... ya...Papalele, menurut konsep Papalele, berbeda dengan konsep pedagang lainnya. Mereka tidak melebarkan sayap seperti pedagang-pedagang yang lain”.

Hadirnya Papalele di ruang kehidupan masyarakat Maluku memiliki tujuan yang sangat sederhana. Karakteristik kesederhanaan konsep hidup Papalele secara eksplisit ditunjukkan dari tujuan perolehan keuntungan hasil penjualan. Usaha Papalele tidak berkembang, namun hanya sebatas mampu bertahan saja dari waktu ke waktu. Bagi Papalele yang terpenting adalah dapat membawa pulang sedikit rejeki untuk makan dan membiayai kebutuhan hidup keluarga mereka. Satu hal yang membedakan Papalele dengan pedagang lainnya, yaitu Papalele tidak bertujuan untuk melebarkan sayap dagangannya, namun sebatas tetap eksis dalam melakukan aktivitas penjualan dari waktu ke waktu dengan jumlah komoditas yang terbatas.

Walaupun usaha yang dirintis oleh Papalele dari suatu masa ke masa tidaklah mengalami perkembangan dari sisi kuantitas barang dagangannya. Namun bukan suatu keniscayaan bila keuntungan kecil

yang diperoleh dari hasil berjualan dapat membuahkan investasi jangka panjang. Hal ini diungkapkan oleh salah seorang informan sebagai berikut:

“Beta bajual nih u....su lama lai.... dari ana-ana masi kacili. Skarang beta pung ana yang paling kacili su SMA kelas satu, yang paling basar su selesai kuliah di UIN Makassar, skarang jadi guru honor. Beta pung ana yang kadua su kuliah semester tiga” [sambil menunjukkan sorot mata yang berbinar-binar] (AI)

(Saya berjualan ini sudah sangat lama...sejak anak-anak masih kecil. Saat ini, anak saya yang paling kecil sudah SMA kelas satu, yang paling besar sudah selesai menyelesaikan kuliahnya di UIN Makassar, sekarang sudah menjadi guru honorer. Anak saya yang kedua sudah kuliah semester tiga)

Pagi itu, sekitar pukul 10.00 WIT. Saat cahaya matahari mulai membelai Kota Masohi, mengusir dengan perlahan dinginnya pagi yang masih juga kukuh bertahan. Mendengar penuturan “AI” tersebut, membuat peneliti terperangah dan kagum. Betapa tidak, hanya dengan berjualan kecil-kecilan sebagai mata pencahariannya, ibu paruh baya ini mampu menyekolahkan anaknya hingga ke luar Maluku guna mencapai gelar sarjana. Saat itu, dengan menunjukkan sorot mata yang berbinar-binar, ungkapan indeksikalitas terlontar dari seorang “AI”: *“Beta bajual nih u... su lama lai... dari ana-ana masi kacili. Skarang beta pung ana yang paling kacili su SMA kelas satu, yang paling basar su selesai kuliah di UIN Makassar.”* Secara reflektif konsep indeksikalitas tersebut menyiratkan tentang kebanggaan seorang “AI” sebagai Papalele. “AI” yang menjalani hidup sebagai Papalele sejak beberapa tahun yang silam ternyata mampu menorehkan goresan tinta emas dalam kehidupan keluarganya. Walaupun sehari-harinya hanya mendapatkan penghasilan yang kecil, ia mampu membiayai anak-anaknya ke jenjang pendidikan yang memadai.

Baru saja “AI” berkisah, tiba-tiba muncul seorang calon pembeli lainnya yang menghampiri. Kisah ini terlukiskan melalui percakapan berikut.

“Ada jual apa *Ma?*” Tanya seorang pembeli kepada “AI”.

“*Sontong*”, jawab “AI” tangkas.

“Barapa satu *tampa?*” Tanya calon pembeli yang tentu saja ingin mengetahui harga *sontong* yang dikeku (dijinjing) di atas kepala Papalele tersebut.

“Cuma sapulu ribu *lai*, nih tinggal dua *tampa*”, jawabnya (seraya menunjukkan *sontong* yang diisi di *parteng* berwarna hijau).

Sedikit membungkuk sambil mengarahkan pandangannya ke *sontong* (cumi) yang ada di *parteng*, calon pembeli ini berujar, “satu *tampa sa*, tamba sadiki *Ma!*” Pintanya.

Mendengar permintaan calon pembelinya, ia menjawab, “tunggu e...*beta lia dolo*, bergegas AI mengeluarkan sepotong kayu yang digunakannya sebagai alat ukur untuk mengukur jumlah *sontong* yang ada di *partengnya*.

Dengan tangkas, AI membagi dua bagian yang sama *sontong-sontong* (cumi-cumi) yang berada dalam *parteng* miliknya. Kemudian ia pun menjawab, “*bole, beta tamba sadiki par ibu e...*”, dan *sontong* yang terjual pun diisi di sehelai kantong plastik berwarna hitam. Kantong plastik tersebut selanjutnya diserahkan ke pembeli, sembari meraih sehelai uang kertas Rp.10.000,- dari tangan pembeli tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dapat disimpulkan bahwa keberadaan Papalele yang selalu hadir dalam ruang publik dan wilayah pasar tradisional, pada kenyataannya sebagian besar dilakukan oleh kaum ibu-ibu. Seperti halnya dengan “AI” yang mewakili Papalele lainnya. “AI”, setiap harinya berjualan dengan cara *tandeng* di Pasar Binaya Masohi, kemudian dilanjutkan dengan *baronda* ke rumah-rumah penduduk.

Papalele yang merupakan para penjual berkarakteristik feminin selalu dinantikan kehadirannya oleh masyarakat Maluku. Masyarakat Maluku senantiasa “bersentuhan” dengan Papalele melalui interaksi di saat berbelanja kebutuhan harian, baik dengan Papalele yang *baronda* ataupun dengan Papalele yang *tandeng* di pasar.

Terkait dengan keberadaan Papalele, memang hingga saat ini belum terdapat sumber yang baku untuk menemukan awal mula perjalanan sejarah munculnya Papalele di Maluku sebagai lembaga non formal. Asal mula hadirnya Papalele, selama ini hanya diperkuat oleh dukungan pendapat dari tokoh masyarakat yang mengetahui hal-hal terkait dengan Papalele yang hadir di tengah-tengah mereka, sebagai masyarakat Maluku. Namun demikian, terdapat pula beberapa penelitian yang membahas tentang keberadaan Papalele.

Berbicara tentang kehadiran Papalele di tengah-tengah masyarakat Maluku, memunculkan beberapa pendapat. Menurut Souisa (1999:38-43) yang diacu oleh Soegijono (2011:90-91), awal hadirnya Papalele digambarkan melalui sejarah Papalele dalam tiga alur. *Pertama*, kehadiran Papalele diawali melalui mekanisme perdagangan secara *barter*. *Kedua*, keberadaan kelompok perempuan yang disebut *jojaro* yang menempuh perjalanan yang jauh secara bersama-sama ke pasar. *Jojaro* menurut Takara dan Pieter (1998:64) artinya wanita yang sudah dewasa. Dan *ketiga*, akibat ketimpangan sosial, budaya dan ekonomi, sehingga memicu hadirnya identitas diri sebagai Papalele. Alur pertama dalam sejarah tersebut juga dipertegas dalam penuturan Saniri Negeri Amahai berikut ini.

“Papalele itu ada sejak dulu. Dimulai dari bentuk perdagangan secara barter, mereka tukar-menukar hasil kebun atau hasil laut, seperti sayur-sayuran, buah-buahan dan ikan. Perdagangan semakin berkembang setelah uang dikenal sebagai alat pertukaran”. (YL)

Poin penting yang bisa dipetik dari penuturan “YL” di atas adalah bahwa sejarah hadirnya Papalele, ternyata berawal dari kisah perdagangan yang dilakukan secara *barter*. Kebutuhan masyarakat yang berbeda satu sama lain antar keluarga, menjadikan berlakunya pertukaran hasil kebun dengan kekayaan hasil laut yang dimiliki. Aktivitas perdagangan pada masyarakat Maluku mengalami

perkembangan seiring dengan dikenalnya uang sebagai alat pertukaran.

Sejalan dengan apa yang telah diungkapkan oleh “YL”, keberadaan Papalele di Maluku Tengah juga tergambarakan melalui penuturan dari seorang tokoh masyarakat Maluku, berikut ini.

“Papalele di Maluku Tengah ini berkembang sejak transportasi itu muncul di tahun 1975, dengan masuknya pedagang-pedagang lainnya dari berbagai negeri. Sebelumnya, belum ada Papalele dari negeri-negeri yang lain, karena mau jual ke sini tidak ada sarana transportasi. Jadi hasil pertanian, perkebunan cuma diperjualbelikan di negeri-negeri mereka saja, belum secara meluas ke yang lainnya. Nanti di saat transportasi itu lancar, baru ada Papalele dari negeri lain yang datang ke sini. Sejak transportasi sudah semakin lancar, Papalele juga semakin banyak. Dari penduduk sini sampai Papalele yang datang dari berbagai negeri”.

“M.H” merupakan seorang anggota masyarakat Maluku yang mengetahui banyak tentang keberadaan Papalele. Selama ini beliau telah mengabdikan diri sebagai pengawas sanitasi lingkungan pasar yang dijalaninya selama bertahun-tahun. Pribadi yang menyenangkan, menjadikan peneliti tidak bosan-bosannya untuk bertanya segala sesuatu yang berhubungan dengan komunitas Papalele. Balutan senyum ramah tidak pernah lepas ia tampilkan ketika memberikan petunjuk tentang awal perkembangan perdagangan yang dilakukan oleh komunitas Papalele di Maluku Tengah.

Perkembangan aktivitas Papalele dimulai sejak tahun 1975, yaitu sejak terdapatnya kemudahan sarana transportasi. Para Papalele yang berasal dari berbagai desa dapat menjual barang dagangannya ke luar desa mereka, khususnya di Pasar Binaya Masohi yang merupakan pusat konsentrasi kegiatan perdagangan di Kabupaten Maluku Tengah. Dampak yang ditimbulkan dari adanya kemudahan sarana transportasi ini tentu sangat berbeda bila dibandingkan sebelum tahun 1975.

D. Sejarah Papalele: Mengurai Kelaluan pada Wajah Papalele Kini

Pada bagian ini akan diungkapkan mengenai sejarah kehadiran Papalele dan pergeseran-pergeseran simbol kebudayaan yang menjadi ciri khas Papalele dahulu. Gambaran tentang hal ini terungkap melalui hasil wawancara dengan seorang akademisi berikut ini.

“Dulu ketika seorang anak perempuan tidak bisa melanjutkan pendidikan ke jenjang SMP, maka dia wajib hukumnya, oleh lingkungan sosial mewajibkan memakai kebaya dan tempatnya berjualan ada di pasar. Penjualan itu disebut Papalele. Tapi bagi anak yang kemampuan orang tuanya cukup, bisa untuk membiayai sekolah, maka dia bisa melanjutkan pendidikan ke SMP tanpa harus menggunakan kebaya. Dia menggunakan pakaian biasa yang sudah modern. Nah, kebaya sebetulnya menegaskan perbedaan identitas sosial masyarakat dulu, bahwa ini loh... perempuan-perempuan yang tidak lagi mengenyam pendidikan. Kebaya ini untuk menegaskan pembeda antara perempuan yang sekolah lanjut dan tidak. Nah sekarang memang mulai bergeser. Akibat dari tidak ada lagi sistem strata sosial yang berlaku. Tapi bagi sebagian masyarakat masih berlaku. Cuma untuk menegaskan identitas mereka. Ada satu kasus bahwa seorang anak perempuan dapat melanjutkan pendidikannya sampai SMA dan akhirnya dia bekerja. Namun, setelah menikah beberapa tahun, suaminya meninggal dunia. Akhirnya dia sendiri sebagai penopang keluarga, maka setiap selesai kantor dia pulang ke rumah menggunakan kebaya lalu dia pergi ke pasar berjualan. Nanti aktivitas biasa baru pake pakaian biasa. Seluruh aktivitas yang berkaitan dengan berjualan lagi baru menggunakan kebaya. Itu kasus bagaimana sebetulnya orang menegaskan identitas itu”.
(PS)

Secara reflektif kutipan hasil wawancara dengan “PS” di atas menyiratkan bahwa aktivitas perempuan Papalele sudah muncul sejak lama dan menjadi salah satu aktivitas dagang yang dilakukan secara tradisional oleh perempuan atau ibu-ibu rumah tangga. Aktivitas sebagai Papalele juga merupakan suatu tradisi yang harus dijalani oleh seorang anak perempuan yang sudah tidak dapat lagi melanjutkan pendidikan. Dahulu identitas sebagai Papalele tercermin melalui pakaian kebaya yang harus dikenakan pada saat melakukan aktivitas berjualan. Penggunaan kebaya juga dapat dimaknai sebagai bentuk penegasan terhadap identitas sosial masyarakat.

Seiring dengan perkembangan zaman, tradisi penggunaan kebaya untuk perempuan yang berprofesi sebagai Papalele sudah mengalami pergeseran, hal ini disebabkan saat ini tidak berlaku lagi sistem strata sosial di masyarakat Maluku, sehingga tradisi penggunaan kebaya sudah ditinggalkan oleh sebagian Papalele dalam melakukan aktivitas penjualan. Terkait dengan hal tersebut, selanjutnya PS menandakan:

“.....dahulu, Papalele yang muslim menggunakan kebaya putih. Kalo Papalele yang memeluk Agama Kristen, mereka menggunakan kebaya kotak-kotak berwarna merah. Tapi, disebabkan perkembangan zaman, hal ini sudah mengalami pergeseran”.

Realita yang ada saat ini, bagi masyarakat Papalele yang menganut Agama Islam sudah tidak menggunakan kebaya lagi seperti yang dilakukan oleh generasi Papalele sebelum mereka. Papalele muslim dalam menjalani aktivitas penjualannya menggunakan pakaian modern layaknya digunakan oleh masyarakat luas. Namun, Papalele yang non muslim masih tetap mempertahankan tradisi ini, yaitu dengan menggunakan baju *cele* (sejenis kebaya khas Maluku) serta memakai sarung kotak warna merah seperti yang telah diungkapkan sebelumnya. Pergeseran tradisi kini mengiringi aktivitas penjualan yang dilakukan Papalele. menggunakan perlengkapan tradisional seperti yang diungkapkan pada bagian lain pada bab ini. Saat ini, Papalele dalam melakukan aktivitas penjualannya sebagian besar menggunakan *parteng* (baskom/loyang yang berbahan dasar plastik) dapat saja disebabkan bahan perlengkapan yang terbuat dari anyam-

anyaman tersebut kini telah dikalahkan oleh produk dari bahan plastik. Selain itu produk plastik harganya juga lebih murah serta penggunaannya yang lebih praktis, seperti yang ditunjukkan pada Foto 1.5 berikut ini:



senada dengan penjelasan Maswekan (2012) yang menyatakan bahwa Papalele merupakan salah satu jenis sektor informal yang menjalani rutinitasnya sebagai seorang penjual yang dikenal oleh masyarakat Maluku memiliki keuletan dalam menjalankan usahanya. Karena ketangguhan, kesabaran dan keuletan yang dimiliki dalam berusaha, maka Papalele dapat dikatakan

memiliki jiwa wirausaha murni (*pure entrepreneur*). Sejalan dengan itu, informasi tersebut didukung oleh penuturan yang diutarakan oleh seorang Papalele yang berjualan patatas (ubi), berikut ini:

“Beta pung suami ada batara beca, jadi beta musti bakarja. Tiap hari beta tandeng di sini jua....batunggu pambali. Biar bagemana beta musti mencari rejeki sasadiki” |dengan sorotan mata yang sedikit menerawang sembari mengulum senyum tipis ke arah peneliti| (I)

(“Pekerjaan suami saya adalah menarik becak, jadi saya harus bekerja. Tiap hari saya tandeng di sini juga....menunggu pembeli. Biar bagaimana pun saya tetap harus mencari rejeki walaupun hanya sedikit”).

Aktivitas yang dijalani “I” sebagai Papalele, mengharuskannya duduk (*tandeng*) di Pasar Binaya Masohi sejak pagi hingga sore hari sekitar pukul 16.00 WIT. Duduk (*tandeng*) di pinggiran jalan Pasar Binaya Masohi telah ia jalani selama bertahun-tahun jauh sebelum kerusuhan melanda masyarakat Maluku di tahun 1999. Walaupun

siang itu, matahari sangat menyengat membasuh jalan di depan Pasar Binaya Masohi, namun tak menyurutkan semangat “I” untuk terus berjualan. Memang, setiap harinya Ibah hanya duduk di tempat tersebut menantikan pembeli yang datang untuk membeli patatas (ubi) yang dijualnya. Bila diperhatikan secara seksama, ungkapan indeksikalitas dalam penuturan tersebut selain tercermin pada kata “di sini” yang mengisyaratkan tempat berjualan Ibah, yaitu di pinggir jalan yang berada di depan Pasar Binaya Masohi juga terungkap melalui bahasa tubuh yang diekspresikan oleh “I”, yaitu dengan “sorotan mata yang sedikit menerawang sembari mengulum senyum tipis ke arah peneliti”. Hal ini menunjukkan bahwa keprihatinan terhadap kondisi perekonomian yang dialaminya pada akhirnya melahirkan semangat juang untuk mencari nafkah dengan menggeluti profesi sebagai seorang Papalele.

Hasil wawancara dan pengamatan peneliti menunjukkan bahwa memang pada umumnya seorang ibu rumah tangga yang memutuskan untuk menjadi Papalele disebabkan oleh keinginan untuk membantu suami dalam menopang kehidupan keluarga. Apa yang diungkapkan Ibah sebenarnya merupakan wujud penegasan seorang Papalele bahwa keputusan untuk menjadi Papalele lebih disebabkan oleh keinginan untuk membantu sang suami. Penghasilan suami yang dirasakannya tidak mencukupi dalam memenuhi kehidupan keluarga, memanggil jiwa mereka untuk turut serta mencari nafkah. Satu hal yang menarik untuk dicermati adalah keberadaan Papalele dalam melakukan aktivitasnya tidak dapat dipisahkan dengan tradisi yang senantiasa menyertai aktivitas mereka. Tradisi tersebut sekaligus menjelaskan tentang identitas diri mereka sebagai seorang Papalele.

E. Menjemput Impian melalui *Tandeng* dan *Baronda*

Pada bagian sebelumnya telah disinggung bahwa ciri tradisional Papalele yang masih tetap dipertahankan dan menjadi identitas mereka yaitu pola berjualan dengan cara *baronda* dan *tandeng*, oleh karena itu setiap hari di pasar Binaya Masohi terlihat pemandangan aktivitas Papalele yang berjualan dengan cara *tandeng* seperti yang terlihat di foto berikut ini:

Foto 1.6
Papalele yang Berjualan Secara *Tandeng*



Foto di atas berkisah tentang interaksi yang terjadi antara Papalele yang berjualan secara *tandeng* dengan para pembelinya. Nampak pada foto tersebut, seorang Papalele yang menjual beraneka ragam sayuran, antara lain terong, patatas, papinyo dan beberapa jenis sayur-sayuran lainnya memberikan kebebasan kepada pembelinya untuk memilih sayur-sayuran yang dikehendakinya. Papalele tersebut memilih untuk *tandeng* di emperan toko yang berada tepat di depan Pasar Binaya Masohi.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, pada umumnya lokasi *tandeng* yang dipilih oleh Papalele adalah di pasar Binaya Masohi karena di Pasar Binaya Masohi terdapat banyak calon pembeli yang berkunjung setiap harinya. Hal ini seperti juga yang dituturkan oleh seorang Papalele berikut ini:

“Beta ni.... asli dari Sion, datang bajual di sini sa.... Beta jual sayor, lemon cina, tomat *deng papinyo*, macam-macam ni..... Samua ni..... beta ambe dari Waipia” ujar Eteh Sapuleteh [sambil mengarahkan pandangannya ke arah sayur-sayuran yang dijualnya]. “Biasa beta turun dari rumah jam ampa subu, barang *su* banya yang mo bali.....

Beta pulang ke rumah kalo *su* sore, ada jam ampa sore bagitu”, ujarnya lagi.

(Saya ini asli dari Sion (sebuah desa di kecamatan Waipia Kabupaten Maluku Tengah, sekitar 20 km dari Kota Masohi), datang berjualan di sini saja. Saya menjual sayur-sayuran, jeruk nipis, tomat dan ketimun, bermacam-macam. Semua ini saya membelinya dari Desa Waipia (pusat penghasil sayur-sayuran di Kabupaten Maluku Tengah) Biasanya saya berangkat dari rumah jam 4 subuh, karena sudah banyak pembeli yang menanti. Saya baru pulang ke rumah se usai berjualan bila hari sudah sore, sekitar jam 4)

Pagi itu sekitar pukul 09.00 WIT, “E” mengisahkan tentang keberadaan dirinya sebagai seorang Papalele. “E”, seorang Papalele yang telah paruh baya ini dalam kesehariannya selalu mengenakan baju *cele* dalam melakukan aktivitasnya. Setiap saat ia selalu berupaya menyapa siapa pun yang melintas di depan beliau. “*Nyong.....mo bali apa.....?.....Nona.....ni...ada sayor.....ada papinyo....ada terong...banyak ni....*” “E” mencoba menarik perhatian para pengunjung Pasar Binaya yang melintas di depannya.

Hasil wawancara dengan “E” dan hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa setiap harinya “E” lebih memilih berjualan secara *tandeng* di Pasar Binaya Masohi. Hal ini disebabkan, berjualan secara *tandeng* tidak membutuhkan energi yang besar untuk berjalan kaki menyusuri rumah-rumah penduduk. Selain itu, berjualan secara *tandeng* juga menjanjikan keuntungan yang diharapkan karena sejak dini hari setiap harinya banyak para calon pembeli yang mengunjungi pasar tersebut. Jadi, memilih cara berjualan secara *tandeng* merupakan panggilan hati “E” yang meyakini bahwa sayur-sayuran yang dijualnya senantiasa dinantikan oleh konsumennya di pasar tersebut, walaupun tanpa mengeluarkan energi yang besar menemui para calon pembeli seperti dengan cara *baronda*.

Selain berjualan *tandeng*, juga terdapat Papalele yang memilih berjualan dengan berjalan kaki menemui para pembeli. Cara berjualan “menjemput bola” ini dikenal oleh masyarakat Maluku dengan

sebutan *baronda*. Pola berjualan Papalele ini dipertegas oleh Saniri Negeri Amahai dalam petikan wawancara berikut ini:

“.....tapi selain yang berkeliling-keliling, ada juga Papalele yang duduk di pasar menunggu pembeli atau *tandeng* istilahnya di sini. Biasanya Papalele menggunakan loyang atau bakul yang terbuat dari pelepah sagu, kalo yang dijualnya sagu, seperti Papalele yang tadi lewat....”, seru YL |seraya mengarahkan pandangan peneliti ke arah jalan dengan menggunakan telunjuknya| “Orang di sini menyebutnya *olal*. *Olal* yang digunakan biasanya berisi sagu dari Saparua. Kalo Papalele yang keliling-keliling, masyarakat sini menyebutnya *baronda*”, serunya lagi.

Pernyataan informan di atas, menjelaskan tentang pola berjualan dan variasi komoditas yang dijual dalam aktivitas Papalele. Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa pola berjualan Papalele dilakukan secara *baronda* dan *tandeng*. Istilah *tandeng* berarti berjualan dengan cara duduk di suatu tempat untuk menunggu pembeli. Sementara itu, *baronda* memiliki arti berjualan dengan cara berkeliling-keliling menyusuri rumah-rumah penduduk.

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti, Papalele yang berjualan secara *baronda* setiap harinya mengisi ruang kehidupan masyarakat Maluku. Oleh karena itu, tidak mengherankan bila transaksi antara Papalele dan para pembelinya juga dapat berlangsung di rumah-rumah penduduk setempat. Karena kemudahan yang ditawarkan oleh Papalele inilah menjadikan kehadiran Papalele selalu dinanti oleh masyarakat Maluku untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka sehari-hari. Tradisi transaksi dari rumah ke rumah inilah yang menjadikan Papalele selalu mendapatkan tempat di hati masyarakat Maluku, sehingga membawa Papalele dapat bertahan dari waktu ke waktu.

Tidak hanya itu, ada juga Papalele yang memilih berjualan *tandeng* di pasar kemudian dilanjutkan dengan *baronda* dari rumah ke rumah. Hal ini tergambar melalui penuturan Papalele, berikut ini:

“Tiap hari *beta* bajalan, *baronda* ka ruma-ruma kalo di pasar *beta* rasa pambali *su* tinggal sadiki.... Skarang *beta* bajual sontong *sa*..... biasa ikang. Kalo dolo.... *beta* bajual

sayor *deng* ikang *mar* sayor balong abis, *beta pung* ikang tatinggal. Barang kalo ikang *deng* sayor, *beta* ba angka paling barat”, ujar AI [seraya mengerutkan dahinya dengan mata setengah terpejam]. “Jadi tiap hari cuma ikang *sa....* ato *sontong* yang *beta* bawa akang”, ujarnya lagi [dengan suara yang datar.

(Setiap harinya saya berjualan dengan berjalan kaki, berkeliling dari satu rumah ke rumah lainnya kalau di pasar saya merasa pembeli sudah sangat sedikit. Saat ini saya menjual cumi-cumi saja... biasa juga ikan. Kalau dahulu, saya berjualan sayur dan ikan tapi sayur belum habis terjual, ikan saya tidak laku. Kalau ikan dan sayur yang saya jual secara bersamaan, saya merasakan terlalu berat untuk saya angkat. Jadi setiap harinya saya hanya menjual ikan saja atau cumi-cumi saja)

Dalam kutipan tersebut secara eksplisit terdapat ungkapan indeksikalitas yang menyatakan “Tiap hari *beta* bajalan, *baronda* ka ruma-ruma kalo di pasar *beta* rasa pambali *su* tinggal sadiki...”. Secara reflektif menunjukkan bahwa melakukan aktivitas penjualan di pasar menunggu pembeli dan dilanjutkan dengan berjalan kaki dari rumah ke rumah merupakan alternatif pola berjualan yang dipilihnya. Bila AI merasa pembeli di pasar sudah agak berkurang, maka ia meninggalkan Pasar Binaya Masohi untuk menyusuri jalan menemui para pembeli.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, memang tidak banyak Papalele yang memilih untuk berjualan dengan cara *tandeng* sekaligus *baronda*, seperti halnya yang dilakukan oleh “AI”. *Baronda* berkilo-kilo meter jaraknya menyusuri jalan sambil membawa barang jualan yang dijinjingnya (*keku*) di atas kepala, dapat dikatakan merupakan pola berjualan yang sangat efektif karena tidak menunggu waktu lama komoditas yang dibawa Papalele habis terjual.

Foto 1.7 Papalele yang Berjalan Secara *Tandeng* dan *Baronda*



Foto 4.7. Namun juga terdapat Papalele yang menggunakan motor untuk *baronda* menjual ikan. Tentu saja Papalele yang memilih *baronda* dengan menggunakan motor dapat menjangkau daerah-daerah yang lebih jauh jaraknya dibandingkan dengan Papalele yang hanya berjalan kaki. Biasanya, para Papalele yang menggunakan motor tidak memasuki wilayah penjualan yang dimasuki oleh Papalele berjalan kaki.

Sasaran Papalele yang menggunakan motor adalah rumah-rumah penduduk yang memiliki jarak yang jauh dari pasar Binaya Masohi, sehingga diantara mereka tidak merasa ada persaingan dalam menjajakan barang dagangannya.

Dalam menjajakan barang dagangannya, terdapat pula beberapa Papalele yang lebih memilih untuk *baronda* saja tanpa melakukan *tandeng* terlebih dahulu. Tanpa harus *tandeng* beberapa lama di suatu tempat (biasanya di pasar), para Papalele setiap harinya menyusuri jalan untuk menemui para pembeli. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan seorang Papalele berikut ini:

.....*beta* seng bajual di pasar, tiap hari *beta baronda* sa....
singga-singga di ruma-ruma langganang. Biasanya *beta*
pung jualang abis baru *beta* pulang”. (A)

(...saya tidak berjualan di pasar, tiap harinya saya hanya berjualan jalan kaki saja, singgah-singgah di rumah-rumah langganan. Biasanya setelah jualan saya habis saya pulang)

Penuturan “A” di atas menjelaskan bahwa memilih untuk berjualan dengan cara *baronda* merupakan pilihan yang tentunya bukan tanpa alasan, mengingat cara berjualan *baronda* membutuhkan energi yang jauh lebih besar untuk berjalan kaki menyusuri jalan untuk menemui para pembeli. Namun, *baronda* merupakan pilihan tepat bagi “A” yang setiap harinya berjualan dengan berjalan kaki dari rumah ke rumah. Walaupun harus menempuh perjalanan berkilo-kilo meter setiap harinya. Dengan cara *baronda* biasanya komoditas yang dijualnya bisa lebih cepat laku.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dapat dikatakan bahwa bagi Papalele, panggilan hati untuk bertemu dengan pelanggan menjadikan perjalanan yang harus ditempuh dengan berjalan kaki seakan tidak terasa berat karena sudah menjadi hal biasa untuk dilakukan setiap harinya. Dalam melakukan hal tersebut, bukan tidak mungkin dijalaninya dengan tanpa beban. Terbukti Papalele yang menjual sayur-sayuran ini, pada sekitar jam 10 pagi jualannya sudah nyaris tak tersisa.

F. Antara Papalele, Pedagang Pengumpul, dan Jaring Bobo

Sebenarnya aktivitas Papalele tidak hanya ditunjukkan melalui aktivitas penjualan saja. Namun juga melalui proses pembelian komoditas barang dagangan yang akan dijualnya kembali. Barang dagangan yang akan dijual, biasanya mereka beli dari para pedagang pengumpul yang menjual di Pasar Binaya Masohi. Terkait dengan hal tersebut, berikut ini penuturan dari seorang Papalele yang berjualan sayur-sayuran secara *tandeng*:

“Sayor-sayor yang *beta* jual akang kadang *beta* bacari di orang *pung kobong*, *beta* bali, *mar* biasa juga *beta bacakar* di pasar mulai jam tiga subu *su* rame. Tiap hari ada barang jam dua, *beta* *su* turun dari rumah, nanti pulang ka ruma abis bajual kalo *su* mo magrib, bagitu tiap hari”. (S)

(Sayur-sayuran yang saya jual terkadang saya beli dari hasil kebun milik orang, tapi biasa juga saya mencari barang dagangan tersebut di pasar mulai jam 3 subuh sudah ramai. Jadi, setiap hari sekitar jam 2 malam, saya

sudah keluar dari rumah, pulang ke rumah sesuai berjualan nanti setelah mau magrib, begitu setiap harinya).

Apa yang dituturkan oleh “S” mengungkapkan konsep indeksikalitas yang berbunyi “Sayor-sayor yang *beta* jual akang kadang *beta* bacari di orang *pung kobong*, *beta* bali, *mar* biasa juga *beta bacakar* di pasar mulai jam tiga subu *su rame....*”, secara reflektif ungkapan indeksikalitas tersebut menggambarkan bahwa untuk memperoleh barang dagangan yang hendak dijualnya, maka terlebih dahulu Siti harus mencari komoditas yang akan dijualnya kembali melalui transaksi yang dilakukan dengan para pedagang pengumpul yang berjualan di Pasar Binaya. Namun, tidak tertutup kemungkinan transaksi tersebut dilakukan dengan cara membelinya langsung dari pemilik kebun.

Transaksi pembelian barang dagangan dari pedagang pengumpul (*pengopor*) memang biasanya mulai dilakukan sejak sekitar pukul 03.00 dini hari. Komunitas Papalele melakukan aktivitas membeli barang untuk dijual kembali sejak hari masih gelap. Di saat-saat tersebut, mereka telah ramai memenuhi pasar bertransaksi dengan para pedagang pengumpul yang berdatangan dari berbagai desa. Namun, berdasarkan hasil pengamatan peneliti, transaksi antara Papalele dan pedagang pengumpul terkadang juga dilakukan bila hari sudah siang, tergantung situasi dan kondisi.

Selain Papalele yang berjualan hasil pertanian dan perkebunan, terdapat pula Papalele yang berjualan ikan. Biasanya, Papalele membeli ikan dari pedagang pengumpul, namun tak jarang ada juga Papalele yang membeli ikan langsung dari *masnait*. *Masnait* adalah peserta dari jaring *bobo* yang terdiri dari 5 orang atau lebih untuk mencari ikan (Takara dan Pieter, 1998:92). *Masnait* tidak mendapatkan upah dalam bentuk uang akan tetapi mendapatkan ikan sebagai upah kerja mereka. Ikan-ikan yang diperolehnya biasanya langsung dijual ke komunitas Papalele seturun dari perahu *bobo*. Hal ini juga terungkap dari hasil wawancara dengan seorang Papalele yang berjualan ikan berikut ini.

....*beta* ada ambe ikang ni... di Ruta. Jam lima subu *beta* ka pantai cari ikang atau *sontong*, baru *beta* jual di pasar deng *baronda* akang”. (AI)

(...saya mengambil cumi-cumi ini di Ruta. Jam 5 subuh saya ke pantai mencari ikan atau cumi-cumi, setelah itu saya menjualnya ke pasar dan berjualan jalan)

Penuturan senada juga tergambar dari Papalele lainnya :

“*Beta* ni....ambe ikang dari Tanjong....ini samua dari Tanjong. *Dong* ada bawa ka sini”. (R)

(Saya mengambil ikan dari Tanjung....ini semua dari Tanjung. Mereka menjualnya langsung ke sini).

Dalam wawancara lebih lanjut, “AI” dan “R” menceritakan kisah kesehariannya dalam melakukan transaksi pembelian dengan para pedagang pengumpul atau *masnait*. Menurut mereka, transaksi tersebut dapat berlangsung di Pasar Binaya Masohi atau pun di pantai tempat para pedagang pengumpul atau *masnait* yang menjajakan ikan hasil tangkapannya.



BAGIAN II

PENJELAJAHAN REALITAS PAPALELE

Bagian ini akan peneliti gunakan sebagai media untuk menceritakan berbagai hal yang peneliti lakukan dalam rangka penjarangan data dengan menggunakan etnometodologi. Sebagaimana yang telah disampaikan sebelumnya bahwa pusat aktivitas Papalele berada di pasar Binaya Kota Masohi.

Untuk tiba di Kota Masohi, perjalanan peneliti dimulai dari Kota Malang menuju bandar udara Juanda. Dari sinilah kemudian perjalanan dilanjutkan menuju bandar udara Pattimura dalam waktu kurang lebih 3 jam lamanya. Setelah tiba di bandar udara Pattimura, perjalanan dilanjutkan ke pelabuhan Mamoki Desa Tulehu yang berjarak tempuh sekitar 35 km dengan menggunakan transportasi darat. Selanjutnya, perjalanan dilakukan menuju Pelabuhan Amahai yang berada di Pulau Seram dengan menggunakan transportasi laut selama kurang lebih 2,5 jam. Setelah tiba di Pelabuhan Amahai, perjalanan dilanjutkan lagi menuju Kota Masohi dengan menggunakan transportasi darat dengan jarak tempuh sekitar 5 km.

Upaya untuk dapat hadir dan bertemu dengan para Papalele di Masohi sebenarnya bukanlah perkara yang mudah untuk ditempuh. Hal ini dikarenakan perjalanan yang harus peneliti lalui tidak hanya melalui transportasi udara, namun juga harus ditempuh melalui transportasi darat dan kemudian dilanjutkan dengan transportasi laut. Menempuh perjalanan laut merupakan hal yang tidak mengesankan bagi peneliti. Hal ini dikarenakan dalam perjalanan tersebut peneliti harus berjibaku dengan hempasan gelombang ombak yang tingginya bisa mencapai satu meter, sehingga mampu mengguncangkan kapal yang peneliti tumpangi. Suasana ini biasanya sering terjadi di antara Tanjung Latu dan Tanjung Kuako yang merupakan laut lepas karena berhubungan dengan Laut Banda.

Sesampainya di kota Masohi, selanjutnya peneliti berkunjung ke pasar Binaya yang merupakan titik utama aktivitas Papalele yang berasal dari berbagai desa di Kabupaten Maluku Tengah. Hal ini peneliti lakukan semata-mata sebagai bentuk internalisasi dan silaturahmi untuk dapat mengenal lebih dalam dengan Papalele. Namun, upaya tersebut tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Peneliti mengalami kesulitan untuk dapat mengenal lebih dekat apalagi untuk berbincang-bincang dalam waktu yang agak lama dengan mereka. Selain karena setiap harinya para Papalele disibukkan dengan aktivitas berjualan, keberadaan peneliti di tengah-tengah mereka dianggap sesuatu hal yang tidak biasa terjadi. Peneliti dianggap sebagai sosok yang asing di mata mereka baik itu dilihat dari segi bahasa maupun penampilan yang tampak, sehingga alhasil di hari pertama peneliti hanya dapat berbincang-bincang agak lama dengan salah seorang Papalele yang menjual sayur-sayuran dan rempah-rempah yang bernama “N”.

Selanjutnya, di hari kedua peneliti berupaya untuk meminta bantuan keluarga peneliti yang bermukim di *Masohi*, sehingga pada hari tersebut peneliti memasuki pasar Binaya Masohi tidak lagi sendiri. Di hari kedua peneliti ditemani oleh salah keluarga peneliti untuk mempertemukan peneliti dengan para Papalele di pasar tersebut. Keluarga peneliti “R”. “R” kemudian yang memperkenalkan peneliti dengan para Papalele yang dikenalnya secara dekat. Ternyata usaha ini membuahkan hasil, Alhamdulillah beberapa Papalele yang diperkenalkan kepada peneliti menunjukkan respon yang positif. Papalele yang diperkenalkan kepada peneliti saat itu bernama “S”, “M”, “I” dan “SL”. Bagi peneliti ini merupakan hal yang sangat menguntungkan karena peneliti dapat memperoleh “tiket gratis” untuk memasuki dunia mereka.

Perlu untuk diungkapkan bahwa R mengenal dengan baik beberapa Papalele yang berjualan di Pasar Binaya Masohi karena adanya kedekatan hubungan langganan berbelanja dengan para Papalele yang berjualan di pasar tersebut. Selain itu, salah seorang dari mereka, yaitu “SL” pernah bertetangga dengan beliau sebelum kerusuhan terjadi di Maluku.

Sejak saat itu proses penelitian terkait dengan pengumpulan data dapat berjalan tanpa halangan yang berarti. Seperti yang telah

diungkapkan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini yang ditetapkan sebagai informan utama, yaitu komunitas Papalele, baik yang berjualan secara *tandeng* di Pasar Binaya Masohi, secara *tandeng* dilanjutkan *baronda* dan Papalele yang berjualan dengan cara *baronda* saja. Wawancara dilakukan dengan komunitas Papalele sambil berbaur dalam aktivitas mereka. Wawancara berlangsung secara tidak terstruktur dan bersifat informal dalam berbagai kesempatan dan situasi. Wawancara tersebut dilakukan dengan memperhatikan situasi dan kondisi Papalele. Jika memungkinkan wawancara dilakukan beriringan dengan aktivitas penjualan yang sedang berlangsung, yaitu ketika Papalele tidak disibukkan dalam melayani pembeli. Akan tetapi jika tidak memungkinkan, maka wawancara dilakukan saat aktivitas penjualan sudah selesai. Dengan demikian terkadang dalam beberapa kesempatan peneliti melakukan wawancara tidak saja di lokasi tempat berlangsungnya aktivitas penjualan, namun juga dapat terjadi di warung makan yang letaknya masih berada di lingkungan pasar tempat Papalele beraktivitas.

Agar proses wawancara berjalan dengan lancar, peneliti berupaya untuk menggunakan dialek bahasa yang digunakan oleh komunitas Papalele sehari-hari. Dalam mempelajari dialek bahasa yang mereka gunakan, peneliti meminta bantuan orang-orang terdekat, dalam hal ini keluarga peneliti yang bermukim di Maluku Tengah, sehingga peneliti tidak mengalami kesulitan yang berarti dalam melakukan wawancara dan berpartisipasi dengan kegiatan mereka.

Informasi yang dihasilkan dalam wawancara terkait tentang latar belakang informan dan pengalaman-pengalaman yang telah dialami selama berjualan. Pengalaman-pengalaman tersebut pada dasarnya berhubungan dengan hal-hal yang terjadi dalam interaksi sehari-hari yang dapat peneliti saksikan secara langsung. Pengamatan terhadap interaksi dalam aktivitas Papalele berlangsung baik kepada sesama Papalele, para pembeli atau calon pembeli dan kepada pedagang pengumpul (*pengopor*). Pengamatan terhadap interaksi Papalele kepada satu sama lain dilakukan dalam rangka untuk memahami secara mendalam praktik penetapan harga yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele.

Berkaitan dengan uraian sebelumnya, perlu untuk dijelaskan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah “SL”

dan “B” yang keduanya berjualan ikan secara *tandeng*. Informan kunci lainnya adalah “S”. “S” merupakan seorang Papalele yang berjualan sayur-sayuran dan rempah-rempah secara *tandeng*. Pemilihan informan kunci, yaitu “SL”, “B” dan “S” karena ketiga informan tersebut memberikan tanggapan yang positif terkait dengan keinginan peneliti untuk ikut dalam aktivitas mereka. Selain itu, ketiga informan ini telah berkecimpung sebagai Papalele lebih dari 10 tahun lamanya. Dengan rentang waktu tersebut, tentunya “SL”, “B” dan “S” sudah “mengantongi” beragam pengalaman atau kisah hidup sebagai Papalele dalam kehidupan mereka.

Dengan berbaur dalam aktivitas Papalele, peneliti dapat melakukan pengamatan secara mendalam terhadap interaksi yang terjadi secara alami. Hubungan harmonis yang terbangun dengan para Papalele, menghadirkan informasi yang peneliti butuhkan dapat mengalir apa adanya sesuai dengan yang diharapkan. Hal tersebut juga sangat membantu menciptakan perasaan positif di hati para informan terhadap kehadiran peneliti dalam aktivitas mereka.

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan berpartisipasi pasif. Berpartisipasi pasif yang dimaksud adalah bahwa peneliti tidak bertindak sebagai Papalele seutuhnya, namun hanya membantu aktivitas yang dilakukan oleh informan kunci. Terkait dengan peran berpartisipasi pasif yang peneliti lakukan dalam menjangkau data, memposisikan peneliti hadir di tengah subjek secara lebih terbuka.

Terkait dengan pelaksanaan teknik pengamatan berperan, menurut Sutopo (2002:69) terdiri dari dua bagian, yaitu: 1) pengamatan tak berperan sama sekali, 2) pengamatan berperan diantaranya dapat dilakukan dengan berperan pasif dan berperan aktif, dalam arti peneliti benar-benar terlibat atau menjadi bagian pada kelompok yang diteliti. Kelemahan utama teknik pengamatan berperan aktif adalah kemungkinan terjadinya hasil penelitian yang bias. Peran sebagai peneliti yang sebenarnya akan berkurang atau bahkan semakin kabur untuk bisa secara jujur mengamati berbagai peristiwa yang dialami. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memilih untuk melakukan pengamatan berperan pasif, sehingga memungkinkan peneliti dapat turut merasakan dan memahami secara holistik bagian-bagian dari sistem sosial budaya secara keseluruhan

yang dimiliki oleh komunitas Papalele dalam melakukan aktivitas penjualan khususnya cara-cara atau kebiasaan yang dianutnya dalam menentukan harga.

Upaya berbaur dalam rutinitas Papalele juga memberikan andil pada terciptanya energi yang positif antara peneliti dan Papalele, sehingga mampu melebur kekakuan dalam proses wawancara. Hal-hal yang peneliti lakukan selama berbaur dalam aktivitas Papalele dalam kesehariannya sangat tergantung dari kondisi yang ada. Biasanya pada Papalele yang berjualan ikan, peneliti membantu menyapa para calon pembeli yang melintas dan menghampiri dagangan “SL” atau “B” dengan sapaan, “Mamae.....beli ikan segar....cakalang dua poloh...., ikan momar sepuluh ribu...., ikan segar baru datang”. “Mari...mari.....ada ikan kakatua, ikan cakalang, ikan momar.....ikan sarmanet.....”. Tidak hanya itu, pada waktu-waktu tertentu di saat para pembeli sedang ramai membeli dalam beberapa kesempatan peneliti juga dipercayakan untuk menyerahkan ikan yang dibeli oleh langganan dan menerima uang dari pembeli untuk kemudian peneliti serahkan kepada “SL”. Sesekali peneliti juga melakukan apa yang sering dilakukan oleh “SL” dalam kesehariannya menunggu para pembeli, yaitu mengibas-ngibas serangga yang menghampiri ikan-ikan yang dijual dengan menggunakan peralatan yang terbuat dari sebatang kayu dan diikat dengan sehelai plastik di ujung kayu tersebut.

Sementara itu, keikutsertaan peneliti dengan “B” tidak jauh berbeda dengan apa yang peneliti lakukan pada SL. Sedangkan dengan “S”, Papalele yang berjualan sayur-sayuran juga tidak jauh berbeda dengan keikutsertaan peneliti dengan Papalele yang berjualan ikan. Setiap saat peneliti membantu “S” menyapa para calon pembeli yang melintas di depan kami, dengan sapaan, “Mari....mari....ada cili....cili basar...cili kacili....., tomat, terong, tomat...tomat....lima ribu satu tanpa...ada sayor....ni....mari..mari....” dan membantu menyerahkan barang jualan yang telah terjual kepada pembeli. Dalam beberapa kesempatan sembari menunggu pembeli yang datang, peneliti juga membantu menata barang jualan “S” dan melepaskan sayur-sayuran dari tangkainya (sayur daun singkong atau sayur daun pepaya yang biasanya dipesan oleh langganan tetap beliau).

Lika-liku perjalanan dalam proses pengumpulan data memang menghadirkan kesan tersendiri bagi peneliti. Tidak dapat dipungkiri, upaya berbaur dalam aktivitas Papalele, awalnya dianggap sebagai sesuatu yang asing bagi mereka. Hal tersebut dikarenakan Papalele tidak terbiasa ada “orang lain” yang ikut terlibat dalam aktivitas mereka. Bahkan pada awalnya, perasaan asing tidak hanya menghampiri Papalele yang menjadi informan dalam penelitian ini. Namun, perasaan tersebut juga kerap menghampiri peneliti yang berupaya untuk menjalin tali persaudaraan diantara mereka. Hal ini tergambar melalui kisah yang terlukis di suatu siang, kala peneliti dan “SL” sedang asyik berbincang-bincang tentang berbagai jenis ikan yang biasanya dijual, sembari menunggu pembeli. Tiba-tiba seorang Papalele yang berjualan ikan tepat di depan “S” (begitu sapaan peneliti kepada beliau) berujar, “Iti...., lagi wawancara deng Tivi wan (TV *One*) kah? Mendengar pertanyaan tersebut, lantas “S” menjawabnya, “*seng...., dong ini beta pung kaluarga jua.....*”.

Sepenggal percakapan tersebut menunjukkan bahwa kehadiran peneliti di tengah-tengah mereka merupakan suatu pemandangan yang tidak biasanya terjadi. Bagi para Papalele, peneliti dianggap orang asing, demikian pula halnya dengan gejolak perasaan yang peneliti alami. Bila hari telah menjelang siang, duduk selama berjam-jam menunggu dan berhadapan dengan pembeli dengan ditemani panasnya sengatan matahari sungguh merupakan pekerjaan yang tidak mudah untuk dijalani. Bau khas dari ikan-ikan yang dijual merupakan aroma yang harus peneliti hirup setiap harinya selama berada dalam lingkungan mereka, sehingga aroma yang tidak bersahabat tersebut terkadang sangat mengganggu aktivitas peneliti dalam membantu informan. Namun, peneliti harus menikmati segala kondisi tersebut. Kondisi ini tidak saja peneliti alami di saat berbaur dengan “SL” dan “B”, akan tetapi juga pada Papalele yang berjualan sayur-sayuran, yaitu “S”. Perbedaannya adalah di lingkungan Papalele yang berjualan sayur-sayuran peneliti tidak ditemani oleh aroma ikan yang menyengat, sehingga peneliti merasakan situasi yang lebih nyaman. Seiring dengan berjalannya waktu, segala hal yang asing bagi peneliti dan komunitas Papalele berangsur-angsur sirnah. Pada akhirnya mereka menunjukkan sikap terbuka dan peneliti pun dapat beradaptasi

dalam lingkungan mereka. Papalele yang menjadi informan sangat membantu dalam memberikan informasi yang peneliti butuhkan.

Lebih lanjut, untuk dapat mengkaji secara mendalam praktik harga yang diimplementasikan oleh suatu komunitas, seorang peneliti harus menggunakan metode yang tepat agar dapat mengungkap realitas yang sesungguhnya. Informasi yang peneliti butuhkan tidak dapat dipungkiri tidaklah terlepas dari keterlibatan manusia didalamnya karena ekspresi manusia sebagai pelaku penjual sangat menentukan wujud dari suatu harga yang terintegrasi oleh perilaku produsen dan konsumen. Oleh karena itu, maka dalam penelitian ini digunakan etnometodologi. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa etnometodologi merupakan sebuah metode yang mampu menangkap dan memberikan pemahaman tentang berbagai hal yang berhubungan dengan praktik yang dilakukan oleh suatu individu dalam suatu kelompok dalam membangun realitasnya sehari-hari. Praktik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah praktik penentuan harga yang berlangsung pada komunitas Papalele di Maluku.

Penetapan harga jual Papalele dan nilai-nilai kearifan lokal merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan. Untuk menyelami praktik harga yang diimplementasikan Papalele diperlukan suatu upaya yang tidak hanya mampu melihat harga yang terbentuk dari sisi permukaan, namun juga menuntut kejelian peneliti di dalam menelisiknya dari balik sisi permukaan yang nampak. Untuk memahami implementasi harga yang dianut, maka peneliti melakukan pengamatan secara langsung melalui upaya “terjun bebas” di dalam aktivitas Papalele. Melebur di dalam aktivitas mereka bertujuan agar peneliti dapat memahami praktik berkehidupan yang dilakoni oleh subjek penelitian.

Penggunaan etnometodologi dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan, antara lain: pertama, studi etnometodologi digunakan untuk mempelajari praktik-praktik keseharian yang terjadi pada lingkungan masyarakat, khususnya aspek-aspek interaksi sosial. Jika mengikuti pendapat Coulon (2008:28), etnometodologi merupakan penelitian empirik mengenai metode-metode yang digunakan individu atau kelompok masyarakat untuk melaksanakan kegiatannya sehari-harinya: berkomunikasi, mengambil keputusan dan penalaran. Etnometodologi menganalisis

kepercayaan dan perilaku umum sebagai unsur pokok dari “seluruh perilaku yang diatur secara sosial”. Dengan demikian, pendekatan etnometodologi dianggap tepat untuk digunakan dalam penelitian ini yang ingin menemukan konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya komunitas Papalele masyarakat Maluku. Melalui pendekatan etnometodologi diharapkan dapat mengungkapkan bagaimana cara penetapan harga jual yang dipraktikkan oleh komunitas Papalele dalam melakukan aktivitas jual belinya sehari-hari.

Kedua, etnometodologi dianggap tepat digunakan pada penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang bagaimana tindakan yang dilakukan oleh suatu individu yang disebut sebagai “anggota” dalam suatu kelompok masyarakat yang tergabung dalam komunitas Papalele dalam mempraktikkan rutinitas dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, hal tersebut sejalan dengan tujuan penelitian ini yang berupaya untuk mendapatkan pemahaman atas nilai-nilai yang membentuk konsep harga jual Papalele yang memiliki kekhasan tersendiri sesuai dengan konteks sosial dan budaya yang berlaku pada komunitas tersebut.

Ketiga, penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk mengungkapkan tentang bagaimana komunitas Papalele melakukan kebiasaan-kebiasaan sehari-hari meliputi cara-cara penetapan harga jual yang selama ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam diri mereka. Untuk menggali nilai-nilai budaya komunitas Papalele dalam menetapkan harga jual, maka etnometodologi merupakan metode yang tepat dalam rangka untuk menjawab tujuan penelitian yang telah diungkapkan sebelumnya.

Dengan menggunakan etnometodologi, peneliti memusatkan perhatian pada kehidupan sehari-hari komunitas Papalele dalam melakukan aktivitas berjualan khususnya pada praktik penetapan harga yang dilakukan. Secara lebih spesifik, dengan etnometodologi peneliti dapat memahami dan menganalisis praktik penetapan harga yang merupakan proses yang biasa terjadi dalam kesehariannya dan diimplementasikan oleh komunitas Papalele.



BAGIAN III

NILAI PELA GANDONG DALAM PRAKTIK PENETAPAN HARGA “PAPALELE”²

*Gandonge..... sioh gandonge.....; mari beta gandong ale jua.....
katong dua..... cuma gandonge; satu hati..... satu jantungge....
(saudara.... oh saudara; mari saya.... gendong kamu juga....
kita berdua.... satu saudara; satu hati... satu rasa.....).*

“Sebait petikan lagu *Pela Gandong*”

A. Pengantar

Aktivitas berjualan tidak hanya terkait dengan aspek penciptaan keuntungan yang bersifat materi semata, namun di balik itu juga hadir aspek penciptaan nilai non materi. Sehubungan dengan hal tersebut, di bab ini akan diuraikan tentang temuan nilai budaya Papalele dalam menetapkan harga jual. Untuk memahami penerapan nilai budaya tersebut, maka dilakukan analisis nilai terhadap proses pembelian barang dagangan, penjualan dan perolehan keuntungan. Terkait dengan proses-proses tersebut, sejauh amatan peneliti nilai-nilai yang diterapkan Papalele mengantarkan pada simpulan bahwa interaksi yang dilakukan oleh Papalele mengandung nilai *pela [gandong]*. Interaksi tersebut terpola antar sesama Papalele, pedagang non Papalele maupun kepada para konsumennya. Kristalisasi budaya ini melukiskan jati diri Papalele sebagai bagian dari masyarakat Maluku yang menjunjung tinggi rasa persaudaraan.

B. Nilai *Pela [Gandong]* dalam Proses Pembelian

Sifat-sifat kapitalistik seperti individualisme, materialisme dan egoistik (Triyuwono, 2006b dan Daito, 2011:1) tidak dapat dipungkiri telah mewarnai bahkan menggerogoti pola pikir bermasyarakat dewasa ini. Hanya saja, adanya nilai-nilai budaya masyarakat Maluku yang memiliki karakteristik persaudaraan, yaitu budaya *pela*

² Bagian ini telah dipublikasikan pada *International Journal Business Management Invention* (IJBMI) tahun 2015

[*gandong*] mampu meredam sifat-sifat kapitalistik tersebut pada keseharian Papalele khususnya dalam menetapkan harga jual. Wujud dari nilai *Pela* [*Gandong*] telah merajut untaian lembar demi lembar kisah kehidupan komunitas Papalele hingga saat ini. Rasa persaudaraan menjadi ikatan khas yang memberikan kekuatan aktivitas berjualan yang dilakukan oleh Papalele.

Hal ini tercermin dalam penuturan seorang Papalele berikut ini:
“*Beta* biasanya ambe ikang di Tanjung, ikang *beta* ambe dolo di *bobo*, nanti pulang baru bayar”.(Sf)

(“Biasanya saya mengambil ikan di Tanjung, ikan saya ambil terlebih dahulu di *bobo*, setelah selesai berjualan baru dibayar”).

Kutipan hasil wawancara di atas menunjukkan ungkapan indeksikalitas yang menggambarkan tentang ikatan rasa persaudaraan yang terjalin antar Papalele dan *bobo*. Safiyah yang kerap kali membeli ikan di Negeri Tanjung yang dijual oleh *bobo* menjelaskan bahwa hubungan yang dibangun Papalele tidak hanya sebatas antar sesama Papalele, tetapi juga dengan pedagang lainnya yang non Papalele. Negeri Tanjung merupakan suatu desa di Maluku Tengah tempat berlabuhnya pedagang pengumpul atau *bobo* maupun nelayan tradisional untuk menjual ikan hasil tangkapannya. Sedangkan, *bobo* adalah nelayan yang mencari ikan dengan menggunakan kapal bertenaga mesin.

Kapal bertenaga mesin yang digunakan oleh *bobo* untuk mencari ikan di laut lepas dapat menempuh jarak kurang lebih 3 mil dari pantai. Kapal-kapal ini berlayar 1 hingga 2 hari lamanya dalam mencari ikan. Ikan-ikan yang diperoleh oleh jaring *bobo*, selanjutnya dijual ke pedagang pengumpul. Dari pedagang pengumpul akhirnya sampai ke tangan para Papalele. Kapal bertenaga mesin yang biasanya digunakan *bobo* dapat terlihat pada foto berikut ini:

Foto 3.1 Kapal “Jaring Bobo”



Menurut hasil pengamatan peneliti, selain kapal bertenaga mesin yang biasanya digunakan oleh *bobo*, terdapat pula perahu kole-kole yang biasanya digunakan oleh para nelayan untuk menangkap ikan. Perahu kole-kole dapat terlihat pada foto berikut ini:

Foto 3.2
Perahu “kole-kole”



Papalele yang diidentikkan sebagai pedagang kecil yang memiliki modal terbatas, faktanya mampu melakukan aktivitas penjualan secara berkesinambungan dari waktu ke waktu. Aktivitas berjalan dapat berkelanjutan (*sustainability*) karena ikatan rasa saling percaya antar Papalele dan pedagang pengumpul.

Penuturan Sf di atas senada dengan pengungkapan seorang Papalele yang berjualan ikan berikut ini:

“Beta ni... bali ikang di *bobo*. Abis bajual *katong* bayar *lai*” (SL)

(“Saya membeli ikan di jaring *bobo*. Saya membayar ikan tersebut setelah selesai menjual”)

Ikan yang dibeli oleh para Papalele dari pedagang pengumpul tidak harus dibayar secara tunai pada saat ikan diserahkan, melainkan dibayar pada siang harinya atau di saat ikan tersebut telah nyaris habis terjual, tergantung dari hasil kesepakatan. Hal ini tercermin dalam konsep indeksikalitas yang berbunyi: “...Abis bajual *katong* bayar *lai*”. Hasil wawancara dan pengamatan peneliti memang menunjukkan bahwa pedagang pengumpul memberikan kebebasan kepada Papalele untuk melakukan transaksi secara hutang, walaupun tidak semua Papalele yang menggunakan kesempatan tersebut karena terdapat pula Papalele yang melakukan transaksi pembelian ikan dengan cara tunai. “Hubungan istimewa” ini merupakan suatu tradisi yang telah berlangsung dari waktu ke waktu dan hanya terjalin pada komunitas Papalele dan pedagang pengumpul saja. Papalele mungkin tidak dapat bertahan jika tidak memiliki hubungan yang baik dengan pihak lainnya (dalam hal ini dengan pedagang pengumpul atau jaring *bobo*). Karena kondisi keterbatasan modal yang dimiliki, menjadikan strategi ini sangat berarti bagi Papalele demi keberlangsungan usaha mereka dari hari ke hari.

Lebih lanjut, ketika peneliti menanyakan kepada Papalele apakah sang Papalele melakukan pencatatan terhadap ikan-ikan yang dibelinya dari pedagang pengumpul ataukah setidaknya terdapat bukti tertulis lainnya yang digunakan sebagai bukti telah terjadinya transaksi (bila transaksi dilakukan secara hutang), seorang Papalele berujar sebagai berikut:

Sembari membersihkan satu per satu ikan momar yang telah laku terjual dengan sesekali mengangkat pandangannya ke arah peneliti, Sf berujar “Kalo *beta* bautang di *bobo*, *beta* seng pake bacatat *lai*...., barang *beta* bisa inga akang ikang yang *beta* ambe....mo cuma sadiki...”.

(Bila saya berutang ikan di *bobo*, saya tidak mencatatnya lagi...., sebab utang tersebut dapat saya ingat.....dikarenakan jumlahnya hanya sedikit...)

Rasa saling percaya antar Papalele dan pedagang pengumpul yang dilandasi keyakinan terhadap kemampuan daya ingat yang dimiliki, menjadikan “Sf” tidak memerlukan bukti-bukti secara tertulis terkait dengan jumlah ikan yang harus dibayarkan. Namun, mengandalkan daya ingat terhadap jumlah ikan yang dibeli secara hutang diartikan berbeda oleh “SL”.

“SL”, seorang Papalele yang kesehariannya membeli ikan tidak secara tunai pada beberapa jaring *bobo* menuturkan:

“Beta bali ikang di banya jaring *bobo*, *seng* satu *bobo*, ada banya jaring *bobo* yang bawa ikang *par beta*. Perincian ikang yang *beta* ambe *beta* catat barang barapa yang *beta* ada ambe, barapa yang *beta* mo bayar akang”, seru Siti Lewenusa |dengan suara datar.

(Saya membeli ikan di beberapa jaring *bobo*, tidak hanya satu *bobo* tetapi beberapa *bobo* selalu membawakan ikan untuk saya. Perincian ikan yang saya ambil saya catat, yaitu mengenai berapa jumlah ikan yang saya ambil tersebut, berikut jumlah hutang yang harus saya bayar)

Apa yang dituturkan oleh “Sf” dan “SL” secara eksplisit menunjukkan bahwa realita yang terjadi pada Safiyah berbeda dengan yang terjadi pada “SL”. Karena setiap harinya “S” membeli ikan dari beberapa jaring *bobo*, maka ia rutin mencatat jumlah ikan yang telah dibelinya termasuk jumlah hutang yang harus dibayar. “S” melakukan pencatatan terhadap jumlah hutang ikan yang dibelinya, disebabkan ia tidak mampu untuk mengingat satu per satu jumlah hutang ikan dari beberapa jaring *bobo* yang menjadi mitra kerjanya.

Dari kutipan hasil wawancara tersebut juga menunjukkan bahwa dalam kesehariannya, kehidupan Papalele akan selalu “bersentuhan” dengan “dunia akuntansi”. “Sf” yang biasanya membeli ikan di *bobo* secara hutang tidak melakukan pencatatan terhadap jumlah hutang yang harus dibayarnya kepada *bobo*, dengan kata lain hutang ikan yang dimilikinya hanya “dicatat” di kemampuan daya

ingat yang dimiliki. Apa yang terjadi pada “Sf” berbeda halnya dengan yang dilakukan oleh Siti Lewenusa. Siti Lewenusa yang kesehariannya membeli ikan dari *bobo* juga dengan hutang tidak mampu mengingat satu per satu jumlah hutang yang harus dibayarnya kepada *bobo*. Oleh karena itu, secara rutin “SL” melakukan pencatatan agar tidak terjadi kesalahan dalam hal pembayaran hutang-hutang tersebut. Ini berarti, perbedaan corak “berakuntansi” yang dilakukan “Sf” dan “SL” menggambarkan bahwa kebutuhan terhadap ilmu merupakan kebutuhan sosial tanpa adanya suatu desakan. Pada praktiknya, akuntansi senantiasa mengikuti proses interaksi sosial.

Lingkungan sosial dan budaya akan selalu mempengaruhi praktik akuntansi yang dijalankan. Tali persaudaraan yang dibangun oleh pondasi modal kepercayaan (*trust*) akan memperkokoh timbulnya perasan positif pada Papalele dan pedagang pengumpul. Hal ini diperkuat oleh kejujuran yang dijunjung tinggi komunitas Papalele. Kenyataan yang ada, selama ini belum ada para Papalele yang lalai dalam menunaikan kewajiban mereka. Perasaan positif yang mereka bangun memberikan kontribusi dalam membangun kepercayaan (*trust*) dalam diri mereka. Secarik kertas dalam wujud kuitansi tidak dipandang perlu untuk mengungkapkan transaksi secara non tunai antar Papalele dan pedagang pengumpul. Kepercayaan (*trust*) mampu mengalahkan kehadiran bukti fisik sebagai ikatan dalam bertransaksi bagi komunitas mereka. Rasa persaudaraan antar Papalele dan pedagang pengumpul pada kenyataannya dapat mempermudah jalinan kerjasama diantara mereka.

Kehidupan “*kepelaan*”, sesungguhnya secara otomatis memunculkan kepercayaan (*trust*) dalam jangka panjang dari semua pihak yang terlibat dalam bertransaksi. Rekatnya tali persaudaraan yang terbangun laksana mutiara yang menghiasi aktivitas mereka sehari-hari. Rasa persaudaraan merupakan modal utama dalam mengarungi lautan berkehidupan aktivitas berjualan. Terkait dengan uraian tersebut berikut penuturan yang menegaskan tentang hubungan yang terbangun pada komunitas Papalele dan pedagang pengumpul:

“.....habis dulu baru dibayar. Itu model yang mereka lakukan. Yang ditonjolkan oleh Papalele adalah persaudaraan, *trust* dan jejaring. Bila Papalele ingkar

janji.....konsekuensinya Papalele tidak lagi berdagang. Tapi kalo setia, mereka akan berkelanjutan. Sehingga modal transaksi bukan segala-galanya. Mereka meyakini, mereka dapat bertahan karena kepercayaan yang mereka junjung tinggi. Kekuatan yang berperan di sini adalah kekuatan sosial budaya, yang menjadikan mereka *survive*. Dari sistem gagasan, sistem budaya yang mereka pelihara sebenarnya dapat disebut sebagai strategi mereka untuk bertahan dan mereka bertahan”, ujar “PS” |sambil menyandarkan tubuhnya ke badan kursi.

Dari hasil wawancara tersebut “PS” memberikan penegasan terhadap keberadaan Papalele dalam aktivitas pembelian yang dilakukan. Makna dari ungkapan tersebut adalah bahwa adanya rasa persaudaraan dan kepercayaan (*trust*) yang dijunjung tinggi menjadi suatu kekuatan terbentuknya hubungan saling menguntungkan antar Papalele dengan pedagang pengumpul. Kekuatan yang berperan tidak hanya modal materi berupa uang, namun kekuatan sosial budaya juga turut berperan dan menjadikan komunitas Papalele *survive*. Bagi Papalele, yang terpenting adalah rasa persaudaraan yang dijunjung tinggi. Inilah yang merupakan strategi untuk membangun kepercayaan (*trust*) diantara mereka. Kepercayaan (*trust*) dalam balutan rasa persaudaraan diyakini dapat mengantarkan Papalele pada keberlanjutan usahanya dari waktu ke waktu.

Terkait dengan hal tersebut, Hinrichs (2000) dan Winter (2003) berpendapat bahwa hubungan ekonomi tercermin dalam biaya. Sementara itu, hubungan sosial tercermin melalui ikatan hubungan lokal, kepercayaan (*trust*) dan persahabatan yang dipandang sangat penting dalam membentuk keberlanjutan suatu usaha. Kepercayaan (*trust*) merupakan suatu praktik atau pendekatan yang digunakan oleh suatu masyarakat untuk menghasilkan harapan bagi tiap-tiap anggota masyarakat tersebut. Lebih lanjut Cadilhon, *et al.* (2005) mengungkapkan bahwa kepercayaan (*trust*) dapat menciptakan realitas alam dan dunia sosial sebagai suatu praktik yang terjadi dalam suatu masyarakat dan turut berperan pada terciptanya hubungan investasi antar pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan transaksional. Sedemikian pentingnya arti kepercayaan (*trust*), sehingga Glasser *et al.* (2000) yang dirujuk Leksono (2009:121-122)

mengungkapkan bahwa kepercayaan (*trust*) merupakan modal dasar yang dapat memperkuat kohesi modal sosial. Kepercayaan (*trust*) dapat melahirkan harapan. Menurut Widyosiswoyo (2004:178) dan Sujarwa (1999:133), harapan (*expectation*) menyangkut masa depan yang memmanifestasikan keinginan yang hendak dicapai pada masa mendatang yang tidak terlepas dari masa sekarang dan masa lampau seseorang. Ini berarti, melalui harapan yang didasari oleh kepercayaan (*trust*) tidak terlepas dari pengalaman-pengalaman para Papalele dan pedagang pengumpul (sebagai pemasok) di masa lampau untuk memungkinkan berlanjutnya suatu transaksi yang terjadi dari hari ke hari.

Hubungan yang telah terjalin antar Papalele dan pedagang pengumpul dipertegas oleh budaya *pela [gandong]* yang bermakna bahwa masyarakat Maluku merupakan satu saudara “seayah” dan “seibu” yang berasal dari nenek moyang yang sama. Kekuatan hubungan yang terjalin pada komunitas Papalele dan pedagang lainnya tidak hanya dilandasi oleh motif ekonomi, namun juga di dalamnya sarat dengan nilai kearifan lokal yang masih lestari hingga saat ini.

Jika mengacu pada apa yang telah diungkapkan oleh “Sf”, “SL” dan “PS” di atas, secara reflektif menyiratkan bahwa proses pembelian yang bersentuhan dengan jaring *bobo*, pedagang pengumpul atau pun masnait tidak hanya melibatkan unsur biaya dalam wujud materi, namun proses tersebut juga diwarnai oleh nilai non materi. Dengan kata lain, untuk memperoleh komoditas yang akan dijualnya kembali, Papalele tidak hanya mempersembahkan nilai materi berupa uang, akan tetapi nilai kejujuran dan kepercayaan (*trust*) sangat berperan di dalam proses tersebut.

C. Nilai *Pela Gandong* dalam Berjualan

Beranjak dari penjelasan yang terkait dengan proses pembelian barang dagangan, pada bagian ini akan diuraikan tentang nilai budaya yang menjadi penggerak aktivitas Papalele dalam melakukan transaksi penjualan. Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa rasa persaudaraan yang dijunjung tinggi merupakan daya perekat terbentuknya suatu hubungan saling menguntungkan yang terjadi pada Papalele dan pedagang pengumpul. Implementasi nilai *pela*

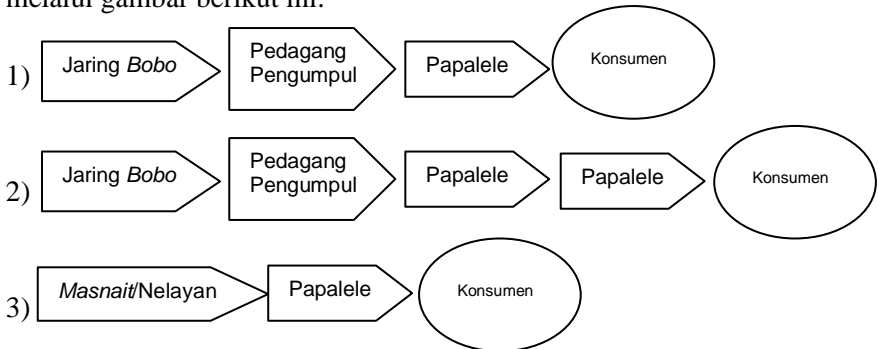
[*gandong*] tidak hanya menggambarkan jalinan Papalele dan pedagang pengumpul saja, akan tetapi juga tercermin pada para pembeli, seperti yang diungkapkan berikut ini:

“.....tiap hari.....banya langganang yang datang. *Dong* ada yang batawar *mar* lebe banya yang *seng*. Kalo *dong* batawar *katong* kase harga rasa.....*katong* kase yang panting masih dapa untung sadiki”, kata “ES” |sambil tersenyum tipis.

(.....setiap harinya...banyak pelanggan yang datang. Mereka ada yang menawar tetapi lebih banyak yang tidak menawar lagi. Bila mereka melakukan penawaran kami memberikan harga rasa....yang jelas kami masih memperoleh sedikit keuntungan).

Pada kutipan hasil wawancara di atas, “ES” mengungkapkan realita bahwa spirit nilai *pela [gandong]* merupakan penggerak aktivitas Papalele dalam melakukan transaksi. Ungkapan indeksikalitas yang berbunyi “.....*Dong* ada yang batawar *mar* lebe banya yang *seng*. Kalo *dong* batawar *katong* kase harga rasa.....” menunjukkan tentang pola transaksi dalam keseharian Papalele dengan para konsumennya yang biasanya terjadi tanpa melalui proses penawaran harga. Hasil wawancara tersebut juga didukung oleh hasil pengamatan peneliti yang menunjukkan bahwa harga jual yang terbentuk melalui proses penawaran oleh para pembeli terjadi pada saat Papalele telah mengalami *breakevent point*. Bila Papalele belum mengalami *breakevent point*, maka harga jual tidak akan terbentuk di pasar karena adanya pertimbangan penawaran dari calon pembeli. Uraian ini sekaligus mengarahkan pada pengertian “harga rasa” sebagaimana yang diungkapkan oleh “ES” di atas bahwa yang menjadi pertimbangan terbentuknya harga jual di pasar ialah bahwa baik Papalele atau pun para konsumennya tidak merasa dirugikan satu sama lain. Kebersamaan inilah yang merupakan hakikat dari “harga rasa” yang dimaksudkan oleh “ES” dalam penuturannya tersebut.

Untuk sampai ke tangan konsumen, dapat dideskripsikan melalui gambar berikut ini:



Sumber: Data diolah

Gambar di atas menunjukkan bahwa untuk sampai ke tangan konsumen, maka terdapat beberapa kemungkinan yang biasanya terjadi dalam pembelian komoditas yang dijualnya. Pola gambar pertama, Papalele harus melalui jaring *bobo* dan pedagang pengumpul. Pada gambar berikutnya, ada juga Papalele membeli ikan dari sesama Papalele yang lainnya. Namun, ada juga Papalele yang mengambil ikan langsung dari *masnait* atau dari nelayan yang menggunakan kapal tradisional, yaitu “*kole-kole*”.

Penuturan tentang mahalnya harga yang ditetapkan Papalele ditanggapi oleh seorang tokoh masyarakat Maluku berikut ini:

“.....biasanya harganya kalo pagi-pagi sedikit mahal, tapi sebenarnya tidak terlalu mahal juga karena mereka kan ambil ikan di *bobo*. Mereka kan mau dapat untung juga”, ujar “M.H” penuh semangat.

Poin penting dari apa yang diungkapkan “M.H”, menegaskan bahwa memang jika dibandingkan harga yang ditawarkan pedagang pengumpul, tentulah harga Papalele sedikit lebih tinggi karena harga jual yang ditetapkan Papalele didasarkan pada harga pokok barang dari pedagang pengumpul ditambah dengan keuntungan yang diharapkan. Hal ini tercermin dari penuturan seorang Papalele berikut ini:

“Subuh-subuh *katong su* di sini opor karong *deng* eceran. Opor karong patatas ni... satu karong kalo *katong bali* di

tukang opor saratus ampa puluh lima ribu. Nanti orang bali karong, *katong* jual akang satu karong saratus anam puluh lima ribu. Kalo eceran patatas ni... *katong* jual akang yang kacili lima ribu satu tampa, yang sadang sapuluh ribu, patatas basar-basar *katong* jual akang dua puluh ribu”. (I)

(Subuh-subuh saya sudah di sini menjual per karung dan eceran. Menjual per karung ini....satu karung kalau saya membeli di pedagang pengopor (pedagang pengumpul) Rp.145.000,-. Nanti pembeli yang membeli per karung, saya menjualnya satu karung Rp.165.000,-. Kalau eceran ubi jalar ini..... saya menjualnya yang kecil Rp.5.000,- satu tempat, yang sedang Rp.10.000,- ubi jalar yang besar saya jual Rp.20.000,-).

Makna dari apa yang dijelaskan oleh informan di atas menunjukkan cara “berakuntansi” para Papalele. Penentuan harga ubi (patatas) didasarkan pada harga pokok patatas yang dibelinya dari pedagang pengumpul. Ibah harus mengorbankan uang sejumlah Rp.145.000,00 untuk mendapatkan satu karung patatas yang dibelinya dari pedagang pengumpul. Harga pokok patatas per karung merupakan biaya pembelian patatas dari pedagang pengumpul, dalam hal ini Ibah tidak menanggung biaya pengiriman. Pada dasarnya, tujuan penetapan harga yang dilakukan tidak terlepas pada upaya untuk meraih keuntungan yang bersifat materi (uang), maka dalam hal ini Ibah menetapkan keuntungan sebesar Rp. 20.000,00 untuk patatas yang dijualnya per karung, sehingga harga patatas per karung sebesar Rp. 165.000,00.

Sementara itu, ungkapan indeksikalitas tentang cara berakuntansi dalam menetapkan harga jual patatas bila dijual secara eceran secara eksplisit disampaikan oleh Ibah, yaitu: “...Kalo eceran patatas ni... *katong* jual akang yang kacili lima ribu satu tampa, yang sadang sapuluh ribu, patatas basar-basar *katong* jual akang dua puluh ribu”, menunjukkan bahwa bila untuk dijual secara eceran, Papalele terlebih dahulu harus menghitung jumlah patatas yang ada dalam karung. Hal ini dilakukan untuk mengetahui besaran harga pokok patatas tersebut. Selanjutnya, patatas-patatas tersebut dipisahkan

menurut ukurannya ke dalam tiga kelompok, yaitu patatas yang kecil, sedang dan yang berukuran besar. Patatas yang berukuran kecil dijual dengan harga Rp.5.000,00, per tempat, patatas yang ukurannya sedang dibandrol dengan harga Rp.10.000,00 per tempat dan pada patatas besar harganya ditetapkan sebesar Rp.20.000,00 per tempat.

Hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa sudah menjadi tradisi, harga-harga (*patatas*) ini juga berlaku oleh Papalele lainnya yang menjual patatas di Pasar Binaya Masohi. Makna reflektivitas dari penetapan harga sebagaimana yang diungkapkan Ibah di atas menyiratkan bahwa dalam harga tersebut sesungguhnya terinternalisasi oleh nilai-nilai kearifan lokal yang masih tetap dijunjung tinggi dalam komunitas ini. Nilai *pela [gandong]* diwujudkan dalam harga yang seragam pada komoditas yang mereka jual, sehingga para Papalele yang berjualan patatas di Pasar Binaya menetapkan harga jual yang sama untuk patatas-patatas mereka.

Realitas cara berakuntansi sebagaimana yang diungkapkan oleh Papalele yang berjualan patatas (ubi) senada dengan yang dinarasikan Papalele yang berjualan ikan berikut ini:

“Selesai bali langsung itung. Dalam satu *parteng katong* itung ikang barapa ekor, modal barapa, untungnya barapa. Contoh, kalo ikang momar yang *beta* bali tadi *de pung* modal anam ratus lima pulu ribu satu *parteng*. Iking dalam *parteng beta* itung ada ampa ratus tiga pulu ekor. *Beta* bage modal ikang *deng* jumla ikang barapa yang *beta* musti jual. Kalo ikang momar, *beta* jual *deng* harga sapulu ribu satu tampa”.

(Setelah membeli ikan tersebut segera dilakukan penghitungan. Ikan yang berada dalam satu *parteng* saya hitung jumlahnya, harga pokoknya berapa, untungnya berapa. Misalnya, untuk ikan momar yang baru saja saya beli dengan harga pokok sebesar Rp.650.000 satu loyang. Kemudian saya menghitung jumlah ikan dalam satu loyang yang ternyata berjumlah 430 ekor. Lalu saya membagi harga pokok ikan dengan banyaknya ikan dalam satu *parteng* untuk mendapatkan besarnya modal ikan untuk beberapa ekor untuk kemudian ditetapkan berapa ekor yang harus dijual dalam satu tempat untuk

mendapatkan keuntungan. Kalau ikan momar biasanya saya jual dengan harga Rp.10.000,- satu tempat.)

Dalam wawancara lebih lanjut, “SL” menjelaskan tentang proses penentuan harga dari ikan yang dijualnya. Sama halnya dengan Papalele yang menjual patatas (ubi), untuk menetapkan harga ikan momar, “SL” melakukan penghitungan “modal” ikan terlebih dahulu. Karena jumlah ikan dalam satu parteng tidak menentu, maka ia harus menghitung jumlah ikan yang ada dalam parteng tersebut, untuk selanjutnya dihitung jumlah modal ikan. Modal ikan tersebut kemudian dibagi dengan jumlah ikan yang ada dalam parteng, sehingga diperoleh modal ikan tersebut. Didasarkan pada besaran modal ikan, selanjutnya ikan tersebut ditentukan besaran kuantitasnya untuk dijual pada harga sebesar Rp.10.000,- per tempat (harga yang biasa dikenakan untuk ikan momar dalam satu tempat). Dari harga yang ditetapkan, Siti Lewenusa memperoleh keuntungan (uang) dari hasil berjualan.

Lebih lanjut, hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa walaupun harga yang ditetapkan Papalele sedikit lebih mahal, namun masyarakat Maluku sangat menghargai keberadaan tersebut, harga komoditas yang dijual Papalele sudah termasuk perolehan keuntungan. Oleh karena itu, setiap harinya kehadiran Papalele senantiasa dinanti dalam ruang kehidupan masyarakat Maluku untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka sehari-hari. Hal ini terjadi karena, masyarakat Maluku menganggap bahwa harga yang ditawarkan Papalele merupakan harga yang wajar.

Saling memahami diantara komunitas Papalele dan para pembeli juga diungkapkan oleh Base, seorang Papalele yang berjualan ikan. Base yang kesehariannya berjualan secara *tandeng* di Pasar Binaya mengungkapkan informasi sebagai berikut:

“Beta ada bajual..... sobalong karusuhang ada sapuluh taong lebe. Jadi, *beta* su baku tau-tau deng *beta pung* langganang. Kalo orang Masohi sini tuh..., kalo su kase harga *dong seng* batawar lai. Barang *katong pung* langganang su tau-tau harga, *katong* Papalele nih cuma ambe untung sadiki *lai*...yang panting lancar suda...”,

ujar “B” |dengan ekspresi wajah yang berseri-seri, sambil sedikit menerawang.

(“Saya berjualan.....sebelum kerusuhan...sekitar 10 tahun lebih. Jadi, saya sudah sangat mengenal pelanggan saya. Kalau orang Masohi itu....,bila sudah ditetapkan harganya mereka sudah tidak menawar lagi. Karena langganan saya sudah mengetahui harga, kami Papalele ini hanya mengambil keuntungan yang sangat kecil.....yang penting lancar”)

Masih membekas dalam ingatan peneliti ketika “B” mengungkapkan bahwa masyarakat Masohi sangat menghargai dan memberikan respon positif terhadap keberadaan Papalele di tengah-tengah kehidupan mereka. Konsep indeksikalitas juga tercermin melalui ekspresi wajah “B” yang berseri-seri pada saat itu, sambil sedikit menerawang ia mengungkapkan, “Kalo orang Masohi sini tuh..., kalo su kase harga *dong seng* bawar *lai...*” Makna dari ungkapan tersebut menggambarkan bahwa antar Papalele dan para konsumen terjalin rasa saling percaya bahwa mereka adalah merupakan saudara yang tidak akan saling merugikan. Masyarakat Maluku sangat mengenal Papalele sebagai suatu komunitas pedagang dengan modal terbatas dan mengandalkan keuntungan yang kecil pada harga yang ditetapkan. Dengan demikian apa yang terungkap dari seorang “B” memberikan petunjuk bahwa bagi komunitas Papalele “saudara itu tidak bisa dipisahkan dari kehidupan bisnis”. Konsep indeksikalitas yang diungkapkan “B” secara verbal maupun yang diekspresikan dalam bahasa tubuhnya menunjukkan bahwa masyarakat Maluku sangat toleran dengan harga yang ditawarkan oleh komunitas Papalele.

Secara reflektif, apa yang diungkapkan “B” menyiratkan makna bahwa proses terbentuknya harga yang diimplementasikan Papalele terlahir dari adanya nilai kepercayaan (*trust*) dan kejujuran. Sebagaimana diungkapkan Baldvinsdottir (2011) **yang mengacu pendapat** Giddens (1990) menyatakan bahwa kepercayaan (*trust*) merupakan keyakinan yang hadir dalam diri seseorang terhadap hasil yang diperolehnya dari suatu kejadian. Keyakinan (*trust*) tersebut mengekspresikan iman dalam wujud kejujuran dan dalam prinsip-

prinsip yang bersifat abstrak. Implementasi dari kejujuran ini tidak serta merta akan terwujud pada setiap pribadi. Namun dibutuhkan keikhlasan di dalamnya karena tidak mungkin seseorang menggapai sifat jujur dalam pengertian yang hakiki, kecuali setelah berproses dalam pergumulannya dengan realitas kehidupan. Setiap ragam kejujuran memiliki proses dan akhirnya sendiri-sendiri. Pada saat seseorang memiliki kekuatan dalam berproses dengan seluruh tantangan yang dihadapinya, maka dia pun akan menuai hasil yang diharapkan. Sikap jujur yang sesungguhnya secara otomatis akan membuahkan kepercayaan (*trust*) dalam jangka panjang dari pihak-pihak yang terlibat dalam bertransaksi. Sederhananya, yang perlu untuk “digaribawahi” dari apa yang telah diuraikan sebelumnya bahwa pada dasarnya kejujuran akan menuai penghargaan berupa kepercayaan (*trust*).

Selanjutnya, jika mencermati hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti dapat ditemukan esensi makna dari nilai *pela [gandong]* terkait dalam konteks penetapan harga, yaitu spirit dalam proses terbentuknya harga terkait dengan proses perjuangan dalam mencapai suatu relasi sosial yang berkesinambungan. Harga jual yang ditetapkan merupakan perjuangan Papalele untuk memperoleh nilai-nilai yang tidak hanya ditujukan untuk pencapaian nilai ekonomi semata, namun juga untuk memperoleh nilai kepercayaan (*trust*) dari para pembeli. Papalele memahami bahwa harga harus terbentuk dari nilai-nilai persaudaraan yang penetapannya tidak didasari oleh motivasi perolehan keuntungan yang berlebihan. Bagi Papalele, persaudaraan haruslah seiring dengan bisnis yang dijalankan atau dengan kata lain, kehidupan bisnis yang dijalani jangan sampai mengakibatkan rusaknya hubungan persaudaraan diantara mereka (Papalele dan para konsumennya). Hal ini mengisyaratkan bahwa harga jual yang ditetapkan Papalele berbeda dari konsep harga konvensional saat ini yang lebih didasari oleh semangat pencapaian nilai ekonomi semata dalam rangka perolehan keuntungan tanpa mengindahkan nilai-nilai persaudaraan.

Menurut hasil pengamatan peneliti, di sisi yang lain pola strategi yang diterapkan Papalele dalam berjualan ikan menorehkan kisah-kisah lainnya, seperti yang dilukiskan oleh seorang Papalele berikut ini:

“.....*mar* kalo dari pagi, *beta su* dapa untung, siang-siang *beta* kase harga modal *sa...*, *mar* kalo *seng* bisa....*biar katong* rugi *seng* apa-apa yang panting masi ada saparo dari modal *beta* bawa pulang”, seru “B” |dengan mimik wajah yang serius, sembari sesekali mengedarkan arah pandangannya pada orang-orang yang melintas tepat di depan jualannya.

(“.....tapi kalau dari pagi, saya sudah mendapatkan keuntungan, siang harinya saya memberikan dengan kuantitas ikan yang sama dengan harga pokoknya saja, tetapi kalau tidak bisa...*biar pun* saya rugi tidak apa-apa yang penting masih mendapatkan setengah dari harga pokok saya membawa pulang”).

Makna ungkapan indeksikalitas yang dituturkan “B” di atas menunjukkan bahwa Papalele yang menjual ikan biasanya menghabiskan waktu untuk berjualan sejak pagi hingga sore hari. Bila pada pagi hari mereka berupaya menjual ikan untuk menutupi modal yang telah diinvestasikan, maka selanjutnya mereka akan berupaya untuk mencari keuntungan dari hasil penjualan ikan yang tersisa, sehingga biasanya bila hari telah beranjak siang, para Papalele menjual ikan dengan harga yang lebih rendah dari harga sebelumnya. Bila jenis ikan yang dijual per tempat (untuk beberapa jenis ikan, seperti ikan momar) dilakukan dengan cara menetapkan kuantitas yang lebih banyak dari kuantitas ikan yang dijual pada pagi hari (sebelum modal kembali). Memberikan kuantitas ikan yang lebih banyak dilakukan mereka dengan cara menjual ikan pada harga yang sama dengan kuantitas harga pokok ikan. Bahkan jika memungkinkan, mereka menetapkan kuantitas ikan yang lebih banyak dari jumlah ikan pada harga pokok ikan yang dibelinya. Hal ini sangat jelas terlihat dari ungkapan indeksikalitas yang ditunjukkan “B” melalui mimik wajah yang sangat serius di saat menuturkan: “.....*mar* kalo *seng* bisa....*biar katong* rugi *seng* apa-apa yang panting masi ada saparo dari modal *beta* bawa pulang”. Selain hasil wawancara tersebut, hasil pengamatan peneliti juga menunjukkan bahwa bila sang Papalele belum kembali modal, tradisi penetapan harga yang biasanya dilakukan misalnya untuk jenis ikan yang dijual per tempat adalah seharga Rp.10.000

untuk 5 ekor per tempat. Setelah modal Papalele telah kembali (*breakevent point*), maka Papalele bisa saja menjual ikan tersebut seharga Rp.10.000,00 dengan jumlah 7 ekor atau bahkan 8 ekor untuk satu tempat.

Tradisi yang dilakukan dari waktu ke waktu ini ditegaskan juga oleh seorang tokoh masyarakat Maluku berikut ini:

“.....tapi kalo sudah siang-siang mereka sudah kasih murah, karena sudah kembali modal dan mereka mau menghabiskan ikan yang dijual”. (M.H)

Mencermati kedua pernyataan yang telah disampaikan oleh “B” dan “M.H” di atas, tradisi penetapan harga yang diimplementasikan Papalele memberikan sebuah penekanan bahwa tujuan dari penetapan harga jual tidaklah semata-mata untuk menghasilkan keuntungan yang berlebihan. Pola penetapan harga yang dilakukan bila Papalele telah mengalami *breakevent point* dengan menetapkan harga yang sangat rendah dari harga yang ditetapkan semula (sebelum *breakevent point*) sebetulnya tidak dapat dipandang sebagai upaya penyelamatan modal, sebab tradisi “menurunkan harga” dilakukan di saat modal yang diinvestasikan telah kembali. Hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa tradisi ini tetap saja diimplementasikan oleh Papalele walaupun sebenarnya ikan yang mereka jual pada hari itu “laris manis” tanpa harus melakukan penurunan harga. Secara reflektif, hasil wawancara dan pengamatan peneliti menunjukkan bahwa dalam tradisi penetapan harga yang diterapkan Papalele terkandung nilai cinta kasih yang diperuntukkan kepada para pembelinya.

Senada dari uraian di atas, hasil pengamatan peneliti menggambarkan bahwa baik Papalele yang berjualan sayur-sayuran maupun Papalele yang menjual ikan selalu melakukan berbagai cara untuk menarik hati pembelinya, baik itu Papalele yang *baronda* maupun Papalele yang *tandeng* di pasar. Biasanya komunitas Papalele selalu memberikan semacam bonus atau tambahan barang dagangan yang telah dibeli oleh pelanggannya. Pada Papalele yang berjualan ikan, mereka biasanya memberikan bonus berupa penambahan ikan yang dibeli oleh pelanggannya. Demikian pula Papalele yang berjualan sayur-sayuran melakukan tradisi yang sama. Hal semacam ini sebenarnya sudah tidak asing lagi tergambar pada Papalele lainnya

yang tengah melakukan transaksi dengan pembeli. Percakapan peneliti dengan seorang Papalele yang berjualan kangkung secara *baronda* setidaknya dapat melukiskan lebih jelas hal tersebut. Ketika suatu pagi sekitar pukul 07.30 WIT di Kota Masohi sekitar 500 meter jaraknya dari Pasar Binaya, kisah ini terlukiskan :

“Kangkong.....kangkong.....”, gema suara sang Papalele terdengar nyaring memecahkan keheningan suasana di pagi itu.

Dengan balutan senyum tipis di bibir sang Papalele, ia menyapa peneliti, “ibu, bali kangkung ka *seng...?*”, tanyanya

“Harga kangkung berapa?”, pertanyaan balik peneliti lontarkan sebelum memutuskan untuk membeli.

“Ambe akang tiga ribu *jua*”, jawabnya

“Beli satu ikat saja, bu”, pinta peneliti sambil menyerahkan uang kertas senilai tiga ribu rupiah.

Sembari menyerahkan seikat kangkung yang diambilnya dari dalam *parteng* (baskom/loyang) berwarna hitam, sang Papalele juga menyerahkan seikat daun kemangi dan dua buah batang lengkuas sebagai bonus pembelian kangkung kepada peneliti. Seraya berkata, “Ini ibue, *beta* tamba akang *par* ibu lengkuas deng daong kamangi lai...., *seng* apa-apa, *beta pung* modal su bale”, sang Papalele menambahkan.

Percakapan di atas terjadi di awal pertemuan peneliti dengan “A” seorang Papalele yang berjualan sayur-sayuran secara *baronda*. Satu hal yang menarik dari isi percakapan tersebut yaitu di saat terjadi penyerahan kangkung yang peneliti beli, ternyata kangkung tersebut ditambahkan dengan dua batang lengkuas dan seikat daun kemangi sebagai bonusnya. Penambahan bonus pada pembelian seikat kangkung tersebut melukiskan makna yang tersirat bahwa bonus yang diberikan kepada peneliti sebagai pembeli seolah tidak hanya berupa wujud terima kasih Papalele kepada pembelinya, namun lebih pada isyarat akan hadirnya nilai cinta dalam harga yang Papalele peruntukkan kepada pembelinya. Menurut hasil pengamatan peneliti,

tidak hanya pada Papalele yang berjualan sayur-sayuran, Papalele yang berjualan ikan juga seringkali memberikan tambahan bonus ikan kepada para pembelinya. Hal ini dilakukan tidak hanya kepada para langganan tetapnya, bahkan pada konsumen yang baru pun perlakuan tersebut sama di mata para Papalele. Nilai cinta kasih yang diberikan oleh Papalele kepada para pembelinya merupakan tali perekat ikatan persaudaraan antara para Papalele sebagai penjual dengan pembelinya, sehingga secara tidak langsung mampu menarik para pembeli tersebut untuk melakukan transaksi yang berkelanjutan dari hari ke hari.

Sementara itu, hasil pengamatan peneliti harga seikat kangkung yang dijual secara baronda, yaitu Rp.4.000,00, akan tetapi karena Ani telah modalnya telah kembali, maka harga tersebut diturunkan menjadi Rp.3.000,00 seikat. Sehingga dengan hanya mengeluarkan uang sebesar Rp.3.000,00 diperoleh seikat kangkung ditambah dengan bonus lengkuas dan daun kemangi. Kehadiran nilai cinta kasih pada harga Papalele juga terungkap dari hasil wawancara berikut ini:

“...*mar* kadang pambali minta bali tomat harga dua ribu sa... Padahal *beta* jual akang lima ribu satu tampa. *Mar*, *beta* kase sa.... *Seng* apa-apa, *beta* sanang, *kepeng* dua ribu *dong* bisa makang satu keluarga”, seru “S” |dengan mata berbinar

(“.....akan tetapi terkadang pembeli hanya menginginkan untuk membeli tomat dengan harga Rp.2.000,-. Padahal saya menjual tomat seharga Rp.5.000,- untuk satu tempat. Tetapi, saya tetap memberinya seharga Rp.2.000,- Tidak apa-apa, saya senang, karena uang senilai Rp.2.000,- mereka dapat memberi makan keluarganya”.)

Dalam kutipan hasil wawancara dengan “S” di atas terkandung ungkapan indeksikalitas yang menyatakan: “...*beta* sanang, *kepeng* dua ribu *dong* bisa makang satu keluarga”. Ungkapan tersebut memiliki makna bahwa harga jual yang ditetapkan tidak dimaksudkan untuk memberatkan para pembeli. Harga yang sudah ditetapkan dapat saja disesuaikan dengan mempertimbangkan kondisi pelanggan. Bagi pelanggan yang mampu, selayaknya membayar sesuai harga yang berlaku. Dan kepada mereka yang kurang mampu sudah

sepentasnyalah diberikan penghargaan dengan harga yang sesuai dengan kemampuannya.

Boleh jadi, wujud cinta kasih yang disemaikan oleh Papalele merupakan cara yang ampuh untuk menarik hati pelanggannya agar mau melakukan transaksi yang sama secara berulang-ulang dari waktu ke waktu. Di balik nuansa penetapan harga tersebut sebetulnya mengarahkan pada makna tradisi yang dijalani dengan memberikan cinta Papalele kepada para pembelinya untuk berbagi rejeki. Tidak dapat dipungkiri bahwa sebenarnya nilai cinta kasih yang terdapat dalam harga Papalele memberikan kekuatan komunitas ini dalam menjalani kehidupannya sebagai Papalele. Karena bekerja dengan cinta menjadikan Papalele merasa kuat dan bahagia dalam menjalani kehidupan.

Cinta menurut Widyosiswoyo (2004:57) merupakan sumber dari kasih sayang seseorang yang diwujudkan dalam tindakan yang nyata. Cinta dan persaudaraan yang dilahirkan dalam harga yang ditetapkan menebarkan aroma kasih sayang kepada yang lain, terutama kepada sesama manusia tanpa mengenal adanya perbedaan suku bangsa atau pun agama. Sementara itu, Sujarwa (1999:33-34) mengelompokkan cinta ke dalam wujud cinta kasih yang memiliki pengertian yang sama dengan cinta sejati, yaitu cinta kemanusiaan. Cinta kemanusiaan tumbuh dan berkembang dalam lubuk sanubari setiap insan manusia bukan karena dorongan suatu kepentingan, melainkan didasari oleh kesadaran bahwa pada hakikatnya manusia itu sama dan berhak untuk mendapatkan “aroma” cinta dari siapa pun makhluk yang hidup di dunia ini. Dalam cinta tidak terdapat rasa iri, cemburu dan persaingan. Semaian rasa cinta mampu menebarkan energi positif bagi kelangsungan hidup manusia di muka bumi ini. Karena adanya cinta, maka ikatan persaudaraan akan semakin kokoh di sepanjang waktu.

Spirit nilai *pela [gandong]* juga terlukis pada informasi dari salah seorang Papalele yang berjualan sayur-sayuran berikut ini:

“.....ini semua *katong* sama-sama ba’ambe, jadi *dong pung* harga sama lai. Harga barang deng Papalele sama semua, *katong* baku tanya-tanya harga di sini. *Katong seng* bole sandiri-sandiri, *katong seng* bole *parlente* deng

tamang”, ujar “ES” |sambil menampakkan sekulum senyum di sudut bibirnya.

(.....semua ini kami ambil bersama-sama, jadi harganya nanti juga sama. Harga barang antar Papalele semuanya sama, kami saling menanyakan informasi tentang harga di sini. Kami tidak boleh sendiri-sendiri, kami tidak boleh membohongi yang lain)

Nilai kearifan lokal *pela [gandong]* yang terinternalisasi dalam penetapan harga jual juga tergalil dari penuturan seorang Papalele yang berjualan ikan berikut ini:

“*Katong* bali ikang sama-sama, jadi *katong* su baku tau-tau harga, *seng* bisa bajual beda-beda, *seng* bisa... Samua musti sama, samua musti satu tujuan, *seng* mungkin beda-beda”, ungkap “SL” |dengan tegas.

(Kami membeli ikan selalu bersama-sama, jadi kami saling mengetahui harga ikan antara satu dengan lainnya tidak boleh menjualnya dengan harga yang berbeda-beda, tidak bisa.... Semua harus sama, semua mempunyai satu tujuan, tidak mungkin berbeda-beda).

Kepercayaan (*trust*) merupakan modal hidup yang tak ternilai harganya. Kehadirannya laksana nyala lilin yang membelah kegelapan, sehingga segala sesuatunya terlihat terang-benderang oleh pandangan mata. Kepercayaan (*trust*) laksana mata air jernih yang kehadirannya dihajatkan oleh berjuta-juta kerongkongan yang dahaga. Modal kepercayaan (*trust*) selalu bernilai konstruktif bagi keabadian cinta dalam persaudaraan.

Dalam hasil wawancara dengan “SL” di atas terbersit ungkapan indeksikalitas yang berbunyi “....*Katong* bali ikang sama-sama, jadi *katong* su baku tau-tau harga, *seng* bisa bajual beda-beda, *seng* bisa...”. Makna dari ungkapan tersebut adalah bahwa para Papalele melakukan proses pembelian ikan dari pedagang pengumpul ataupun dari masnait secara bersama-sama. Selanjutnya ungkapan indeksikalitas yang dituturkan oleh “ES” yang berbunyi “....Harga barang deng Papalele sama samua, *katong* baku tanya-tanya harga di sini.....” memberikan pemahaman bahwa kebersamaan antar sesama

Papalele tidak hanya tercermin melalui proses pembelian barang dagangan, namun juga berlanjut pada saat penetapan harga jual, sehingga diantara sesama Papalele tidak terjadi perbedaan harga untuk masing-masing komoditas yang dijualnya.

Penjelasan “ES” dan “SL” di atas, sebenarnya menyiratkan bahwa penetapan harga yang dilakukan oleh Papalele berawal dari adanya tradisi musyawarah yang dilakukan antar sesama Papalele. Wujud dari harga yang seragam merupakan hasil proses musyawarah yang dilakukan. Secara reflektif dalam penuturan kedua informan tersebut menyiratkan bahwa harga tidak hanya dapat dipandang dari sesuatu yang bernilai uang saja, namun juga dapat dilukiskan melalui nilai persaudaraan. Dengan kata lain, penetapan harga yang diterapkan Papalele senantiasa didasarkan pada kesepakatan bersama yang dibentuk oleh nilai-nilai persaudaraan. Terbentuknya keseragaman harga pada komoditas yang dijual muncul karena kuatnya rasa persaudaraan dalam komunitas ini. Kokohnya rasa persaudaraan yang telah terjalin pada komunitas Papalele mampu menghadirkan nilai keadilan dalam harga yang ditetapkan.

Keadilan dalam hal ini merupakan suatu hal yang tidak berat sebelah, tidak memihak atau pun tidak bersikap sewenang-wenang (Widyosiswoyo, 2004:114). Pada proses penentuan harga, baik “ES” maupun “SL” selalu menganggap mitranya yang tergabung dalam komunitas Papalele merupakan saudaranya sendiri. Rasa persaudaraan ini harus tetap terjaga antar sesama Papalele hingga pada proses penentuan harga.

Berangkat dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual yang terinternalisasi oleh nilai budaya *Pela [Gandong]* bertujuan untuk menghasilkan empat hal, yaitu: uang, nilai kepercayaan (*trust*), keadilan dan kejujuran. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penetapan harga jual yang diterapkan Papalele tidak hanya ditujukan untuk pencapaian nilai materi (uang), namun juga merupakan upaya untuk menghasilkan nilai-nilai non materi (nilai kepercayaan (*trust*), keadilan dan kejujuran).

D. Keuntungan dalam Pusaran Nilai *Pela* [Gandong]

Pada paham kapitalisme, keuntungan materi adalah di atas segala-galanya di dalam berbisnis. Apa pun dilakukan demi untuk tujuan mendapatkan keuntungan yang bernilai materi, sehingga boleh jadi paham tersebut membenarkan semboyan yang berbunyi “bisnis adalah bisnis”. Semboyan tersebut menggambarkan bahwa pada kehidupan berbisnis tidak lagi mengenal adanya nilai-nilai persaudaraan. Hanya saja, prinsip tersebut berbeda dengan prinsip yang dianut oleh komunitas Papalele. Walaupun dalam melakukan aktivitas berjualan mereka tetap mengharapkan keuntungan, namun Papalele tetap mengedepankan nilai-nilai persaudaraan. Hal ini terungkap dalam percakapan berikut ini:

Pembeli : Siti.....masi ada ikang ka *seng for katong* makang akang ?

Siti : Tanta....ikang su abis...orang su baborong samua ni... *Mar for* makang *angtua pung* ikang..... ni... ambe akang lima ekor sapuluh ribu sudah....

Pembeli : Siti....masih adakah ikan untuk saya makan ?

Siti : Tanta...ikan sudah laku terjual semuanya. Tetapi kalau untuk makan, ikan yang sudah dibeli langganan saya, bisa dibeli 5 ekor Rp.10.000

Penggalan percakapan “SL” dengan seorang pembeli sebagaimana yang diuraikan di atas, terjadi di suatu sore sekitar pukul 15.30 WIT. Sore itu tampak di pasar Binaya Masohi sudah mulai sepi dengan kunjungan para pembeli. Papalele yang berjualan ikan sejak pagi hari sudah berangsur-angsur tidak tampak lagi karena ikan yang mereka jual telah habis. Namun, tiba-tiba muncul seorang langganan Siti Lewenusu yang bermaksud hendak membeli ikan untuk makan hari itu. Sebenarnya Siti Lewenusu baru saja melakukan transaksi dengan seorang pelanggannya yang hendak mengadakan hajatan dengan membeli ikan sebanyak 2 parteng (loyang) sekaligus, sehingga ikan yang dijualnya juga telah habis.

Dari kutipan hasil wawancara di atas ungkapan indeksikalitas tentang adanya nilai *pela* [gandong] yang diwujudkan dalam meraih keuntungan pada aktivitas berjualan secara eksplisit dikemukakan oleh “SL”. Makna reflektivitas dari ungkapan “Tanta....ikang su abis...orang su baborong samua ni... *Mar for* makang *angtua pung*

ikang..... ni... ambe akang lima ekor sapuluh ribu sudah....” memberikan petunjuk bahwa keuntungan dalam pandangan Papalele bukan hanya materi, tetapi meliputi keuntungan bertambahnya ikatan persaudaraan dengan pelanggan. Makna ungkapan tersebut menggambarkan bahwa “S” bermaksud tidak ingin mengecewakan seorang pembelinya, maka dengan meminta izin terlebih dahulu kepada pembeli yang telah memborong ikannya, ia memberikan ikan sebanyak 10 ekor untuk dijual kepada pelanggannya (ikan tersebut masih di dalam parteng beliau). Dari transaksi tersebut, uang hasil penjualan sebesar Rp.20.000,- tidak diambil oleh “SL” akan tetapi diserahkan kepada pembeli yang sudah memborong ikan yang dibeli untuk hajatan.

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, ciri khas yang melekat dalam diri komunitas Papalele mengisyaratkan bahwa keuntungan yang diperoleh tidak hanya dalam bentuk uang atau materi semata, namun keuntungan juga bisa dihadirkan melalui nilai-nilai non materi, yaitu bertambahnya tali perekat persaudaraan antar Papalele dan rasa senang melihat orang lain senang. Rasa senang ini secara alami muncul karena semata-mata kuatnya rasa persaudaraan. Dari uraian tersebut memberikan pemahaman bahwa modal utama komunitas Papalele sehingga dapat bertahan hingga saat ini adalah tidak semata-mata mengandalkan modal berupa materi. Namun, yang tak kalah penting dari itu adalah ikatan persaudaraan antar sesama dengan menjalin hubungan yang harmonis terhadap sesama manusia.

Dari hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti dapat disimpulkan bahwa nilai *pela [gandong]* berpijak pada satu tujuan, yaitu untuk mencapai keuntungan bersama. Keuntungan yang ingin diraih oleh Papalele tidak hanya untuk kepentingan pribadi, namun terwujudkan melalui ikatan persaudaraan yang semakin kokoh. Hubungan yang harmonis antara sesama Papalele, pedagang pengumpul dan para pembeli menjadi kunci utama dalam meraih keuntungan. Bagi Papalele, tidak ada artinya meraih keuntungan tetapi merusak hubungan di antara sesama manusia. Melalui hubungan yang harmonis dengan sesama umat manusia dengan sendirinya akan berdampak pada semakin meningkatkan keuntungan materi yang didapatkan. Dengan demikian, perlakuan terbaik yang semestinya diterima oleh sesama Papalele, pelanggan dan para pedagang

pengumpul perlu untuk dipertahankan. Bahkan sedapat mungkin semakin ditingkatkan agar tercipta energi positif yang lebih besar dalam jangka panjang. Nilai *pela [gandong]* yang diimplementasikan dalam menjalani nafas kehidupan para Papalele akan membuahkan keuntungan yang berlipat ganda dalam jangka panjang.

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan oleh teman sejawat dalam hal ini para pedagang pengumpul dalam proses pembelian barang dagangan juga diikuti dalam proses penjualan dan dalam memperoleh keuntungan. Hal ini dapat memberikan arti, bahwa selama ini prinsip berkehidupan “*kepelaan*” di dalam berusaha diimplementasikan secara tidak setengah-setengah oleh komunitas Papalele. Dari kisah-kisah Papalele di atas, menggambarkan bahwa kentalnya nilai kearifan lokal “*pela [gandong]*” yang dianut oleh komunitas Papalele tentu saja ditopang oleh adanya kepercayaan (*trust*) dan sikap jujur yang selalu dijunjung tinggi. Dapat dikatakan, kejujuran merupakan modal utama dalam membentuk kepercayaan (*trust*) yang telah terjalin antar mereka. Hal ini pada akhirnya berdampak pada usaha mereka yang dapat bertahan dari masa ke masa.

Budaya *pela [gandong]* juga ditegaskan oleh seorang tokoh masyarakat Maluku , berikut ini:

“Harga Papalele itu menyatu, sama semua Papalele. Dari Papalele yang berjualan ikan sampai dengan Papalele yang menjual sayur. Harga yang dijual, rata semua tergantung dari jenis jualannya, dan masyarakat Maluku ini sudah sangat memaklumi. Jadi kalau misalnya, Papalele yang berjualan ikan harganya sekitar Rp.10.000,- atau Rp.20.000,- saja. Maka Papalele yang menjual ikan sejenis akan memperlakukan harga yang sama. Mereka saling menghormati satu sama lain”.(M.H)

Dari kutipan hasil wawancara tersebut secara reflektif mengungkapkan tentang adanya kebersamaan dalam harga jual. Ungkapan indeksikalitas yang berbunyi: “Harga Papalele itu menyatu, sama semua Papalele. Dari Papalele yang berjualan ikan sampai dengan Papalele yang menjual sayur.....” menunjukkan bahwa dalam menetapkan harga jual, Papalele mentradisikan keseragaman

harga (menyatu) terhadap komoditas yang dijualnya. Hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti, biasanya harga ikan yang dijual Papalele berkisar Rp.10.000,- atau Rp.20.000,- per tempat. Tradisi kebersamaan juga berlaku untuk sayur-sayuran.

Uraian di atas memberikan pemahaman bahwa dalam komunitas Papalele, apa pun yang dikerjakan secara lahiriah merupakan perwujudan dari apa yang bersemayam dalam sikap batin mereka. Falsafah hidup yang dijunjung tinggi oleh komunitas Papalele akan membawa mereka pada nilai integritas yang tinggi antar satu dengan lainnya. Kehidupan “*kepelaan*” dalam keberagaman yang terimplementasikan dalam aktivitas berjualan merupakan manifestasi pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki, sehingga mereka benar-benar memiliki penghayatan yang tinggi atas seluruh aktivitas yang dilakukan termasuk di dalamnya pada penentuan harga jual.

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti dapat dikatakan bahwa dalam penetapan harga jual yang berlaku dalam komunitas Papalele pada akhirnya bermuara pada keuntungan yang diharapkan. Terkait tentang definisi keuntungan, seorang Papalele yang berjualan sayur-sayuran menuturkan:

“.....*beta* baru bisa tau *beta pung* keuntungan kalo barang su abis. Kalo dari hasil bajual *beta* itung *beta pung kepeng* yang *beta* dapa dari hasil bajual lebe dari *beta pung* modal, itu *beta* untung. Jadi *beta seng* dapa tau *beta* untung kalo barang *seng* abis samua” (ES)

(“.....saya dapat mengetahui keuntungan yang saya peroleh jika barang yang saya telah habis terjual. Setelah saya menghitung penghasilan yang saya peroleh dalam berjualan ternyata uang saya melebihi jumlah modal saya, maka saya meyakini bahwa saya memperoleh keuntungan. Jadi saya belum bisa mengetahui keuntungan saya bila barang jualan saya belum habis semua”)

Konsep indeksikalitas yang terungkap dari penuturan “ES”: “Kalo dari hasil bajual *beta* itung *beta pung kepeng* yang *beta* dapa dari hasil bajual lebe dari *beta pung* modal, itu *beta* untung” menunjukkan bahwa keuntungan dimaknai “ES” sebagai selisih antara

modal yang telah dikeluarkan terhadap pendapatan yang diperoleh. Bila uang (*kepeng*) yang diperoleh “ES” melebihi jumlah modal pembelian barang dagangan yang telah dikeluarkan, maka ia meyakini sebagai keuntungan yang didapatkan. “Modal” yang dimaksudkan beliau adalah “harga pokok” barang dagangan yang dijualnya.

Secara reflektif, hasil wawancara tersebut sesungguhnya melukiskan “kehidupan berakuntansi” yang *dilakoni* olehnya. Dalam melakukan aktivitas berjualan, ia sangat mengharapkan keuntungan dari jerih payahnya mengais rejeki yang dilakukan setiap hari duduk (*tandeng*) di Pasar Binaya Masohi. Mata pencaharian ini ia tekuni dengan keuletan dan kesabaran hati dari sejak dini hari hingga menjelang petang. Rupiah demi rupiah ia kumpulkan demi menghidupi keluarganya. Ia belum dapat mengetahui jumlah keuntungan yang sesungguhnya bila barang jualannya yang dibelinya dari pedagang pengumpul belum habis terjual. Tidak dapat dipungkiri dalam konteks ini, seorang “ES” memaknai keuntungan yang diperolehnya dari hasil penjualan adalah dalam bentuk materi, berupa uang.

Makna keuntungan bagi seorang Papalele juga diungkapkan oleh seorang Papalele yang berjualan sayur-sayuran berikut ini:

“*Katong* di sini ada iko arisan biar sadiki-sadiki, itu untuk kase smangat *katong* bakarja, karna stiap hari harus bayar *katong pung* arisan. Dari arisan itu *katong* anggap *katong pung* keuntungan bajual”, ujar “I” |dengan menampakkan ekspresi wajah yang berseri-seri sambil sesekali mengusap-usap perutnya yang sedang hamil.

(“saya di sini mengikuti arisan, walaupun hanya kecil-kecilan, hal itu untuk memacu semangat saya bekerja, karena setiap hari saya harus membayar arisan. Dari arisan tersebut saya menganggapnya keuntungan saya dalam berjualan. (Pasar Binaya Masohi)”)

Dari kutipan hasil wawancara di atas konsep indeksikalitas yang diungkapkan Ida menggambarkan bahwa sesungguhnya selain berjualan, komunitas Papalele juga melakukan aktivitas rutin lainnya,

yaitu arisan. Bagi Papalele, mengikuti kegiatan arisan merupakan cara yang paling efektif untuk menyisihkan sebagian pendapatan sebagai modal berjualan. Papalele meyakini bahwa segala sesuatu yang terlahir dari kegiatan arisan merupakan wujud keuntungan yang mereka peroleh.

Menyimak hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa sebenarnya keuntungan yang diperoleh dari hasil berjualan para Papalele tidak hanya tercermin melalui nilai rupiah saja, namun juga terlahir melalui hubungan persaudaraan yang selalu terjaga antar komunitas Papalele. Terjalannya suatu hubungan persaudaraan antar sesama Papalele menumbuhkan semangat bekerja tanpa mengenal lelah. Apa yang dituturkan “I” sebenarnya juga ditegaskan melalui ekspresi wajah berseri-seri yang ia tampilkan. Penuturan Papalele sebelumnya juga memberikan gambaran bahwa perolehan keuntungan memiliki beragam makna dalam berbagai konteks yang menyertainya.

Menelisik lembar demi lembar kisah Papalele yang terinternalisasi oleh nilai kearifan lokal *pela [gandong]* seperti yang diuraikan sebelumnya, memberikan petunjuk bahwa sebenarnya komunitas Papalele memaknai suatu keuntungan tidak hanya dalam wujud materi namun juga berwujud non materi. Wujud keuntungan non materi tersebut tercermin melalui nilai kejujuran, keadilan, kepercayaan (*trust*) dan cinta kasih yang terbingkai dalam rasa persaudaraan. Tidak hanya dalam wujud materi, Papalele memahami bahwa keuntungan telah diraih bila ikatan rasa persaudaraan antar sesama Papalele, pembeli dan pedagang pengumpul terjalin semakin erat melalui lembar demi lembar transaksi yang terjadi setiap harinya. Papalele meyakini bahwa keuntungan telah diraih bila mereka mampu membangun nilai-nilai kejujuran dalam pondasi kepercayaan (*trust*) diantara pedagang non Papalele serta kepada pelanggan.

E. Hakikat Budaya *Pela Gandong*

Dari uraian tentang makna keuntungan dalam pandangan komunitas Papalele di atas, mencerminkan bahwa keuntungan yang diperoleh Papalele dari harga jual yang ditetapkan pada usaha berjualan terdiri dari dua bentuk, yaitu keuntungan dalam bentuk materi berupa uang dan keuntungan dalam wujud non materi berupa nilai-nilai yang terkandung pada dalam budaya *pela [gandong]*.

Selanjutnya, pada bagian ini akan dipaparkan tentang hakikat dari budaya *pela [gandong]*. Secara antropologis, masyarakat asli Maluku berasal dari dua pulau-pulau besar, yaitu Pulau Seram dan Pulau Buru. Masyarakat tersebut kemudian ada yang berpindah ke pulau-pulau kecil di sekitarnya, seperti Pulau Saparua, Pulau-Pulau Lease dan Pulau Ambon.

Pada proses sosio historis, masyarakat yang menempati tiap-tiap negeri akhirnya mengelompokkan diri dalam komunitas agama tertentu. Hal ini menjadikan terciptanya dua kelompok masyarakat yang berbasis agama, yang kemudian disebut dengan “Negeri Sarani” dan “Negeri Salam” (penduduk beragama Islam dan penduduk beragama Kristen). Pembentukan negeri-negeri berbasis agama tersebut memperlihatkan suatu totalitas yang mempertegas arti solidaritas kelompok dalam suatu masyarakat. Hanya saja lahirnya kelompok-kelompok tersebut menimbulkan kerentanan terhadap terjadinya konflik. Karenanya, terciptalah suatu pola manajemen konflik tradisional yang mencerminkan kearifan lokal Maluku. Hal ini tentu saja bertujuan untuk mengatasi kerentanan konflik yang dapat saja terjadi. Kearifan lokal yang dimaksud adalah *Pela, Gandong*. *Pela, Gandong* merupakan kearifan lokal yang dimiliki masyarakat Maluku yang berfungsi sebagai tali perekat yang mengikat hubungan sosial Anak Negeri Sarani dan Anak Negeri Salam. Nilai-nilai kearifan lokal yang menonjol ini dari sekian banyak kearifan lokal yang lainnya ialah nilai budaya *Pela* atau *Gandong*. Masyarakat Maluku meyakini akan kekuatan supranatural yang dimiliki oleh nilai ini, sehingga memberikan pengaruh terhadap pola perilaku sosial mereka.

Pela [Gandong] merupakan salah satu dari beberapa nilai-nilai khasanah lokal yang dimiliki masyarakat Maluku. Nilai-nilai ini merupakan warisan budaya leluhur yang selama ini menjadi kebanggaan masyarakat Maluku. Penjabaran nilai *pela [gandong]* diungkapkan oleh Saniri Negeri berikut ini:

“*Pela [gandong]* itu hubungan kekeluargaan antara satu desa dengan desa yang lainnya. *Pela [gandong]* dapat terjadi karena beberapa hal, saya kasih contoh di Amahai ini dia punya *pela* Amahai dengan Ihamahu. Jadi Amahai dengan Ihamahu itu adalah satu *pela*...satu saudara. Di

Amahai ini terjadi karena suatu bencana jadi pada waktu itu, mereka ada memotong kayu untuk membuat gereja, maka terjadi suatu bencana alam tsunami waktu itu tahun 1889. Sejak saat itu terjalinlah hubungan kekeluargaan. Karena antara negeri Amahai dan Ihamahu (suatu negeri di Pulau Saparua) itu terjalin kekeluargaan. Jadi antara sesama mereka tidak boleh terjalin ikatan perkawinan. Tapi ada pula, hubungan kekeluargaan terjadi karena peristiwa peperangan. Jadi kalau peperangan dulu..., mereka berperang lalu yang satu umpama kalah, maka dia mengangkat sumpah, “sudah kalo bagitu katong dua ini gandonglah”. *Gandong* itu sama dengan *pela..* yang artinya basodara. *Gandong* itu kandung. Jadi *pela gandong* adalah ikatan saudara. *Pela Gandong* dapat juga diartikan sebagai hubungan persaudaraan” (YL).

Dalam kutipan hasil wawancara di atas ungkapan indeksikalitas tentang hakikat nilai *pela [gandong]* secara eksplisit disampaikan oleh “YL”. Makna dari ungkapan “*Pela [gandong]* itu hubungan kekeluargaan antara satu desa dengan desa yang lainnya...” menunjukkan bahwa *pela* mengarah pada pola hubungan kekeluargaan yang terbangun antar satu desa dengan desa yang lainnya. Secara reflektif konsep indeksikalitas yang disampaikan oleh “YL” memberikan pemahaman bahwa *pela* terjadi karena adanya rasa kebersamaan yang ditimbulkan oleh perasaan saling membutuhkan satu sama lain diantara satu daerah dengan daerah lainnya. Dan istilah *pela* dan *gandong* pada prinsipnya adalah sama, yaitu sebagai simbol yang mengandung nilai-nilai yang bertujuan untuk mempererat tali persaudaraan masyarakat Maluku.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dapat disimpulkan bahwa apa yang diungkapkan oleh “YL” di atas, melahirkan intisari kehidupan masyarakat Maluku yang pada dasarnya sama dengan yang diungkapkan oleh Andibya dkk. (2008:89-91). Andibya dkk. (2008:89-91) menyatakan bahwa *pela* merupakan sistem ikatan hubungan persaudaraan yang terjalin antara dua desa yang lebih didasarkan pada faktor di luar garis keturunan. Sedangkan, yang

mempunyai faktor dalam satu garis keturunan yang berasal dari leluhur keturunan yang sama, disebut dengan istilah *gandong*.

Secara reflektif dapat dikatakan bahwa penuturan “YL” juga mengungkapkan catatan sejarah yang menjelaskan bahwa *pela*, *gandong* merupakan ikatan persatuan antara warga dari berbagai desa yang berada di Maluku. Pada mulanya, warga dari berbagai kelompok tertentu kerap didera oleh pertikaian. Kemudian, pada suatu saat kelompok-kelompok masyarakat tersebut mengangkat sumpah untuk selalu bersatu dalam ikatan persaudaraan. Pada akhirnya, *pela* diyakini sebagai sebuah nilai budaya yang mengedepankan kebersamaan. Tidak hanya itu saja, dalam nilai budaya ini juga dapat meredam konflik dan secara nyata dirasakan oleh masyarakat Maluku mampu mengintegrasikan beragam corak perbedaan yang ada dalam masyarakat.

Pela [gandong] merupakan nilai budaya yang merupakan warisan leluhur Maluku yang lahir sejak ribuan tahun yang silam untuk senantiasa mengingatkan mereka untuk saling mengasihi dalam berbagai hal. Munculnya nilai *pela [gandong]* ini dapat dikatakan juga, tidak terlepas dari adanya kemajemukan agama yang dianut oleh masyarakat Maluku. Senada dengan hal tersebut menurut (Tim Penyusun al-Mukmin, 1999:16-17), khusus di Ambon dan Maluku Tengah, persaudaraan antara umat beragama dikenal sebagai persaudaraan *pela gandong*. Persaudaraan semacam ini adalah persaudaraan antara kampung Islam dan Kristen yang dipersaudarakan oleh kepala adat dengan sebuah sumpah. Bahkan terkadang ada yang bersumpah dengan setetes darah persaudaraan dari kedua belah pihak. Tetesan darah inilah yang melambangkan nilai kesakralan yang sangat tinggi. Setelah dipersaudarakan dengan *pela gandong* maka hukum bersaudara berlaku bagi kedua kampung yang berbeda agama, diantaranya mereka tidak boleh saling mengganggu dan saling menikah. Karena mereka meyakini, bahwa pada dasarnya masyarakat maluku adalah saudara *gandong* atau saudara kandung yang “berasal dari rahim yang sama”.

Terkait dengan Papalele, nilai *pela [gandong]* membawa pada suatu prinsip hidup bahwa, kemajemukan suku dan agama bukan halangan untuk membangun kebersamaan serta proses sinergi para Papalele di Maluku. Nilai ini sudah mengakar sejak ratusan bahkan

ribuan tahun yang lalu, sehingga dapat dikatakan bahwa Papalele memang sejak dulu dan hingga kini hidup dalam kebhinnekaan. Spirit dari budaya *pela* diyakini mempunyai kemampuan untuk menghindari konflik sekecil apapun diantara mereka, sehingga dapat membawa kehidupan komunitas Papalele dalam jalinan rasa persaudaraan yang kokoh.

F. Nilai *Pela Gandong* dalam Lingkup Harga Jual Papalele

Mempelajari masyarakat Papalele dalam lingkup kehidupan berjualan dapat dipandang sebagai suatu tatanan yang terdiri atas kuasa nilai-nilai di dalamnya. Berdasarkan uraian tentang proses pembelian barang dagangan, penjualan dan perolehan keuntungan sebagaimana diungkapkan sebelumnya, maka dapat dijelaskan analisis nilai *pela [gandong]* dalam kaidah indeksikalitas dan reflektivitas dalam Tabel 5.1 berikut ini:

Tabel 5.1
Analisis Indeksikalitas dan Refleksivitas Nilai *Pela* [*Gandong*]

| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Refleksivitas |
|---|--|---|--|--|
| Menggali Nilai <i>Pela</i> [<i>Gandong</i>] | Melakukan proses pembelian komoditas yang akan dijual kepada konsumen. Para Papalele harus bersentuhan dengan <i>bobo</i> dan para pedagang <i>pengopor</i> . Aktivitas pembelian dilakukan secara tunai dan hutang. | Ungkapan para informan: “ <i>Beta</i> biasanya ambe ikang di Tanjong, ikang <i>beta</i> ambe dolo di <i>bobo</i> , nanti pulang baru bayar” (Sf) “ <i>Beta</i> ni... bali ikang di <i>bobo</i> . Abis bajual <i>katong</i> bayar <i>lai</i> ” (SL) “.....habis dulu baru dibayar. Itu model yang mereka lakukan. Yang ditonjolkan oleh Papalele adalah persaudaraan, <i>trust</i> dan jejaring” (PS) | Secara eksplisit para informan menyatakan bahwa dalam proses pembelian komoditas yang diperdagangkan biasanya dilakukan secara hutang. Bila pembelian dilakukan secara hutang, maka pembayaran didasarkan pada kesepakatan bersama, antar Papalele dan pedagang pengumpul atau <i>bobo</i> . | Realitas pada proses pembelian memberikan makna yang tersirat bahwa selain unsur biaya yang bersifat materi (uang), juga terdapat unsur non materi yang terinternalisasi oleh budaya <i>pela</i> [<i>gandong</i>] menghadirkan nilai kepercayaan (<i>trust</i>) dan kejujuran yang berperan dalam proses pembelian yang dilakukan oleh Papalele. |
| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Refleksivitas |
| Menggali Nilai <i>Pela</i> [<i>Gandong</i>] | Melakukan proses penjualan. Dalam aktivitas ini, para Papalele bersentuhan | Ungkapan para informan: “.....tiap hari.....banya langganang yang datang. <i>Dong</i> ada yang batawar <i>mar</i> | Masyarakat Maluku sangat toleran dengan harga yang ditetapkan oleh komunitas Papalele, sehingga setiap harinya | Makna tersirat yang terkandung dari harga jual yang terbentuk adalah bahwa selain unsur biaya, harga yang ditetapkan |

| | | | | |
|--|----------------------------------|---|--|---|
| | dengan para pelanggan eksternal. | lebe banya yang <i>seng</i> . Kalo <i>dong</i> batawar <i>katong</i> kase harga rasa..... <i>katong</i> kase yang panting masih dapa untung <i>sadiki</i> ”, kata | sebagian besar transaksi terjadi tanpa melalui proses penawaran harga dari pihak konsumen. | Papalele terlahir dari adanya nilai kepercayaan (<i>trust</i>) dan kejujuran. |
| | | ES sambil tersenyum tipis Kalo orang Masohi sini tuh..., kalo su kase harga <i>dong seng</i> batawar lai. Barang <i>katong pung</i> langganang su tau- tau harga, <i>katong</i> Papalele nih cuma ambe untung <i>sadiki lai</i> ...yang panting lancar suda...”, ujar B dengan ekspresi wajah yang berseri-seri, sambil sedikit menerawang Ungkapan para informan: “...Ini ibue, <i>beta</i> tamba akang <i>par</i> ibu langkuas deng daong kamangi lai....”(A) | Informan menyatakan bahwa tradisi penetapan harga yang dianut Papalele, baik yang berjualan sayur-sayuran maupun ikan secara <i>tandeng</i> atau yang <i>baronda</i> biasanya memberikan tambahan bonus kepada para pembeli”. Informan menyatakan bahwa karena kondisi keuangan pembeli yang tidak memadai, sehingga hanya mampu | Makna reflektivitas yang terkandung dari harga jual adalah bahwa selain unsur biaya, keuntungan materi (uang), harga yang ditetapkan Papalele juga bertujuan untuk meraih kebahagiaan melalui nilai cinta kasih yang ditebarkan aromanya kepada para pembeli. |

| | | <p>“...<i>mar</i> kadang pambali minta bali tomat harga dua ribu sa... Padahal <i>beta</i> jual akang lima ribu satu tanpa. <i>Mar</i>, <i>beta</i> kase sa.... <i>Seng</i> apa-</p> | | |
|---|---|---|---|--|
| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Refleksivitas |
| Menggali Nilai <i>Pela</i> [<i>Gandong</i>] | Melakukan proses penjualan. Dalam aktivitas ini, para Papalele bersentuhan dengan para pelanggan eksternal. | <p>apa, <i>beta</i> sanang, <i>kepeng</i> dua ribu <i>dong</i> bisa makang satu kaluarga”, seru “S” dengan mata berbinar.</p> <p>Ungkapan para informan: “<i>Katong</i> bali ikang sama-sama, jadi katong su baku tau-tau harga, <i>seng</i> bisa bajual beda-beda, <i>seng</i> bisa... Samua musti sama, samua musti satu tujuan, <i>seng</i> mungkin beda- beda”, ungkap “SL” tegas</p> | <p>bertransaksi pada harga tertentu saja di luar harga yang telah ditetapkan</p> <p>Penetapan harga yang diimplementasikan Papalele diawali dengan adanya tradisi musyawarah yang dilakukan antar sesama Papalele.</p> <p>Wujud dari harga yang seragam terhadap komoditas yang dijualnya</p> | <p>Selain unsur biaya, harga jual yang ditetapkan Papalele juga terbentuk oleh adanya nilai keadilan</p> |

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| | | <p>“.....ini semua <i>katong</i> sama-sama ba’ambe, jadi <i>dong pung</i> harga sama lai. Harga deng Papalele sama semua, <i>katong</i> baku tanya-tanya harga di sini. <i>Katong seng</i> bole sandiri-sandiri, <i>katong seng</i> bole <i>parlente</i> deng tamang”, ujar “ES” sambil menampakkan sekulum senyum di sudut bibirnya</p> | <p>merupakan hasil proses musyawarah yang dilakukan, sehingga tidak terjadi perbedaan harga</p> | |
| | <p>Menggali informasi berkaitan dengan pemahaman keuntungan dalam perspektif Papalele</p> | <p>Ungkapan para informan dalam penjabaran konsep keuntungan: “Harga Papalele itu menyatu, sama semua Papalele. Dari Papalele yang berjualan ikan sampai dengan Papalele yang menjual sayur. Harga yang dijual, rata semua</p> | | |
| | | | | |

| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Refleksivitas |
|---|--|--|---|--|
| Menggali Nilai <i>Pela</i> [<i>Gandong</i>] | Menggali informasi berkaitan dengan pemahaman keuntungan dalam perspektif Papalele | tergantungan dari jenis jualannya, dan masyarakat Maluku ini sudah sangat memaklumi. Jadi kalau misalnya, Papalele yang berjualan ikan harganya sekitar Rp.10.000,- atau Rp.20.000,- saja. Maka Papalele yang menjual ikan sejenis akan memperlakukan harga yang sama. Mereka saling menghormati satu sama lain”(M.H) “..... <i>beta</i> baru bisa tau <i>beta pung</i> keuntungan kalo barang su abis. Kalo dari hasil bajual <i>beta</i> itung <i>beta pung kepeng</i> yang <i>beta</i> dapa dari hasil bajual lebe dari <i>beta pung</i> modal, itu <i>beta</i> untung. Jadi <i>beta seng</i> dapa tau <i>beta</i> untung kalo barang <i>seng</i> abis samua” (ES) | Pemahaman keuntungan bagi Papalele ketika keuntungan tersebut dapat diwujudkan melalui rupiah demi rupiah yang dikumpulkannya dari hasil berjualan. Selain keuntungan dalam bentuk uang, jalinan persaudaraan yang terbina dalam wujud kebersamaan. Ikatan rasa persaudaraan antar sesama Papalele yang terjalin semakin erat mampu menumbuhkan semangat mereka untuk bekerja tanpa mengenal lelah. | Keuntungan yang diperoleh dari hasil berjualan tidak hanya tercermin melalui nilai rupiah saja, namun juga terlahir dari nilai-nilai persaudaraan. Nilai-nilai persaudaraan yang selalu terjaga merupakan wujud keuntungan dalam konteks non materi. |

Sumber: Data diolah

Hasil analisis nilai *pela [gandong]* dalam kaidah indeksikalitas dan reflektivitas yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa spirit nilai kearifan lokal *pela [gandong]* terinternalisasi dalam proses pembelian, penjualan dan dalam proses pemaknaan keuntungan dalam komunitas Papalele. Internalisasi nilai budaya *pela [gandong]* yang melekat pada komunitas Papalele memberikan pemahaman bahwa budaya *pela [gandong]* yang dianut komunitas Papalele bukanlah sesuatu yang padu dan bulat. Namun, terdiri dari berbagai unsur-unsur nilai yang melingkupinya.

Budaya *pela [gandong]* yang telah mengakar pada masyarakat Maluku memberikan spirit ke dalam jati diri komunitas Papalele dalam menetapkan harga. Pada penetapan harga, budaya *pela [gandong]* merupakan salah satu budaya terpenting yang berperan dalam pembentukannya. Budaya *pela [gandong]* merupakan nilai dasar yang dianut oleh komunitas Papalele dalam menetapkan harga. Penjelmaan budaya *pela [gandong]* pada implementasi tersebut di sisi yang lain menitikkan nilai-nilai operasional dalam bentuk nilai-nilai kejujuran, cinta kasih, keadilan dan kepercayaan (*trust*). Penetapan harga jual tidak hanya berperan sebagai sarana untuk melahirkan nilai ekonomi, namun juga sebagai ladang perolehan nilai-nilai kejujuran, cinta kasih, keadilan dan kepercayaan (*trust*). Nilai-nilai ini tumbuh dan berkembang dalam suatu bingkai berkehidupan yang “tak lekang oleh panas dan tak lapuk oleh hujan.



BAGIAN IV

NILAI MASOHI DALAM PRAKTIK PENETAPAN HARGA PAPALELE

Amal buat kepentingan semua, keringat untuk kebahagiaan bersama.
(Soekarno, Presiden RI pertama)

A. Pengantar

Setelah pada bab sebelumnya diungkapkan tentang budaya *pela gandong* yang diterapkan oleh komunitas Papalele, maka nilai kultur komunitas Papalele lainnya yang akan dipaparkan di bab ini terkait dengan konteks budaya kerjasama. Budaya kerjasama yang menjadi tradisi berkehidupan Papalele, sebenarnya berangkat dari budaya *masohi*. Wujud saling membantu satu sama lain mengarahkan Papalele pada bentuk pengabdian kepada sesama.

Budaya *masohi* merupakan salah satu kearifan lokal yang dimiliki dan menjadi kebanggaan masyarakat Maluku Tengah. Budaya *masohi* ini adalah suatu filosofi hidup yang diimplementasikan komunitas Papalele untuk selalu mengedepankan kebersamaan dan sikap peduli terhadap sesama dalam mengarungi kehidupan ini. Spirit dari nilai inilah yang mengilhami hadirnya tradisi tolong-menolong dalam komunitas Papalele. Tradisi ini juga menunjukkan salah satu strategi yang terpola dalam eksistensi Papalele pada aktivitas berjualan yang dilakukan. Dapat dikatakan bahwa tradisi tolong-menolong dan sikap peduli antar satu dengan lainnya merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari komunitas ini.

B. Nilai Budaya *Masohi* dalam Proses Pembelian

Pada hakikatnya, keanekaragaman dalam cara memandang dan mempelajari komunitas masyarakat dapat kita peroleh pada realita yang terjadi pada komunitas tersebut. Nisbet (1961:3) sebagaimana diacu oleh Ranjabar (2006:36) menjelaskan bahwa sebetulnya tidak ada batasan dalam memandang suatu komunitas masyarakat untuk dapat memahaminya. Suatu komunitas dalam masyarakat dapat dilihat dari berbagai aspek termasuk pada pranata-pranata ataupun sistem

spiritual yang dimilikinya. Pendapat tersebut menggambarkan bahwa untuk memahami suatu masyarakat dan kebudayaan yang dimiliki dapat didasarkan pada masalah-masalah yang hadir dan dirasakan oleh masyarakat tersebut, karena manusia pada fitrahnya selalu dihadapkan pada berbagai masalah yang dianggap merupakan hambatan dalam upaya untuk mencapai sesuatu yang diinginkannya. Peliknya kesulitan dalam hidup biasanya dapat dipecahkan dengan menggunakan pendekatan atau cara-cara tertentu yang sudah membudaya dalam diri mereka.

Manusia adalah makhluk sosial yang sangat unik dan menarik untuk dipahami dan dimengerti, karena manusia merupakan makhluk Tuhan yang mempunyai rasa, karsa dan cinta (Widyosiswoyo, 2004:49-50; 2006:3 dan Sujarwa, 1999:28-29). Pada dasarnya manusia adalah makhluk terbatas yang memerlukan orang lain untuk saling melengkapi keterbatasan yang ada pada dirinya. Hal ini terkait dengan perilaku seorang individu atau kelompok dalam menjalani dan mempertahankan hidupnya, termasuk tentang bagaimana cara memperolehnya.

Bagi peneliti satu hal menarik yang hadir dalam komunitas Papalele, yaitu upaya untuk memperoleh kesejahteraan. Dalam melakukan aktivitasnya, Papalele terlihat tidak hanya memikirkan kesejahteraan masing-masing individu, namun juga mereka sangat peka terhadap kesejahteraan Papalele lainnya. Tradisi bekerja sama dan saling membantu telah menjadi budaya komunitas Papalele dalam menjalani hidup. Atmosfir ini begitu jelas terlihat dari berbagai interaksi yang terjadi secara alami antar mereka. Hal ini menjadikannya terlihat unik di tengah-tengah terpaan pergeseran yang menghampiri mereka. Namun nilai ini tetap dipertahankan karena mereka meyakini bahwa dinamika kehidupan sosial modern yang terjadi saat ini tidak seharusnya mengubah konsep hidup untuk senantiasa mengedepankan sikap saling peduli sebagai salah satu cara dalam menjalani kehidupan ini.

Tradisi tolong-menolong terungkap dalam hasil wawancara dengan seorang Papalele yang menjual sayur-sayuran berikut ini:

“*Beta* kalo bali barang *beta* deng tamang-tamang, tetangga sama-sama Papalele di sini. *Katong* baku bage, satu-satu bayar, kalo ada ampa karton patatas, *katong* ambe dua

karton, *katong pung* tamang laeng ambe dua karton. Kalo terong deng jagung *beta* bali per karong, trus *beta* bage, barapa harganya *katong* ambe untung sadiki.....”.(ES)

(“Bila membeli barang dagangan, saya tidak sendiri melainkan bersama dengan teman-teman, sesama tetangga yang Papalele (berjualan) di sini. Kami berbagi, bayarnya masing-masing, kalau terdapat empat karton ubi jalar saya mengambil dua karton, teman saya yang lainnya mengambil dua karton. Kalau terong dan jagung saya membelinya per karong, kemudian saya menghitungnya, berapa harganya, kami mengambil keuntungan hanya sedikit.....”).

Di suatu siang di emperan apotek yang letaknya di depan Pasar Binaya Masohi, beliau mengisahkan perjuangannya dalam keseharian membeli barang dagangan untuk dijualnya kembali. Dengan menggunakan baju *cele* dilengkapi sarung kotak-kotak berwarna merah yang merupakan ciri khas beliau dalam melakukan aktivitas berjualannya, ia berkisah. Sambil sesekali melemparkan pandangannya ke arah para calon pembeli yang melintas di depan barang jualannya sambil menyapa, “Ada cili basar (lombok besar), cili kacili (lombok kecil), papinyo (ketimun), sayur-sayor nih....”.

Dalam kutipan hasil wawancara di atas konsep indeksikalitas tentang budaya *masohi* yang terinternalisasi dalam proses pembelian yang dilakukan Papalele secara eksplisit disampaikan oleh “ES”. Kata “*katong*” menunjuk pada diri “ES” dan Papalele lainnya yang memilih untuk menjual patatas. Sementara itu kata “di sini” ditujukan pada Pasar Binaya Masohi, tempat berjualan “ES” dan Papalele lainnya yang berjualan secara *tandeng* di pasar tersebut. Makna dari ungkapan “*Beta* kalo bali barang *beta* deng tamang-tamang, tetangga sama-sama Papalele di sini. *Katong* baku bage, satu-satu bayar, kalo ada ampa kanton patatas, *katong* ambe dua kanton, *katong pung* tamang laeng ambe dua kanton....” menunjukkan bahwa untuk melakukan aktivitas pembelian barang dagangan yang akan dijual kembali, para Papalele cenderung memilih untuk bekerja sama satu sama lain. Jika ditelisik lebih mendalam, tradisi kerja sama yang dilakukan tersebut

menggambarkan adanya nilai solidaritas antar sesama Papalele. Papalele meyakini bahwa kerja sama yang mereka bangun dapat mengantarkan usaha mereka dapat bertahan hingga saat ini. Mereka meyakini bahwa kerja sama yang terbangun diantara komunitas Papalele sesungguhnya memiliki kekuatan jangka panjang untuk menciptakan keuntungan bagi keberlangsungan usaha yang mereka jalani.

Pola kerja sama yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele inilah yang merupakan salah satu ciri khas yang dimiliki Papalele dan menjadi pembeda dengan pedagang lainnya. Kisah “ES” memberikan gambaran bahwa untuk membeli sayur-sayuran yang akan dijualnya kembali, biasanya dilakukan secara bersama-sama dengan Papalele lainnya, baik itu Papalele yang bertetangga rumah dengannya, maupun Papalele yang hanya saling mengenal karena setiap harinya bersama-sama berjualan di pasar. Poin penting dari penuturan “ES” di atas, memberikan petunjuk bahwa dalam proses pembelian tidak hanya mencerminkan tentang keterlibatan unsur biaya dalam wujud materi berupa uang, namun proses tersebut juga mengandung oleh nilai non materi berupa nilai solidaritas.

C. Nilai *Masohi* dalam Berjualan

Budaya *masohi* tidak hanya tergambar dalam proses pembelian barang seperti yang diuraikan di atas, namun juga terwujud dalam proses penjualan barang dagangan tersebut. Budaya ini adalah upaya yang dilakukan oleh komunitas Papalele agar dalam meraih keuntungan tidak hanya mementingkan dirinya secara pribadi namun juga peduli terhadap sesama. Mengedepankan nilai-nilai solidaritas yang tercermin dalam aktivitas yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai-nilai tersebut menjadi penggerak dalam setiap aktivitas transaksi Papalele.

Kisah tersebut tercermin melalui hasil wawancara dengan seorang Papalele yang menjual ikan sebagai berikut:

“....biasa juga ada Papalele laeng yang *baronda* akang di kampung Lesane, kampung Sugiarto, deng Ruma Rayat. Kalo *dong* ambe ikang di *beta for* bajual, *beta* kase *mar beta* cuma ambe untung sadiki sa. Lebe sadiki dari yang

beta jual akang di langganang *for* makang”, ujar SL seraya mengarahkan wajahnya ke arah peneliti.

(.....biasa pula ada Papalele yang berjualan secara *baronda*/berkeliling kampung di kampung Lesane, kampung Sugiarto, dan kampung Rumah Rayat. Kalau mereka membeli ikan di saya, saya menjualnya dengan mengambil keuntungan sangat rendah (hampir tanpa laba). Keuntungan yang saya ambil lebih kecil bila dibandingkan bila saya menjualnya di pelanggan untuk dikonsumsi sendiri).

Dalam kutipan hasil wawancara di atas terdapat ungkapan indeksikalitas yang menyatakan “...Kalo *dong* ambe ikang di *beta for* bajual, *beta* kase *mar beta* cuma ambe untung sadiki sa. Lebe sadiki dari yang beta jual akang di langganang *for* makang”. Kata “*dong*” menunjuk pada Papalele yang biasanya membeli ikan di Siti untuk dijual secara *baronda* di kampung Lesane, kampung Sugiarto dan kampung Rumah Rayat. Ungkapan tersebut memiliki makna bahwa penetapan harga jual tidak hanya diperuntukkan bagi pembeli yang ingin mengkonsumsi sendiri, namun harga juga ditetapkan untuk Papalele untuk dijual kembali secara *baronda*. Hal menarik yang juga tergambar dari ungkapan “SL” di atas adalah harga jual yang ditetapkan kepada sesama Papalele yang berjualan secara *baronda* berbeda dengan harga jual yang diberikan kepada pelanggan untuk dikonsumsi langsung.

Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan pada langganan untuk dikonsumsi sendiri memiliki harga jual yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan harga kepada sesama Papalele yang berjualan secara *baronda*. Harga jual yang Siti Lewenusa tetapkan kepada sesama Papalele yang tidak berjualan secara *tandeng* bersama dengan dirinya, ia hanya mengambil keuntungan sedikit (hampir tanpa laba). Keuntungan yang sangat kecil tersebut sebetulnya sebagai upaya untuk menolong Papalele lainnya yang berjualan secara *baronda*. Nilai kearifan lokal “*masohi*” yang terinternalisasi dalam konsep harga yang dianut Papalele tentu saja tidak dapat dinilai dengan menggunakan kaca mata materi, namun

diperlukan rasa untuk tidak mementingkan kepentingan diri. Secara kolektif, tradisi ini juga dapat terjadi pada Papalele lainnya. Nilai budaya *masohi* dalam wujud saling membantu atau spirit gotong royong dalam menjemput rejeki dijadikan sandaran dalam berkehidupan mereka. Prinsip hidup bagi Papalele adalah “rasa sama-sama barasa”, menunjukkan suatu slogan hidup dalam satu kesatuan untuk membangun solidaritas sosial pada komunitas ini.

Penetapan harga jual untuk Papalele yang *baronda* dengan harga yang sangat rendah (hampir tanpa laba) menunjukkan bahwa nilai solidaritas sangat berperan pada terbentuknya suatu harga. Unsur-unsur yang berperan dalam penetapan harga yang diimplementasikan Papalele tidak cukup bila hanya dibentuk oleh unsur-unsur biaya yang melekat pada harga pokok dan keuntungan yang bersifat materi (uang) saja, akan tetapi harus hadir didalamnya unsur-unsur non materi, yaitu nilai solidaritas. Formulasi ini memberikan pemahaman bahwa nilai materi bukanlah satu-satunya tujuan akhir yang ingin dicapai, namun terdapat suatu nilai solidaritas yang merupakan bagian dari tujuan dari penetapan harga. Hal ini berarti, konsep harga Papalele berbeda dari konsep harga konvensional. Perbedaannya adalah bila pada konsep harga konvensional, uang merupakan sesuatu yang dianggap “pusat” yang dianggap penting dan sangat utama dalam tujuan penetapan harga. Namun, pada penetapan harga yang diimplementasikan Papalele, kedudukan uang setara dengan nilai-nilai non materi, seperti nilai solidaritas.

Sejalan dengan hal tersebut masih dari kisah “SL” terungkap pola tradisi lain dalam penetapan harga jual yang dianut Papalele, berikut ini :

“*Katong* Papalele ni.. musti baku bantu. Kalo ada Papalele laeng mo bali *beta pung* ikang *for* bajual, kalo *beta pung* ikang masih banya, *beta kase for dong* bajual akang. Kalo *for* bajual di sini, *beta seng* ambe untung. Kalo harga di *bobo* mahal *beta kase* mahal, kalo harga di *bobo* mura *beta kase* mura lai..... *Katong* sama musti bagitu, *seng* bole mo makang banya sandiri musti baku bage”, kata SL |seraya bergerak mendekati piring yang berisi nasi dengan asap mengepul, lalu sedikit demi sedikit menghilang.

(Kita Papalele ini harus saling membantu. Bila ada Papalele lainnya ingin membeli ikan saya untuk dijual, kalau ikan saya masih banyak, saya berikan lagi untuk dijualnya. Kalau untuk dijual di sini, saya tidak mengambil keuntungan. Kalau harga dari *bobo* mahal saya menjualnya mahal, kalo harga dari *bobo* murah saya menjualnya juga dengan harga yang murah. Kita adalah sama-sama harus begitu, tidak boleh makan sendiri harus berbagi dengan yang lain).

Bertempat di warung makan yang sangat sederhana, berjarak sekitar 50 meter dari tempat berjualan “SL”, terungkap konsep indeksikalitas yang berbunyi “Kalo *for* bajual di sini, *beta seng* ambe untung.....”. Makna dari ungkapan tersebut menyiratkan tentang penetapan harga jual yang diperuntukkan bagi sesama Papalele yang melakukan pola berjualan secara *tandeng*. Menetapkan harga jual yang besarnya sama dengan harga pokok dari komoditas yang dijual mencerminkan bahwa dalam harga tersebut terkandung nilai *altruisme*. Penetapan harga untuk Papalele yang berjualan secara *tandeng* melahirkan harga jual tanpa laba (sama dengan modal). Dalam penetapan harga yang dilakukan menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan Papalele menghadirkan nilai *altruisme* dalam pembentukannya. Nilai *altruisme* ini hadir karena harga jual yang ditetapkan tidak sepenuhnya bertujuan untuk menghasilkan keuntungan yang bernilai materi (uang).

Dari dua kasus yang dikisahkan oleh Siti Lewenusa di atas terlihat bahwa tradisi penetapan harga yang terdapat pada komunitas Papalele berbeda dengan penetapan harga konvensional. Perbedaan tersebut mengarah pada unsur-unsur pembentuk harga. Penetapan harga yang diwujudkan Papalele tidak didasari oleh motivasi perolehan keuntungan dalam wujud materi saja, namun terkandung nilai solidaritas dan *altruisme* dalam wujud saling membantu bagi sesama Papalele yang membutuhkan. Namun, pada umumnya kondisi seperti ini merupakan suatu hal yang tidak sering terjadi karena bila tanpa ada halangan, maka Papalele biasanya lebih memilih untuk membeli ikan secara langsung dari pedagang pengumpul, nelayan atau masnait.

Secara teknis sepanjang pengamatan peneliti, keunikan pada pola penetapan harga ikan dalam komunitas Papalele adalah ikan yang

mereka beli per parteng/loyang ataupun per konteiner/*box*, harga jualnya berkisar antara Rp.10.000,00 atau Rp. 20.000,00 saja untuk beberapa ekor. Harga ikan sebenarnya tergantung kondisi cuaca alam. Bila cuaca lagi baik harga ikan dapat dikatakan murah, namun bila cuaca lagi tidak bersahabat, maka harga ikan sangat mahal. Akan tetapi untuk jenis ikan yang dibeli per parteng mahal atau murah merujuk pada kuantitasnya. Dalam arti, harga ikan yang ditetapkan adalah sebesar Rp.10.000,00 atau Rp.20.000,00 yang membedakan hanyalah kuantitas ikan-ikan tersebut. Kondisi seperti ini juga dapat terjadi pada komoditas hasil pertanian atau perkebunan. Di saat-saat tertentu, misalnya pada hari lebaran biasanya terjadi peningkatan harga, begitu pula halnya bila musim panen menjelang maka hasil pertanian biasanya mengalami penurunan harga. Hal ini terjadi karena harga jual yang ditetapkan didasari oleh harga pokok komoditas yang dibeli dari pedagang pengumpul.

Sehubungan dengan harga pokok, sewaktu peneliti menanyakannya kepada “M. H”, seorang tokoh masyarakat Maluku tentang apakah terdapat istilah khusus yang digunakan Papalele untuk menyebut istilah harga pokok? Dari pertanyaan peneliti tersebut, beliau memberikan jawaban:

“Untuk menyebutkan harga pokok jualannya, Papalele menggunakan istilah *modal*”, jawab “M.H”

Dalam wawancara dengan “M.H” menjelaskan bahwa Papalele menggunakan istilah “modal” untuk menyebutkan harga pokok barang dagangannya. Jadi, bila dalam istilah akuntansi modal dikatakan sebagai keseluruhan dari jumlah aset yang dimiliki setelah dikurangi dengan kewajiban, maka dalam komunitas Papalele konsep modal merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan “harga pokok” barang dagangan. Untuk memperoleh besaran harga pokok barang dagangannya, maka terlebih dahulu Papalele melakukan proses penghitungan ikan yang ada dalam parteng yang dibelinya. Hal ini dilakukan karena Ikan yang berada dalam suatu parteng memiliki jumlah ikan yang tidak menentu. Karena jumlah ikan dalam satu parteng tidak menentu, maka Papalele harus dengan cermat menghitung satu per satu besarnya jumlah ikan yang ada. Setelah mengetahui jumlah ikan yang berada dalam parteng, selanjutnya

dihitunglah jumlah modal (harga pokok) ikan. Harga pokok ikan atau yang mereka sebut dengan “modal ikan” diperoleh dengan cara harga beli ikan dibagi dengan jumlah ikan yang ada dalam parteng. Parteng-parteng yang berisi ikan yang dijual oleh para pedagang pengumpul dapat dilihat pada foto berikut:

Foto 4.1

Ikan-Ikan dalam *Parteng* yang Dijual oleh Pedagang Pengumpul



Terkait dengan budaya *masohi*, dari dulu hingga saat ini melekat erat dalam jati diri komunitas Papalele. Hal ini diungkapkan oleh “M.H”, berikut ini:

“.....mereka itu selalu saling tolong-menolong dalam berjualan. Budaya ini sangat kuat dalam keseharian mereka. Itulah Papalele yang dikenal oleh masyarakat sini...disebut sebagai orang yang berjualan dengan membeli dari yang lain, biasa juga dari sesama Papalele. Mereka selalu saling bantu. Jadi kalo dijual dengan sesama Papalele, harganya berbeda kalo dijual ke konsumen untuk dikonsumsi sendiri”.

M. Hasib yang telah selama bertahun-tahun bergelut dengan sanitasi pasar Binaya Masohi memang sangat mengenal ciri khas yang dimiliki Papalele. Dari pernyataan di atas, menunjukkan adanya internalisasi budaya *masohi* dalam aktivitas penjualan yang dilakukan

oleh Papalele. Masyarakat Maluku mengenal Papalele sebagai sebuah komunitas yang menjunjung tinggi budaya tolong-menolong.

Segala keunikan yang dimiliki oleh Papalele memberikan isyarat bahwa apa yang dimaksud dengan Papalele memiliki makna yang tidak sederhana. Sebuah pranata iradati yang menempatkan komunitas Papalele sebagai manusia yang hidup bersama dengan yang lainnya dalam garis edar suatu komunitas yang senantiasa saling membutuhkan antar satu dengan lainnya. Dapat dikatakan bahwa Papalele tidak akan dapat bertahan dalam menjalankan usahanya tanpa keberadaan Papalele lainnya. Namun satu hal yang tak boleh diabaikan bahwa eksistensi Papalele juga tidak akan tercipta tanpa adanya nilai kearifan lokal Maluku, yakni *masohi* yang selalu setia menuntun mereka dalam beraktivitas.

D. Nilai *Masohi* dalam Meraih Keuntungan

Dalam melakukan aktivitas penjualan, nilai *masohi* tidak hanya diimplementasikan pada proses pembelian dan penjualan saja. Nilai *masohi* juga melekat dalam konsep keuntungan dari setiap aktivitas penjualan yang dilakukan. Kehidupan “*masohi*” tercermin melalui penggalan kisah seorang Papalele yang menjual ikan berikut ini:

“.....ini ikang di meja sabala orang *pung* ikang, bukung *katong pung* ikang. *Katong* jual akang barang de *pung* orang kasiang lagi bajemput *dong pung* ana sekolah. Kalo *dong pung* ikang seng tajual, barang tatinggal kasiang. Jadi, *katong* bantu jual akang, *seng* apa-apa..... *katong* bisa sama-sama dapa rejeki to... *katong* sanang bisa bantu bajual akang”, ujar “B |dengan tersenyum. (.....ini ikan di meja sebelah orang punya ikan, bukan saya yang punya ikan. Saya bantu menjualkan karena orangnya kasihan lagi menjemput anaknya pulang sekolah. Kalo dia punya ikan tidak dijual, kasihan tertinggal. Jadi, saya bantu untuk menjualnya, tidak apa-apa..... saya bisa sama-sama dapat rejeki, saya sudah senang bisa membantu menjualkan”).

Apa yang dituturkan Base seirama dengan yang diungkapkan oleh seorang Papalele yang berjualan sayur-sayuran:

“.....barang kalo ada yang mo bali *dong pung* jualan, *beta* jual akang...harga sama deng harga yang *dong* bilang *par beta*. Nanti kalo *dong* bale lai....baru *beta* kase *dong pung kepeng*..sama deng yang laku.”(S)

(“.....bila ada pembeli yang hendak membeli barang jualan yang dititipkan kepada saya, saya akan menjualkannya sesuai dengan harga yang dipesankan ke saya. Setelah dia balik kembali... uang hasil penjualan akan saya serahkan sejumlah barang yang telah laku terjual.”).

Kutipan hasil wawancara dengan “B” menunjukkan suatu ungkapan indeksikalitas yang merefleksikan tentang temuan nilai-nilai *masohi* dalam aktivitas berjualan. Ungkapan indeksikalitas yang disampaikan oleh “B” kemudian disempurnakan keberadaannya oleh “S” yang secara eksplisit mengungkapkan tentang harga komoditas yang dititip. Butir penting lain yang terungkap dari konsep indeksikalitas yang dituturkan oleh “B” di atas adalah kata “*sabala*” yang menunjuk pada meja tempat ikan seorang Papalele yang letaknya berdampingan dengan meja ikan “B”. Konsep indeksikalitas lainnya terdapat pada kata “*dong*” yang ditujukan pada seorang Papalele yang menitipkan barang jualannya kepada “B”. Demikian pula halnya konsep indeksikalitas lainnya juga tersingkap dari apa yang dituturkan “S”, yaitu kata “*dong*”. Kata “*dong*” pada penuturan “S” mengarah pada seorang Papalele yang menitip barang jualannya kepada “S”.

Titip-menitip jualan merupakan suatu tradisi penjualan yang hadir dalam ruang komunitas Papalele. Hal ini terjadi jika salah satu dari teman mereka (biasanya yang duduk berdampingan berjualan) berhalangan untuk berjualan karena mempunyai urusan lain yang mendesak. Maka di saat tersebut, seorang Papalele akan menitipkan barang jualannya kepada salah seorang Papalele untuk dijualkan. Tradisi titip-menitip barang jualan ini biasanya dilakukan oleh Papalele yang berjualan secara *tandeng*.

Pengalaman yang diungkapkan “B” dan “S” di atas memberikan nuansa pemahaman bahwa dalam melakukan aktivitas berjualan, “B” dan “S” tidak semata-mata disibukkan dengan dirinya sendiri. Waktu yang digunakan untuk menjual barang jualanannya juga digunakan untuk saling membantu. Usaha berjualan untuk mengejar keuntungan tidak hanya untuk kepentingan pribadinya, namun juga untuk kepentingan orang lain yang membutuhkan.

Situasi yang masih terekam dalam ingatan peneliti, yaitu ketika suatu siang “S” yang dititipi barang jualan oleh Papalele yang duduk bersebelahan dengannya. Ketika itu barang dagangan yang dijualnya secara kebetulan hampir sama dengan barang jualan “S”. Pada saat seorang calon pembeli datang menghampiri dan bertanya tentang harga terong yang hendak dibelinya. Ternyata calon pembeli tersebut menunjuk terong milik orang lain, bukan terong milik beliau. Dalam kasus ini, bisa saja terong miliknya yang ditawarkan “S”, namun hal ini tidak ia lakukan. Sebaliknya, “S” dengan rela menjual terong milik orang lain yang diinginkan pembeli. Siti menjual terong tersebut sesuai dengan harga yang diamanahkan kepadanya.

Lebih lanjut, dari kutipan hasil wawancara di atas konsep indeksikalitas yang diungkapkan oleh “S”, yaitu “.....barang kalo ada yang mo bali *dong pung* jualan, *beta* jual akang...harga sama deng harga yang *dong* bilang *par* beta....” secara reflektif menyiratkan kehadiran nilai kejujuran dalam praktik penetapan harga yang dianut Papalele. Nilai kejujuran hadir karena “S” menjual barang dagangan yang dititip kepadanya sesuai dengan harga yang dimanahkan oleh si pemilik barang. Konteks kejujuran yang terlahir dari nilai budaya *masohi* merupakan perwujudan nilai kejujuran dan kepercayaan (*trust*) antar sesama Papalele.

Kejujuran berarti apa yang diucapkan seseorang seiring dengan hati nuraninya. Kejujuran juga dapat ditujukan kepada orang yang menepati janji, baik yang terlahir dalam kata-kata maupun yang masih bersemayam di dalam hati, berupa niat (Sujarwa, 1999: 79 dan Widyosiswoyo, 2004:119). Kejujuran yang dijunjung tinggi oleh Papalele dengan sendirinya akan berdampak pada peningkatan kepercayaan (*trust*) dalam komunitas ini.

Menelisik lebih jauh realitas penetapan harga dalam kehidupan Papalele memberikan petunjuk bahwa harga jual Papalele yang

terinternalisasi oleh nilai budaya Masohi juga terlahir dari nilai solidaritas. Menurut Tumanggor (2010:124), ketika suatu hubungan antar anak manusia menjelma menjadi persahabatan, simpati dan saling menghargai satu sama lain serta merasakan kepuasan ketika dapat saling membantu, maka pada saat itulah manusia mengenal hadirnya nilai solidaritas dalam diri mereka.

Selain itu, pada harga yang terbentuk juga tercipta nilai *altruistik* karena dari hasil penjualan tersebut Base dan Siti tidak mengharapkan imbalan dari harga jual yang telah ditetapkan. Konteks nilai *altruistik* yang tercermin dalam harga yang dianut Papalele dalam tradisi titip-menitip barang jualan karena seorang Papalele yang dititipi barang jualan tidak mendapatkan imbalan dari hasil penjualan tersebut. Kehadiran nilai-nilai non materi yang terbingkai dalam budaya *masohi* juga tergambar melalui penuturan seorang Papalele yang berjualan ikan berikut ini:

“.....ini tiga puluh yang besar, dua puluh dua potong yang kacili, de *pung* harga su bagitu...*seng* kurang lai.... barang *dong* su taro harga bagitu lai.... Ini orang *pung* ikang” |sembari mengarahkan pandangannya ke arah potongan-potongan ikan layar di atas meja yang letaknya bersebelahan dengan meja ikan miliknya|. “*Beta* ni cuma bantu jual akang. Barang *dong* lagi ada urusan sadiki...*dong* lagi blanja. *Beta* jua ada bali bagitu. Jarang ikang bagini...ikang layar to...*beta* jua ada bali tadi *par* makang”, tambah “R”.

(...ini Rp.30.000,- untuk potongan berukuran besar, Rp.20.000,- dua potong untuk potongan ikan yang berukuran kecil, harganya sudah begitu...tidak bisa ditawar lagi...si pemilik ikan sudah menetapkan harganya seperti itu. Saya hanya membantu untuk menjualkannya. Karena si pemilik ikan mempunyai sedikit urusan...dia lagi berbelanja. Saya juga tadi membeli ikan ini...Ikan seperti ini (ikan marlin) langkah di pasaran.....saya juga membeli ikan ini untuk dimakan”).

Pernyataan informan tersebut menggambarkan bahwa walaupun si pemilik ikan tidak melihat, harga ikan yang telah ditetapkan selalu disampaikan kepada para calon pembeli seperti yang diamanahkan kepadanya. Bukan hanya harga ikan, namun juga kualitas dan keberadaan ikan disampaikan ke calon pembeli yang berminat untuk membeli. Dalam hal ini, “R” yang juga berjualan ikan jenis lain sama sekali tidak merasa berat untuk mempromosikan ikan milik orang lain dengan mengungkapkan bahwa ikan yang dititip itu, merupakan ikan yang langka di pasaran (ikan jenis tersebut tidak selamanya ada). “R” berupaya untuk menunjukkan transparansi harga dan kualitas jualannya, sehingga menggambarkan nilai seutuhnya dari ikan tersebut. Meskipun ikan yang dilirik oleh calon pembeli bukanlah jualan miliknya.

Secara reflektif ungkapan indeksikalitas yang dituturkan oleh informan di atas memberikan pemahaman bahwa tradisi tolong-menolong yang terjadi pada komunitas Papalele ini sekaligus mengejawantahkan nilai yang terkandung pada suatu harga jual. Papalele yang dititipi barang jualan senantiasa menjunjung tinggi harga jual yang diamanahkan oleh si pemilik barang jualan tanpa adanya motivasi untuk memperlmainkan harga tersebut. Dengan demikian, harga jual tersebut tidak berkaitan dengan hubungan ekonomi namun erat kaitannya pada relasi sosial antar sesama Papalele. Konsep harga jual pada budaya ini dimaksudkan sebagai alat perjuangan Base, Siti dan Ratna dalam komunitas ini untuk menegakkan nilai-nilai kejujuran dan solidaritas antar sesama Papalele. Uniknya pembentukan nilai ini sekaligus merupakan suatu pembeda bila dibandingkan dengan konsep harga jual konvensional.

Perilaku yang ditunjukkan para Papalele oleh informan di atas menunjukkan perilaku *altruisme* seperti yang diungkapkan oleh Triyuwono (2007); Taylor, *et al.* (2009:457) dan Sarwono, dkk. (2009:125). Triyuwono (2007); Taylor, *et al.* (2009:457) dan Sarwono, dkk. (2009:125) mengungkapkan bahwa perilaku *altruisme* mengarahkan pada suatu tindakan yang semata-mata dilatarbelakangi oleh niat yang tulus untuk menolong orang-orang yang sedang membutuhkan. Dengan kata lain, perilaku ini sama sekali tidak mengharapkan imbalan. Hanya saja walaupun perilaku ini sama sekali tidak mengharapkan imbalan, dalam pandangan Losier (2006) terkait

dengan hukum ketertarikan atau disebut juga dengan dalam ilmu fisika, *the law of attraction*.

Hukum *the law of attraction* akan menggerakkan energi positif di sekitarnya dengan merespon balik perilaku menolong tersebut dengan memberikan pertolongan yang sama. Sejalan dengan hal tersebut Sarwono, dkk. (2009:127) yang bersandar pada pendapat Sarwono (2002) menyatakan bahwa dalam teori evolusi terdapat prinsip timbal balik, yaitu menolong untuk memperoleh pertolongan kembali. Seseorang menolong karena ia mengantisipasi kelak orang yang ditolong akan menolongnya kembali sebagai suatu balasan. Namun, sedikit berbeda dari apa yang dikemukakan Sarwono, dkk. (2009:141) yang berpendapat bahwa perilaku menolong adalah tindakan individu yang ditujukan untuk menolong orang lain tanpa adanya dampak keuntungan yang ditimbulkan secara langsung bagi si penolong. Hal ini masuk dalam kategori *altruisme*, yaitu menolong untuk kesejahteraan orang lain semata (*selfless*), tanpa didasari oleh motivasi untuk kepentingan diri sendiri (*selfish*).

Wujud tolong-menolong yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele dalam melakukan aktivitas berjualan, dapat diartikan sebagai sebuah pranata dalam suatu sistem komunitas yang diakibatkan oleh keterbatasan yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang tidak terbatas. Dalam prosesnya, saling tolong-menolong dalam kehidupan Papalele sekaligus akan menciptakan garis edar *simbiosis mutualis* atau saling membutuhkan. Ringkas kata, tradisi tolong-menolong akan membentuk terciptanya keterjalinan dalam bentuk saling membutuhkan di antara mereka. Pendapat Losier (2006) di atas, tercermin melalui penuturan seorang Papalele yang berjualan sayur berikut ini:

“.....*seng* apa-apa, *katong* di sini su baku tau-tau. Kalo skarang *dong* ada batitip jualan *par beta*. Nanti pasti *beta* yang batitip jua. Kalo *beta* ada parlu, *beta* batitip. ini sadiki lai kalo waktu sombayang datang, *beta* lai batitip akang jualan *par dong*”.(S)

(.....tidak apa-apa, kita di sini sudah saling mengenal satu sama lain. Kalau sekarang dia yang menitip jualan ke saya. Nanti pasti saya yang menitipkan juga. Biasa

kalau saya mempunyai urusan saya menitipkan. Ini sebentar lagi kalau waktu shalat sudah tiba, saya juga akan menitipkan jualan ke dia (Papalele yang duduk menjual berdampingan dengan “S”).

Nilai *masohi* dalam budaya titip-menitip barang jualan ini sudah menjadi ciri khas dalam diri Papalele yang terjadi dalam berkehidupan komunitasnya. Hal ini juga ditegaskan oleh seorang akademisi berikut ini:

“Titip-menitip barang dagangan adalah hal biasa dilakukan Papalele. Sebenarnya ada dua macam jenis titipan, ada untuk dijual, ada juga titip untuk menampung sementara. Kalau titip untuk dijual itu terjadi antar Papalele baik yang masih dalam lingkungan sedesa maupun antar desa, kebetulan mereka satu komunitas. Titipan terjadi manakala ada urusan keluarga yang mendesak. Pedagang lain tidak ada kebiasaan seperti ini, di lingkungan komunitas Papalele”. (PS)

Dalam komunitas Papalele secara substansi, nilai *masohi* jelas terlihat pada budaya titip-menitip barang. Budaya titip-menitip barang sudah menjadi rutinitas Papalele sehari-hari. Tradisi yang dijalankan ini dapat saja terjadi antara sesama Papalele maupun antara Papalele dengan pedagang lainnya. Dari penuturan “PS”, menjelaskan bahwa saling tolong-menolong diantara mereka dalam wujud titip-menitip barang jualan terdiri dari beberapa jenis titipan, yaitu titipan untuk menampung sementara. Ciri khas yang melekat dalam komunitas Papalele ini merupakan suatu tradisi karena telah terjadi secara terus-menerus, dari dahulu hingga saat ini. Komitmen kebersamaan yang tumbuh dari mereka melahirkan rasa memiliki dalam komunitas ini. Hal tersebut merupakan kunci utama dalam ikatan batin komunitas Papalele dan tradisi ini mereka jalankan dari hari ke hari. Walaupun diantara mereka tidak terdapat hubungan darah atau masih dalam satu garis keturunan. Perbedaan asal dan agama diantara mereka dapat dipersatukan dengan adanya nilai *masohi* yang sudah “mendarah daging” diantara mereka.

Titip-menitip barang jualan merupakan suatu kebiasaan rutin yang hadir dalam aktivitas penjualan yang dilakukan Papalele. Terkait dengan tradisi titip-menitip barang jualan yang terjadi dalam kehidupan Papalele, dapat dikatakan mirip dengan penjualan konsinyasi³. Hanya saja, konsep konsinyasi yang terjadi pada Papalele tidak bermaksud untuk tujuan mendapatkan materi sebagai imbalan untuk barang yang dititipkan.

Dampak pertolongan yang dilakukan dapat membantu seorang individu untuk dapat bertahan dan hal ini cenderung akan diwariskan kepada keturunannya. Sejalan dengan hal tersebut, Sarwono, dkk. (2009:125) berpendapat bahwa membantu kerabat berarti membantu kelangsungan hidup gen individual untuk generasi berikutnya. Hal ini didasarkan pada pemahaman prinsip biologi evolusi. Menurut teori evolusi, inti dari suatu kehidupan adalah kelangsungan hidup suatu gen. Gen yang terdapat dalam diri manusia telah mendorong manusia untuk memaksimalkan kesempatan berlangsungnya suatu gen agar tetap lestari.

Terkait dengan uraian tersebut, menunjukkan bahwa tumbuhnya nilai *masohi* dalam keyakinan komunitas Papalele sebagai masyarakat Maluku dijadikan sebuah filosofi hidup untuk dapat bertahan dalam mengarungi kehidupan ini. Mereka senantiasa mengedepankan kebersamaan dan sikap peduli terhadap sesama.

Nilai *masohi* dalam pijakan komunitas Papalele mengarahkan pada satu tujuan, yaitu untuk mencapai keuntungan bersama. Dengan perkataan lain, keuntungan yang dirasakan tidak hanya untuk kepentingan diri pribadi, namun juga kepada sesama Papalele sebagai penjual. Papalele tidak saja menganggap bahwa pembeli merupakan konsumen yang digerakkan oleh motif ekonomis, namun juga sebagai bagian dari diri mereka. Hubungan yang harmonis antar mereka menjadi kunci utama dalam meraih keuntungan. Melalui hubungan yang harmonis dengan sesama Papalele dan para pembeli juga dengan sendirinya akan berdampak pada semakin meningkatnya keuntungan materi yang diperoleh.

³ Konsinyasi merupakan suatu perjanjian penyerahan barang antara pihak yang memiliki barang dengan pihak yang akan menjualkan barang tersebut dengan imbalan komisi.

Perlakuan terbaik yang semestinya diterima oleh sesama Papalele dan para pelanggan perlu untuk dipertahankan bahkan sedapat mungkin semakin ditingkatkan agar tercipta energi positif yang lebih besar dalam jangka panjang. Pengalaman selama melakukan aktivitas penjualan yang dialami oleh komunitas Papalele di atas, menunjukkan bahwa nilai *masohi* yang diimplementasikan dalam menjalani nafas kehidupan mereka akan membuahkan keuntungan yang berlipat ganda dalam jangka panjang.

Dari uraian tersebut memberikan pemahaman bahwa modal utama komunitas Papalele sehingga dapat bertahan hingga saat ini adalah tidak semata-mata mengandalkan modal berupa materi. Namun, yang tak kalah penting dari itu adalah kepedulian antar sesama yang diisyaratkan melalui jalinan hubungan yang harmonis terhadap sesama manusia dan lingkungannya.

E. Hakikat Budaya *Masohi*

Pergeseran yang kini terjadi dikarenakan dinamika kehidupan sosial, kenyataannya tidak seharusnya mengubah konsep budaya *masohi* sebagai budaya khas yang dimiliki komunitas Papalele sebagai bagian dari masyarakat Maluku. Sudah menjadi ciri khas masyarakat Maluku dalam berkehidupan, budaya *masohi* mengisyaratkan tradisi tolong-menolong yang dimiliki oleh masyarakat Maluku dalam kesehariannya. Masyarakat setempat telah lama menjadikan tradisi tolong-menolong untuk mengatasi masalah bersama. Kerjasama ini tidak dibatasi agama. Budaya *Masohi* menggambarkan semangat “*ale rasa beta rasa*”, dapat diartikan sebagai sepenanggungan dalam suatu pekerjaan. Budaya *masohi* ini pada kenyataannya telah menjadi spirit perjuangan komunitas Papalele dalam mengarungi kehidupan yang dilakoninya setiap harinya. Pada dasarnya, tradisi ini berangkat dari spirit kegotong-royongan dalam realitas yang memasuki area identitas kelompok yang sensitif, yaitu dalam hal pembangunan rumah ibadah. Negeri Sarani⁴ merasa wajib untuk menyiapkan bahan bangunan dan bersama-sama dalam membangun mesjid. Demikian pula sebaliknya, Negeri Salam⁵ merasa wajib untuk menyiapkan bahan bangunan dan

⁴ Negeri Sarani untuk yang beragama Kristen

⁵ Negeri Salam untuk yang beragama Islam

bersama-sama dalam upaya membangun sebuah gereja. Saniri Negeri Amahai mengungkapkan:

“Kalo *masohi*, budaya *masohi* itu gotong royong. Jadi istilah *masohi* ini gotong royong. Ini masih kental sekali, kalo ada suatu pekerjaan maka masyarakat saling membantu. Ini juga berlaku bukan saja antar sesama masyarakat setempat dalam satu desa, tapi juga antar desa, misalnya kalo di Ruta ada yang membuat mesjid, maka kami orang Amahai di sini pergi ke sana membantu membuat mesjid. Ruta itu *berpela* dengan Amahai. Begitu juga kalo katong membangun gereja di Amahai sini, maka penduduk yang beragama Islam dari Ruta turut bergotong royong datang kesini sama-sama membangun gereja”.(YL)

Kutipan hasil wawancara di atas secara reflektif memberikan pemahaman bahwa budaya *masohi* didasari oleh rasa kewajiban sosial dan moral di dalamnya. Konsep indeksikalitas yang tercermin dari penuturan “YL” yang berbunyi: “Kalo *masohi*, budaya *masohi* itu gotong royong. Jadi istilah *masohi* ini gotong royong. Ini masih kental sekali, kalo ada suatu pekerjaan maka masyarakat saling membantu. Ini juga berlaku bukan saja antar sesama masyarakat setempat dalam satu desa, tapi juga antar desa,.....” secara reflektif menunjukkan bahwa kewajiban yang bernuansa budaya ini tidak mengurangi ataupun mengganggu jati diri masyarakat Maluku terhadap kepatuhan ajaran agama yang dianut. Bahkan hal ini mempertebal rasa saling menghargai perbedaan agama yang dianut yang dimanifestasikan dalam wujud tolong-menolong antar sesama. Berangkat dari nilai kearifan lokal *masohi* inilah Papalele mempererat ikatan batin mereka dalam berkehidupan. Beragamnya warna suku dan agama anak negeri yang melakoni aktivitas “berPapalele” tidak menyurutkan semangat nilai *masohi* antar mereka.

Terkait dengan hal uraian di atas, budaya tolong-menolong merupakan salah satu cara yang diimplementasikan Papalele dalam penetapan harga komoditas yang dijual. Budaya yang merupakan warisan turun-temurun dari nenek moyang mereka masih tetap terjaga dan dilestarikan hingga saat ini. Gotong royong yang merupakan

definisi konsep harga yang dipraktikkan oleh komunitas Papalele, dahulu dan kini atmosfirnya begitu nampak dan menjadi suatu tradisi dimana mereka hidup.

Pada hakikatnya, gotong royong mengarah pada makna suatu kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama dan bersifat sukarela sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, sehingga aktivitas yang dilakukan dapat berjalan dengan mudah. Adanya sikap saling membantu lebih disebabkan oleh timbulnya suatu kesadaran dalam diri bahwa sesungguhnya tiap-tiap manusia merupakan makhluk sosial yang saling bergantung satu dengan lainnya sehingga wajib baginya untuk saling menjaga hubungan yang baik dengan sesama.

Sikap tolong-menolong membantu sesama yang sedang mengalami kesulitan merupakan kewajiban yang harus dijalani. Dalam kehidupan ini, jika kita dapat menolong sesama, maka hidup kita akan terasa lebih bermakna karena kita dapat memberikan manfaat kepada orang lain. Tolong-menolong juga dapat diartikan sebagai sebuah pranata dalam sistem kemasyarakatan yang muncul akibat dari adanya keterbatasan yang dimiliki oleh anggota masyarakat dalam berinteraksi dan memenuhi kebutuhan hidup yang tidak terbatas.

F. Nilai *Masohi* dalam Lingkup Harga Jual Papalele

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, *masohi* merupakan salah satu nilai kearifan lokal yang dimiliki dan menjadi kebanggaan masyarakat Maluku. Nilai *masohi* telah mengajarkan bagaimana manusia dalam kehidupan ini mengarahkan hidupnya untuk selalu mengedepankan kebersamaan dan sikap peduli terhadap sesama. Spirit dari nilai inilah yang telah mengakar dan mengilhami hadirnya budaya tolong-menolong dalam komunitas Papalele. Didasarkan pada kekuatan cinta dalam wujud kepedulian yang merupakan sebuah kualitas dari empati yang mendalam dengan merasakan apa yang dirasakan orang lain. Meminjam istilah Albert Einstein sebagaimana dikutip oleh Zohar dan Marshall (2005:153-154) yang menyatakan bahwa kepedulian sejati adalah kepedulian terhadap seluruh eksistensi, walaupun hanya terhadap sebutir debu sekalipun yang ada di dalamnya. Dalam tinjauan fisika kuantum maupun sifat-sifat medan universal, hal ini menunjukkan kepada kita bahwa kita semua

merupakan bagian dari yang lainnya, atau setidaknya kita adalah ekspresi individual dari realitas dasar yang sama.

Kebersamaan yang senantiasa dijunjung tinggi oleh komunitas Papalele dapat mengantarkan usaha mereka berkelanjutan dari waktu ke waktu. Hal ini menjadikan segala keterbatasan yang dimiliki tidak menjadi penghalang untuk melanjutkan aktivitas berjualan sebagai sandaran hidup mereka. Berdasarkan analisis nilai terhadap proses pembelian, penjualan dan perolehan keuntungan seperti yang telah diuraikan di atas, dapat dijelaskan analisis nilai *masohi* dalam kaidah indeksikalitas dan reflektivitas pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Analisis Indeksikalitas dan Reflektivitas Nilai *Masohi*

| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Reflektivitas |
|------------------------------|--|--|--|--|
| Menggali nilai <i>Masohi</i> | Melakukan proses pembelian komoditas yang akan dijual kepada konsumen. Para Papalele harus bersentuhan dengan para pedagang <i>pengopor</i> dan sesama Papalele. Aktivitas pembelian dilakukan secara tunai. | Ungkapan informan: “ <i>Beta</i> kalo bali barang <i>beta</i> deng tamang-tamang, tetangga sama-sama Papalele di sini. <i>Katong</i> baku bage, satu-satu bayar, kalo ada ampa karton patatas, <i>katong</i> ambe dua karton, <i>katong pung</i> tamang laeng ambe dua karton. Kalo terong deng jagung <i>beta</i> bali per karong, trus <i>beta</i> bage, barapa harganya <i>katong</i> ambe untung | Makna dari ungkapan informan menunjukkan bahwa dalam proses pembelian komoditas yang diperdagangkan mereka senantiasa menjunjung tinggi kebersamaan. | Realitas pada Papalele menunjukkan bahwa dalam proses pembelian, selain unsur biaya dalam wujud materi berupa uang, juga terkandung nilai solidaritas. |

| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| | | sadiki.....”.(Eteh Sapuleteh) | | |
| Melakukan proses penjualan. Dalam aktivitas ini, para Papalele bersentuhan dengan para pelanggan internal (Papalele) dan pelanggan eksternal (konsumen) | Ungkapan para informan: ‘....biasa juga ada Papalele laeng yang <i>baronda</i> akang di kampung Lesane, kampung Sugiarto, deng Ruma Rayat. Kalo <i>dong</i> ambe ikang di <i>beta for</i> bajual, <i>beta kase mar beta</i> cuma ambe untung sadiki sa. Lebe sadiki dari yang beta jual akang di langganang <i>for</i> makang”, ujar Siti Lewenusa seraya mengarahkan wajahnya ke arah peneliti. | Makna dari apa yang diungkapkan informan adalah bahwa dalam aktivitas sehari-hari selain penjualan dilakukan kepada konsumen juga dapat dijual ke sesama Papalele yang berjualan secara <i>baronda</i> . Harga jual yang ditetapkan kepada sesama Papalele yang berjualan secara <i>baronda</i> adalah sangat rendah (hampir tanpa laba). | Makna tersirat yang terkandung dari harga jual yang terbentuk adalah bahwa selain unsur biaya, keuntungan materi (uang), harga yang ditetapkan Papalele juga terlahir dari nilai solidaritas antar sesama Papalele. | |
| | Ungkapan para informan: “ <i>Katong</i> Papalele ni.. musti baku bantu. Kalo ada Papalele laeng mo bali <i>beta</i> | Ungkapan para informan memiliki makna bahwa dalam aktivitas sehari-hari selain penjualan dilakukan | Makna reflektivitas yang terkandung dari penetapan harga jual adalah bahwa selain unsur | |

| | | <i>pung</i> ikang <i>for</i> bajual, kalo <i>beta</i> <i>pung</i> ikang masih banya, <i>beta</i> kase <i>for</i> <i>dong</i> bajual akang. Kalo <i>for</i> bajual di sini, <i>beta</i> <i>seng</i> ambe | kepada konsumen juga dapat dijual ke sesama Papalele yang berjualan | biaya, harga yang ditetapkan Papalele terlahir dari nilai <i>altruisme</i> . |
|------------------------------|---|---|---|--|
| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Refleksivitas |
| Menggali nilai <i>Masohi</i> | Melakukan proses penjualan. Dalam aktivitas ini, para Papalele bersentuhan dengan para pelanggan internal (Papalele) dan pelanggan eksternal (konsumen) | untung. Kalo harga di <i>bobo</i> mahal <i>beta</i> kase mahal, kalo harga di <i>bobo</i> mura <i>beta</i> kase mura lai...”. <i>Katong</i> sama musti bagitu, <i>seng</i> bole mo makang banya sandiri musti baku bage”, kata Siti Lewenusa seraya bergerak mendekati piring yang berisi nasi dengan asap mengepul, lalu sedikit demi sedikit menghilang. | secara <i>tandeng</i> sama dengan harga pokoknya. Harga jual tersebut tidak bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. | |

| | | | | |
|--|------------------------------|--|-------------------------------------|-----------------------------|
| | | <p>“.....mereka itu selalu saling tolong-menolong dalam berjualan. Budaya ini sangat kuat dalam keseharian mereka. Itulah Papalele yang dikenal oleh masyarakat sini...disebut sebagai orang yang berjualan dengan membeli dari yang lain, biasa juga dari sesama Papalele. Mereka selalu saling bantu. Jadi kalo dijual dengan sesama Papalele, harganya berbeda kalo dijual ke konsumen untuk dikonsumsi sendiri” (M.Hasib).</p> | | |
| | Menggali informasi berkaitan | Ungkapan para informan: “.....ni ikang di | Makna indeksikalitas dari penuturan | Secara tersirat, makna yang |

| | | | | |
|------------------------------|--|--|--|---|
| | dengan pemahaman keuntungan dalam perspektif Papalele | meja sabala orang <i>pung</i> ikang, bu kang <i>katong pung</i> ikang. <i>Katong</i> jual akang barang de <i>pung</i> orang kasiang lagi bajemput <i>dong pung</i> ana sekolah. Kalo <i>dong pung</i> ikang seng taju, barang tatinggal kasiang. Jadi, <i>katong</i> bantu jual akang, <i>seng</i> . | informan adalah bahwa keuntungan dapat dirasakan apabila Papalele dapat menjunjung tinggi tradisi tolong-menolong dalam aktivitas berjualan. | terkandung adalah bahwa harga jual Papalele yang terinternalisasi oleh nilai budaya <i>masohi</i> tidak hanya tercermin melalui nilai rupiah, namun juga terlahir dari nilai solidaritas dan <i>altruisme</i> |
| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Refleksivitas |
| Menggali nilai <i>Masohi</i> | Menggali informasi berkaitan dengan pemahaman keuntungan dalam perspektif Papalele | apa-apa..... <i>katong</i> bisa sama-sama dapa rejeki to... <i>katong</i> sanang bisa bantu bajual akang”, ujar Base tersenyum. “.....barang kalo ada yang mo bali <i>dong pung</i> jualan, <i>beta</i> jual akang...harga sama deng harga yang | Papalele yang dititipi barang jualan senantiasa menjunjung tinggi harga yang diamanahkan oleh si pemilik barang jualan tanpa adanya | Makna refleksivitas yang terkandung dari penetapan harga jual adalah bahwa selain unsur biaya, harga yang ditetapkan |

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| | | <p><i>dong</i> bilang <i>par</i> beta. Nanti kalo <i>dong</i> bale lai....baru <i>beta</i> kase <i>dong pung kepeng</i>..sama deng yang laku.”(Siti)</p> <p>“.....ini tiga puluh yang basar, dua puluh dua potong yang kacili, de <i>pung</i> harga su bagitu..<i>seng</i> kurang lai.... barang <i>dong</i> su taro harga bagitu lai.... Ini orang <i>pung</i> ikang”</p> <p> sembari mengarahkan pandangannya ke arah potongan-potongan ikan layar di atas meja yang letaknya bersebelahan dengan meja ikan miliknya ”<i>Beta</i> ni cuma bantu jual akang. Barang <i>dong</i></p> | <p>motivasi untuk mempermainkan harga tersebut. Harga jual tidak berkaitan dengan hubungan ekonomi namun terkait pada relasi sosial antar sesama Papalele</p> | <p>Papalele terlahir dari nilai kejujuran dan kepercayaan (<i>trust</i>). Implementasi penetapan harga ini beranjak dari tradisi tolong-menolong yang senantiasa dilestarikan. Pada hakikatnya, nilai <i>masohi</i> dalam pijakan komunitas Papalele mengarahkan pada satu tujuan, yaitu untuk mencapai keuntungan bersama.</p> |
|--|--|--|---|---|

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | lagi ada urusan sadiki... <i>dong</i> lagi blanja. <i>Beta</i> jua ada bali bagitu. Jarang ikang bagini...ikang layar to... <i>beta</i> jua ada bali tadi <i>par</i> makang”, tambah Ratna. | | |
|--|--|--|--|--|

Sumber: Data diolah

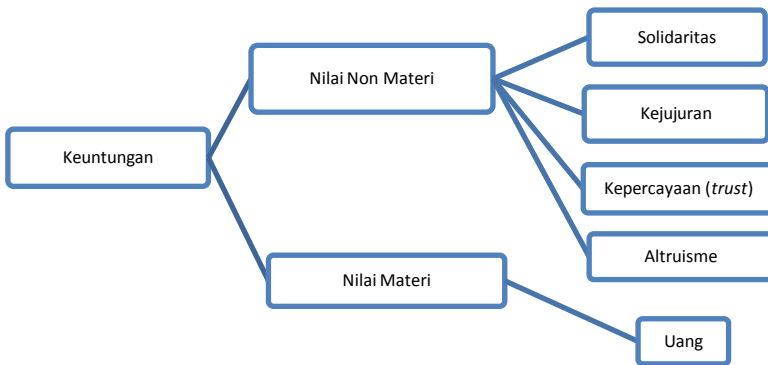
Berdasarkan analisis nilai terhadap proses pembelian, penjualan dan perolehan keuntungan dalam kaidah indeksikalitas dan reflektivitas, dapat dikatakan bahwa nilai budaya ini merupakan salah satu modal dasar yang menyemangati komunitas Papalele dalam melangsungkan usahanya. Hubungan kekerabatan adat dan budaya *masohi* menciptakan sinergitas yang andal bagi upaya untuk mempertahankan hidup.

Menyimak implementasi budaya *masohi* dalam penetapan harga jual yang dianut oleh komunitas Papalele, menyiratkan ekspresi nilai kepercayaan (*trust*), solidaritas, *altruisme* dan adanya nilai kejujuran. Kehadiran nilai budaya *masohi* merupakan nilai dasar yang dianut Papalele dalam menetapkan harga jual. Sementara itu, nilai solidaritas, *altruisme*, nilai kejujuran dan kepercayaan (*trust*) merupakan nilai operasional yang terlahir dari nilai budaya *masohi*. Tradisi tolong-menolong antar sesama Papalele akan membantu komunitas ini untuk menciptakan keharmonisan hidup dalam aktivitas berjualan yang dilakukan. Keharmonisan yang tercipta melalui wujud budaya *masohi* mengekspresikan gambaran dimensi horisontal secara harmoni pada sesama umat manusia.

Komunitas Papalele meyakini bahwa menolong orang lain sama saja dengan menolong diri sendiri, sehingga tradisi ini dapat dijadikan jembatan pencapaian keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Nilai budaya *masohi* yang terinternalisasi dalam proses penetapan harga jual Papalele dengan sendirinya dapat melahirkan keuntungan

bersama dari kedua belah pihak yang bertransaksi, yaitu pihak penjual dan pembeli. Jika digambarkan konsep keuntungan dalam perspektif Papalele yang tercipta dari budaya nilai *masohi* tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Keuntungan dalam Nilai *Masohi*





BAGIAN V
NILAI *SUIKE MATAU'U* KEPADA
SANG PENCIPTA DALAM PRAKTIK PENETAPAN
HARGA *PAPALELE*

Hati memiliki mata yang digunakan untuk menikmati pemandangan alam gaib, telinga untuk mendengar perkataan penghuni alam gaib dan firman Tuhan, hidung untuk mencium wewangian yang gaib, mulut untuk merasakan cinta, manisnya keimanan, serta harumnya pengetahuan spiritual
(dalam Frager, 1999:55)

A. Pengantar

Pada bab ini akan dipaparkan tentang nilai *suike matau'u* kepada Sang Pencipta. *Suike matau'u* merupakan “bahasa ibu” (Alifuru). Secara harafiah *suike matau'u* kepada Sang Pencipta berarti taat dan patuh kepada Sang Pencipta. Nilai ini merupakan bagian dari nilai budaya yang melingkupi praktik penetapan harga yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele.

Dalam perspektif agama bila aktivitas penjualan dilakukan berdasarkan ketentuan-ketentuan yang telah digariskan oleh agama, maka aktivitas tersebut akan bernilai ibadah. Artinya, aktivitas berjualan selain dapat mendatangkan keuntungan materil, pelakunya sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Sang Maha Pemberi Rejeki. Sang Maha Pemberi Rejeki menurunkan sifat cinta dan kasih sayang dari sifatNya Yang Maha Penyayang. Kasih sayang dalam wujudnya dimaksudkan untuk dipersembahkan kepada Tuhan dan sesama umat manusia sebagai ciptaanNya. Dalam konteks ini persembahan tersebut akan membuahkan pelayanan kepada pelanggan yang tidak hanya dibatasi oleh kalkulasi jumlah uang atau bentuk perolehan keuntungan yang bernilai materi semata. Akan tetapi, harus dapat meningkatkan

kedekatan kepada Tuhan Sang Maha Berkehendak. Dengan demikian hal ini mengarahkan pada pemahaman bahwa setiap peningkatan satu unit kesejahteraan harus dapat meningkatkan kedekatan setiap pelaku ekonomi kepada Tuhan minimal satu unit jaraknya (Triyuwono, 2006). Dengan sifat kasih sayang, orang yang bertransaksi apa pun bentuknya sepatutnya mengharapkan perolehan rahmat dan berkah dari Allah Swt. oleh karena itu, kesejahteraan yang diharapkan sebagai hasil akhir dari praktik penentuan harga tidak hanya dapat menciptakan bentuk perolehan laba dan penambahan aset rupiah. Namun juga tercipta kesejahteraan yang meliputi kesejahteraan mental dan spiritual. Dengan kata lain, kesejahteraan tidak hanya dipandang dalam jelmaannya sebagai materi, seperti laba dalam bentuk rupiah melainkan juga laba dalam bentuk spiritual.

B. Nilai *Suike Matau'u* kepada Sang Pencipta dalam Proses Pembelian

Pada prinsipnya, agama adalah petunjuk Tuhan yang bertujuan membawa keselamatan dan kedamaian bagi umat manusia di muka bumi ini. Dalam ajaran agama terkandung norma-norma ataupun nilai-nilai yang mengatur tentang kepentingan manusia yang berbeda-beda, sehingga tercipta suatu kehidupan yang tenang dan damai. Sejalan dengan itu, ajaran agama merupakan suatu formula yang dapat menyembuhkan kekisruhan rohani manusia dan memberikan kesejukan dalam jiwa mereka.

Apa yang teramati pada rutinitas Papalele dalam melakukan aktivitas berjualan sebenarnya menggambarkan hadirnya nilai-nilai spiritual pada cara-cara menetapkan harga. Aktivitas yang mereka lakukan menggambarkan bahwa sebagai makhluk yang beragama sudah seharusnya tunduk dan patuh terhadap kewajiban yang telah digariskan oleh Sang Maha Pencipta. Tanpa mengikuti ketentuanNya, maka manusia akan diperbudak oleh harta dan berbagai simbol-simbol keduniawian yang sebenarnya hanya bersifat semu.

Seperti yang telah disinggung sebelumnya, Papalele sebagai seorang penjual tidak hanya berhubungan dengan konsumen, namun juga pada para pedagang pengumpul untuk membeli barang dagangan yang akan dijualnya kembali. Hal ini dapat disimak dari kutipan hasil

wawancara dengan seorang Papalele yang menjual sayur-sayuran berikut ini:

“Ini tomat mustinya kemarin *dong pung* perjanjian. *Mar seng* datang....datang nanti hari skarang. *Dong* bilang kemarin motor rusak *seng* bisa antar, *mar* kalo motor rusak, bilang *beta* datang ka sini toh. Karna *beta* jaga *dong pung* prasaan, jadi *beta* tetap ambe jua..., padahal *beta* maunya kemarin”, ujar “S” |dengan nada meninggi sembari meraih tumpukan-tumpukan terong, lombok dan berbagai sayur-sayuran yang secara perlahan mulai diselimuti teriknya matahari siang itu. Kemudian sayur-sayur yang dijualnya tersebut ditata kembali di tempat yang tidak terjangkau sengatan matahari| sambil kembali berujar, “Kalo su bagini...*katong* musti sabar-sabar hati, mudah-mudahan *katong pung* reski dikase Allah tamba banya lai” |seraya melemparkan senyuman ke arah peneliti

(Tomat ini seharusnya kemarin perjanjiannya. Tetapi tidak kunjung datang....datangnya baru hari ini. Dia mengatakan bahwa motornya rusak tidak bisa mengantarkan, tetapi kalau motornya rusak, seharusnya bilang ke saya toh. Karena saya menjaga perasaan dia, jadi saya tetap mengambilnya juga, padahal saya inginnya kemarin. Kalau sudah begini...saya harus bersabar hati, mudah-mudahan rejeki yang diberikan Allah kepada saya bertambah banyak lagi”).

Kutipan hasil wawancara di atas secara eksplisit menunjukkan lika-liku hidup yang harus ditempuh oleh seorang Papalele dalam melakukan proses pembelian komoditas yang akan dijualnya kembali. Dalam ungkapan “S” di atas juga menunjukkan bahwa Siti memilih untuk ikhlas menerima apa pun kondisi yang harus dialami pada saat melakukan proses pembelian. Bagi “S” yang terpenting adalah hubungan baik yang selalu terjaga antar sesama pedagang non Papalele yang merupakan mitra kerjanya. Karena dengan membina hubungan silaturahmi dengan sesama diyakininya akan membuahkan pertolongan dari Allah, berupa rejeki dan rahmatNya. Niat dalam hal ini mengarah pada arti: bermaksud, berkeinginan atau bertekad. Niat

merupakan amalan batin atau hati (Marhari, 2012:88). Sebagai seorang hamba, hendaknya senantiasa terus berupaya untuk memperbaiki niat dan meluruskannya agar apa pun yang dilakukan dapat berbuah suatu kebaikan.

Manusia merupakan makhluk yang merdeka dan oleh karena hakikat kemerdekaannya itulah, maka manusia menduduki tempat yang sangat terhormat. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, terdapat tiga tugas utama diciptakannya manusia di muka bumi ini, yaitu menyembah kepada Allah SWT⁶, sebagai khalifah di muka bumi⁷ dan sebagai pemakmur bumi⁸. Manusia sebagai penyembah Allah mengandung makna bahwa segala sesuatu yang dilakukannya harus tertuju kepadaNya. Dengan demikian, setiap gerak nurani dan anggota badannya harus mengarah kepada Allah secara tulus dan bukan kepada yang lain. Sedangkan sebagai khalifah, manusia wajib mengikuti petunjuk-petunjuk yang telah ditetapkan oleh Allah Swt. oleh karena itu, apa pun yang dilakukan oleh manusia di dalam aktivitasnya harus disandarkan oleh petunjukNya. Sebagai pemakmur bumi, manusia wajib beraktivitas di bumi Allah ini dengan segala bentuk ketaatan dan ketundukan menjalankan perintahNya, memakmurkan bumi dengan ikhlas dan dilandasi dengan niat yang tulus dalam berusaha.

Dalam konteks universal, konsepsi tentang nilai *rahmatan lilalamin* merupakan pedoman bagi segenap umat manusia dalam menjalani kehidupan sosialnya. Makna universalitas yang terkandung dalam ajaran Islam berarti meniadakan pola-pola diskriminasi atas nama agama, ras atau suku golongan dalam berbagai aktivitas sosial. Suatu komunitas yang menginternalisasi nilai-nilai *rahmatan lilalamin* dalam aktivitasnya akan menjalani kehidupan dalam kerangka kesetaraan umat manusia dan selanjutnya melahirkan prinsip kepedulian terhadap sesama.

Apa yang telah diungkapkan oleh Siti di atas secara reflektif juga memberikan pemahaman bahwa dalam aktivitasnya sebagai Papalele, “S” selalu bersentuhan dengan proses pembelian barang dagangan yang akan dijualnya kembali. Oleh karena itu, dalam

⁶ QS.Adz-Dzaariyaat (51):56

⁷ QS.Al-A'raaf (7):129 dan Al-Baqarah (2):30

⁸ QS.Huud (11):61

kesehariannya selain harus berinteraksi dengan para pembeli ia juga senantiasa berinteraksi dengan para pedagang pengumpul. Hal ini berarti, unsur biaya merupakan salah satu unsur yang berperan dalam proses terbentuknya harga jual. Unsur biaya dalam hal ini terkait dengan biaya pembelian komoditas yang dibelinya dari pedagang pengumpul. Selain biaya dalam wujud materi, unsur yang berperan dalam proses pembelian pada uraian di atas adalah nilai keikhlasan.

C. Nilai *Suike Matau'u* kepada Sang Pencipta dalam Berjualan

Nilai spiritual yang terkandung dalam aktivitas Papalele tidak saja hanya dicerminkan melalui proses pembelian barang dagangan. Namun, nilai spiritual juga ditunjukkan dalam aktivitas berjualan untuk melayani konsumen. Pelayanan terhadap konsumen merupakan tanggung jawab yang harus dijalankan dengan sebaik-baiknya. Tanggung jawab tersebut merupakan suatu pengorbanan yang harus dilakukan secara tulus ikhlas.

Pada masyarakat modern, biasanya yang dijadikan perhatian utama dalam menetapkan harga adalah penghasilan berupa uang. Dari penghasilan yang diperoleh selanjutnya digunakan lagi untuk memperoleh penghasilan berupa uang lagi. Begitu seterusnya, sehingga oleh masyarakat modern prinsip ini mentransformasi materi untuk meraih materi yang lebih besar. Hal ini sedikit berbeda dengan apa yang terjadi dalam komunitas Papalele. Bagi Papalele, penetapan harga jual tidak hanya ditujukan untuk pencapaian nilai materi semata, namun juga merupakan upaya untuk menghasilkan nilai-nilai ketaatan kepada Sang Maha Pemberi Rejeki. Hal ini tercermin pada penuturan seorang Papalele yang berjualan ikan berikut ini:

“Mama *pung* langganang banya jua.... Kalo *dong pung kepeng* kurang, mama kase utang *par dong*”.(SL)

(“Mama punya langganan banyak juga....Kalau dia kekurangan uang, mama memberikan utang ikan ke dia”).

“Kalo harga ikang *par* utang langganang, harga ikang sama lai...mama *seng* beda-bedakan harga, sama lai deng kalo *dong seng* bautang”.(SL)

(Kalau harga ikan untuk utang langganan, harga ikan sama saja.....mama tidak membeda-bedakan harganya, sama saja dengan harga tunai).

Lebih lanjut, Ani menjelaskan:

“*beta* bajual tuh.....kalo *beta pung* langganang mo bayar *eso*, *beta* kase lai....nanti *eso dong* bayar lai, *seng apa-apa*”.(A)

(“Saya berjualan itu....bila langganan saya membayar dikeesokan harinya, saya kasih lagi...di keesokan harinya baru dia membayarnya, tidak apa-apa”)

Makna dari ungkapan indeksikalitas yang berbunyi “....Kalo harga ikang *par* utang langganang, harga ikang sama lai...mama *seng* beda-bedakan harga, sama lai deng kalo *dong seng* bautang....” menunjukkan bahwa besaran harga ikan pada transaksi secara tunai sama nilainya dengan besaran harga pada transaksi yang dilakukan secara non tunai.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat dipahami bahwa pada dasarnya terdapat dua hal yang dihasilkan dari harga jual yang ditetapkan “SL” dan “A”, yaitu uang dan nilai keikhlasan. Penetapan harga yang sama dengan harga ikan secara tunai juga dapat dimaknai sebagai bentuk keikhlasan seorang “SL” untuk membantu sesama manusia. Ikhlas menurut Kandahlawi (2007:539) bermakna sebagai ketaatan dalam melaksanakan perintah Allah SWT untuk mencari keridhaan Allah. Jika diperhatikan, maka uang yang dimaksud adalah keuntungan yang diperoleh dalam bentuk materi, yaitu keuntungan berupa hasil penjualan ikan. Sementara itu, nilai keikhlasan juga merupakan keuntungan yang diperoleh dari penetapan harga yang dilakukan. Ini berarti, keuntungan yang dihasilkan dari harga jual yang ditetapkan adalah berupa keuntungan dalam bentuk uang (materi) dan keuntungan dalam bentuk keikhlasan yang merupakan wujud nilai non materi.

Simpulan dari penuturan tersebut adalah harga jual ikan secara tunai dan non tunai memiliki nilai yang sama besarnya. Hal ini memberikan pemahaman bahwa lahirnya harga bagi masyarakat Papalele tidak dapat dipisahkan dari besaran nilai keikhlasan mereka

kepada para langganannya. Papalele menganggap para langganan mereka merupakan bagian dari diri mereka. Keunikan dalam harga Papalele salah satunya adalah bahwa harga Papalele terbangun tidak hanya didasarkan pada nilai ekonomi, namun tercipta dari pondasi nilai-nilai keikhlasan. Hal ini juga tidak terlepas dari penghayatan pada nilai-nilai agama yang mereka yakini. Hutang yang diberikan kepada pelanggannya merupakan suatu bentuk manifestasi bahwa hutang yang diberikan pasti tertunaikan karena masyarakat Maluku percaya bahwa hutang adalah suatu kewajiban yang jika tidak dibayarkan akan mendapatkan dosa dari Tuhan. Pemberian hutang ikan atau sayur-sayuran kepada pelanggan kerap kali dilakukan dengan kesepakatan pembayaran yang terjadi pada hari berikutnya dan selama ini tidak pernah terjadi pengingkaran janji dalam hal waktu pembayaran yang telah disepakati.

Penetapan harga yang diimplementasikan Papalele senantiasa terbingkai dalam koridor nilai spiritual yang membentuk jati diri mereka dalam beraktivitas. Hadirnya nilai spiritual pada aktivitas berjualan ditunjukkan oleh seorang Papalele yang berjualan sontong berikut ini:

“..... Bagitu samua, mo sama satu tanpa sapuluh ribu.....
Katong sama-sama tandeng seng bole beda-beda. Kalo beta baronda, beta jual satu tanpa harga sapuluh ribu kase kurang dua isi sontong for ongkos bajalan”(Asih Istiloli)

(“.....Begitu semua, harganya sama, satu tempat Rp.10.000,-.... Kami yang bersama-sama berjualan secara *tandeng* tidak boleh berbeda-beda. Bila saya menjualnya secara berjalan, maka harga satu tempat Rp.10.000,- saya kurang 2 ekor cumi-cumi untuk biaya berjalan kaki”).

Konsep indeksikalitas yang tergambar pada hasil wawancara di atas secara eksplisit mengungkapkan tentang harga jual ditetapkan oleh seorang “AI” bila berjualan secara *baronda*. Makna reflektivitas dari konsep indeksikalitas yang berbunyi “...Kalo *beta baronda, beta jual satu tanpa harga sapuluh ribu kase kurang dua isi sontong for ongkos bajalan...*” menggambarkan bahwa dalam kesehariannya,

harga sontong yang ditetapkan bila ia berjualan secara *baronda* adalah sebesar Rp.10.000,- dengan jumlah sontong yang dikurangi dua ekor dari jumlah sontong bila dijualnya secara *tandeng*. Satu hal yang menunjukkan keunikan pada komunitas ini ialah harga untuk satu tempat sontong (cumi-cumi) yang dijual secara *tandeng* tidak berbeda dengan yang dijual secara *baronda*, perbedaannya hanya terletak pada jumlah sontong (cumi-cumi) tersebut.

Apa yang tersirat di balik penetapan harga yang diimplementasikan oleh Papalele di saat penjualan dilakukan secara *baronda* sesungguhnya memberikan pemahaman bahwa keuntungan dari harga yang ditetapkan dipahami “AI” tidak hanya untuk meraih nilai rupiah, namun juga untuk mempererat tali silaturahmi dengan para pelanggannya. Konsep keuntungan yang terkandung dari harga jual sontong secara *baronda* dapat dimaknai sebagai keuntungan dalam bentuk silaturahmi, sehingga harga jual secara *baronda* dapat juga disebut sebagai harga silaturahmi bagi Papalele.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa dalam proses penentuan harga yang dianut Papalele menyiratkan bahwa bentuk nilai keikhlasan dan silaturahmi ini terbingkai dalam nilai *suike matau’u* kepada Sang Pencipta. Keuntungan bagi “AI” diperolehnya melalui materi berupa uang dan nilai non materi yang diwujudkan oleh terjalannya tali silaturahmi. “AI”, “A” dan “SL” meyakini bahwa upaya tersebut senantiasa ditujukan untuk meraih berkah dari Sang Pencipta.

Upaya untuk membangun tali silaturahmi dan rasa ikhlas sebetulnya merupakan aktivitas yang tidak terpisahkan dari kehidupan ibadah. Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa ikhlas bermakna ketaatan dalam melaksanakan perintah Allah SWT untuk mencari keridhaan Allah (Kandahlawi, 2007:539). Sementara itu menurut Majma’ul-Bihar yang dirujuk oleh Kandahlawi (2007:493) yang dimaksud dengan shilatur-rahim adalah menyambung hubungan kerabat. Menyambung tali silaturahmi dilakukan dengan cara selalu saling memperhatikan, menjaga, merasa sepenanggungan dan sebagainya.

D. Nilai *Suike Matau'u* kepada Sang Pencipta dalam Meraih Keuntungan

Dalam paham kapitalisme terdapat suatu prinsip bahwa materi adalah segala-galanya. Pada pemahaman tersebut, kehidupan bisnis senantiasa diarahkan pada peningkatan keuntungan maksimal apa pun cara yang dilakukan bahkan yang melanggar aturan agama sekalipun. Sementara dalam pandangan komunitas Papalele, walaupun keuntungan materi merupakan sesuatu yang menjadi dambaan, namun penetapan harga yang dilakukan terbingkai dalam nilai spiritual. Wujud keikhlasan juga terungkap melalui penuturan seorang Papalele yang berjualan sayur-sayuran berikut ini:

“...biasa *beta* dapu lima puluh, anam puluh....*mar seng* tiap hari bagitu. Kadang *beta* untung barang dua puluh ribu lai.....*mar beta* musti bersukur”.(A)

(“...biasanya setiap hari saya mendapatkan Rp.50.000,-, Rp.60.000,-...tetapi tidak menentu setiap harinya. Terkadang saya mendapatkan keuntungan Rp.20.000 juga....tetapi saya harus bersyukur”).)

Hasil wawancara di atas menggambarkan bentuk keikhlasan “A” terhadap penghasilan yang diterimanya setiap hari dari hasil berjualan. Sebagai umat manusia, beliau menyadari bahwa rejeki setiap manusia telah diatur oleh Sang Maha Pencipta.

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa dalam perspektif agama, aktivitas penjualan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama akan bernilai ibadah. Artinya, dengan berjualan selain mendapatkan keuntungan materil guna memenuhi kebutuhan ekonomi, pelakunya sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Sang Maha Pemberi Rejeki. Penuturan “SL” memperkuat apa yang telah diuraikan sebelumnya:

“Ikgang yang *beta* ambe ni..., *beta* su perkirakan yang *beta* bali *seng* tersisa hari itu. *Mar* kadang juga *seng* abis lai..... Jadi ikgang *beta* es. Kalo ikgang *beta* es, *beta* jual *seng* sama harga lai, perkiraannya lima ekor sapuluh ribu, *katong* jual sapuluh ribu, sapuluh ekor. *Beta* rugi, *seng* apa-apa. Mo untung, mo rugi, *beta pung* berkat itu. *Beta* inga-inga

akang, biasa tuh... cuma dua atau tiga kali sabulang. *Mar* kalo untung, *alhamdulillah* kalo rugi *seng* apa-apa, *beta* musti bersukur jua...rejeke su ada yang ator”.

(Ikan yang saya ambil ini..., saya telah memperkirakan yang saya hendak beli tidak akan tersisa hari itu. Namun terkadang juga tidak habis lagi. Jadi ikan tersebut saya awetkan dengan memberinya es, akibatnya saya menjualnya tidak sesuai harga yang saya harapkan. Yaitu seharusnya Rp.10.000,- untuk 5 ekor, saya jual Rp.10.000,- untuk 10 ekor. Saya rugi, tidak apa-apa. Mau untung, mau rugi itu berkah untuk saya. Saya mengingatnya, biasa itu terjadi...hanya 2 atau 3 kali sebulan. Kalau saya mendapatkan keuntungan, *alhamdulillah* kalau rugi *seng* apa-apa, saya harus bersyukur juga...rejeke sudah ada yang mengatur”).

Konsep indeksikalitas yang diungkapkan dari hasil wawancara “SL” di atas menyiratkan tentang suatu bentuk keikhlasan seorang Papalele terhadap apa pun yang diperoleh dari aktivitas berjualan. Makna reflektivitas dari ungkapan “...*Mar* kadang juga *seng* abis lai..... Jadi ikang *beta* es. Kalo ikang *beta* es, *beta* jual *seng* sama harga lai, perkiraannya lima ekor sepuluh ribu, *katong* jual sepuluh ribu, sepuluh ekor. *Beta* rugi, *seng* apa-apa...” menggambarkan bahwa bila dalam sehari ikan yang dijual oleh Siti Lewenusa tidak habis terjual, maka keesokan harinya ia harus menjual ikan tersebut dengan harga yang sangat murah. Bila di hari sebelumnya ia menjual ikan dengan harga Rp.10.000,00 untuk 5 ekor, pada hari berikutnya Siti Lewenusa menjual ikan yang tersisa dengan harga Rp.10.000,00 untuk 10 ekor. Secara reflektif penuturan Siti di atas juga menunjukkan bahwa praktik penentuan harga yang diterapkan Siti sebagai seorang Papalele menghasilkan nilai yang berhubungan dengan Sang Pemberi Rejeke. Siti Lewenusa menyakini bahwa bukan hanya keuntungan saja yang patut disyukuri, namun kerugian pun harus disyukurinya. Rugi yang dimaksud dalam konteks ini adalah kerugian yang dirasakan Siti karena ikan yang dijualnya pada hari tersebut tidak habis terjual, sehingga ia harus menjualnya lagi dikeesokan harinya. Hal ini menjadikan keuntungan yang diperolehnya pada hari tersebut tidak

sebanyak dari hari-hari biasa pada saat ikan yang dijualnya laku tak bersisa.

Sehubungan dengan uraian di atas, konsep indeksikalitas lainnya yang terungkap dari penuturan Siti Lewenusa yang berbunyi “...Mo untung, mo rugi, *beta pung* berkat itu. *Beta* inga-inga akang, biasa tuh... cuma dua atau tiga kali sabulang. *Mar* kalo untung, *Alhamdulillah* kalo rugi *seng* apa-apa, *beta* musti bersukur jua...rejeji su ada yang ator” secara reflektif menunjukkan suatu bentuk rasa syukur kepada Tuhan Sang Maha Berkehendak. Keadaan apa pun yang Siti Lewenusa alami selalu dianggapnya sebagai suatu berkah dari Sang Maha Pemberi Rejeji. Ungkapan ini menunjukkan bahwa apa yang ia lakukan sebetulnya merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Tuhan. Di dalam penetapan harga yang diimplementasikan terkandung suatu tujuan akhir yaitu untuk memperoleh berkah dari Sang Maha Pemberi Rejeji. Apa pun yang ia peroleh dari aktivitas kehidupan sehari-hari (dalam hal ini berjualan ikan) sebetulnya merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehendak Tuhan. Di sini, Siti Lewenusa merasakan kehadiran Tuhan. Segala yang dialami setiap harinya, semuanya atas kehendak Allah Swt. Baik itu keuntungan yang ia peroleh maupun kerugian yang ia dapatkan dari berjualan. Kerugian yang Siti peroleh adalah merupakan suatu berkah, sehingga ia harus senantiasa mengikhlaskan segala hal yang Allah tetapkan untuknya. Dengan selalu ikhlas pada suka duka kehidupan yang ia rasakan, aktivitas penjualan yang ia lakukan akan memperoleh berkah.

Berkah merupakan bentuk kasih sayang Tuhan yang memunculkan ketenangan secara batin dan mendorong kebahagiaan secara fisik. Berkah dikonotasikan sebagai ekspresi sekaligus manifestasi Islam yang universal. Berkah diambil dari kata *baraka*. Artinya adalah rahmat, kasih sayang dan kekuatan supranatural yang diberikan Tuhan kepada manusia (<http://www.republika.co.id>). Kata berkah dikatakan juga berasal dari kata berkat. Berkah merupakan karunia Tuhan yang mendatangkan kebaikan bagi kehidupan manusia (keselamatan, keberuntungan dan kebahagiaan) (Hartono, 1996:16; Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa, 1996:124 dan Poerwadarminta, 2007:145).

Terkait dengan hal tersebut, seorang Papalele yang berjualan patatas (ubi) juga menuturkan tentang makna keuntungan yang diyakininya:

“.....Biar cuma bagini, *beta pung* anak bisa sekolah, su dua yang sarjana”. (I)

(.....Walaupun hanya begini, anak saya bisa sekolah, dan sudah dua orang yang sarjana).

Dalam penuturan di atas, Ibah memahami bahwa keuntungan yang diperolehnya dari hasil berjualan dapat mengantarkan ia untuk menyekolahkan anak-anaknya. Salah satu wujud keberkahan yang diperoleh oleh Ibah yaitu dengan hasil berjualan yang diperolehnya walaupun hanya dari hasil berjualan ia mampu menyekolahkan anak-anaknya ke jenjang tertinggi. Dalam hal ini keuntungan dapat diinterpretasikan sebagai anugerah dari Sang Maha Kuasa. Karena, walaupun keuntungan yang diperolehnya kecil tetapi mampu menghasilkan suatu anugerah yang besar untuk memberikan masa depan yang cerah untuk anak-anaknya.

Kerja dengan dorongan ibadah akan memberikan energi positif untuk menghasilkan karya yang lebih bermakna. Dalam pandangan ini, hal tersebut dimaknai bahwa jenis pekerjaan bukanlah merupakan faktor penentu apakah pekerjaan yang dilakukan bernilai ibadah atau tidak. Namun, hal yang terpenting adalah kesanggupan dalam memaknai mengapa pekerjaan tersebut dilakukan. Spirit bekerja sebagai bagian dari ibadah ialah suatu keyakinan bahwa apa pun pekerjaan yang dilakukan merupakan media untuk mengamalkan nilai-nilai ibadah. Pekerjaan yang dilakukan tidak lagi dipandang sebagai instrumen untuk meraih kebutuhan materi, namun juga dilihat sebagai sarana dalam menegawantahkan nilai-nilai spiritual.

E. Hakikat Nilai *Suik Matau'u* kepada Sang Pencipta

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa nilai *suik matau'u* merupakan nilai ketaatan kepada Sang Pencipta. Dapat pula dikatakan bahwa nilai ini sama artinya dengan nilai spiritual yang melekat dalam diri Papalele. Apa yang menjadi kisah Papalele pada uraian di atas, mencerminkan bahwa di balik penentuan harga sebenarnya dimaksudkan untuk meraih keuntungan yang tidak saja

dapat diperoleh dari modal materi, namun juga modal spiritual (*spiritual capital*). Konteks *spiritual capital*, menurut Zohar dan Marshall (2004:31), yaitu:

Spiritual capital itself is not monetary wealth, but it argues possibility of making a profit-perhaps even more profit-by doing business in wider context of meaning and value. It can generate profit that both draws on and adds to the wealth of human spirit and to general human well-being.

Sementara itu, Malloch (2010) mendefinisikan *spiritual capital* sebagai:

“The fund of beliefs, examples and commitments that are transmitted from generation to generation through a religious tradition, and which attach people to the transcendental source of human happiness”.

Spiritual capital melampaui semua gagasan tentang modal yang ada pada saat ini. Modal spiritual ditafsirkan sebagai khazanah pengetahuan dan spiritual yang dimiliki seseorang atau suatu budaya berupa makna, nilai-nilai, dan penerapan nilai-nilai kemanusiaan yang fundamental. Penambahan dimensi moral dan sosial pada konsep ini, tidak hanya dapat menghasilkan keuntungan materil, namun juga meliputi aspek-aspek kekayaan dalam jiwa manusia. Modal ini merupakan sejenis modal yang tak ternilai harganya, ia tidak dapat diukur dalam ukuran materi, melainkan dalam kesadaran moral yang tinggi, rasa syukur dan pengabdian serta ketaatan kepada Sang Pencipta.

Spiritual dalam hal ini dipandang sebagai peningkatan kualitas kehidupan di dunia sebagai pijakan pada kehidupan akhirat. Pada hakikatnya, kualitas manusia sesungguhnya bersifat spiritual untuk mencapai ridha Allah. Segala hal yang menyangkut usaha kita di dunia senantiasa harus dikaitkan dengan tugas sebagai khalifah Allah di muka bumi ini. Dalam realitas kehidupan komunitas Papalele menumbuhkan spirit bagi keseluruhan aktor, bahwa kerja bukanlah semata-mata ditujukan sebagai ladang dalam perolehan nafkah materi,

namun juga sebagai “ladang suci” bagi penciptaan nafkah spiritual. Keberhasilan manusia dalam menjalankan misi kekhalifaan, menurut Triuwono (2006:445) diukur berdasarkan pada seberapa besar manusia telah menjalankan amanah berdasarkan rasa kasih, sayang, damai, dan persaudaraan, serta rasa iman pada Allah SWT. Ukuran materi yang berupa besarnya rahmat yang diciptakan dan didistribusikan bukanlah merupakan indikator yang utama. Indikator yang utama adalah indikator spiritual atau iman dan mental yang meliputi rasa kasih sayang, damai dan persaudaraan.

Sementara itu menurut Asy'arie (2002:37), konsep khalifah sesungguhnya lebih dimaknai pada kemampuan manusia dalam memformulasikan konsep dalam membangun kebudayaan. Kebudayaan yang dimaksud dalam hal ini adalah kebudayaan yang memungkinkan manusia untuk dapat mengemban amanah melanjutkan tugas penciptaan di muka bumi. Sebagai *khalifatullah fil-ardli*, manusia sebagai wakil Tuhan di muka bumi pada hakikatnya memiliki arti mengemban misi tugas kebudayaan. Tugas kebudayaan yang diemban oleh manusia mewajibkan ia bersedia untuk mempelajari tentang apa pun yang tak diketahuinya untuk memberikan manfaat bagi kesejahteraan umat manusia.

Nilai dapat dimaknai sebagai ukuran. Ukuran di dalam masyarakat terhadap sesuatu yang dianggap baik dan menjadi sesuatu hal yang diinginkan atau sesuatu yang dicita-citakan. Nilai dapat juga merupakan bentuk penghargaan yang diberikan oleh masyarakat terhadap sesuatu yang dianggap baik dan penting. Sehubungan dengan hal tersebut, nilai yang terlahir dalam suatu komunitas masyarakat merupakan hasil interaksi sosial antar satu individu dengan individu lainnya dalam suatu kelompok masyarakat dibentuk melalui suatu proses belajar. Dan pada akhirnya nilai tersebut dapat mempengaruhi perkembangan pribadi seseorang dalam menjalani kehidupannya. Nilai yang mereka yakini akan mengarahkannya dalam berfikir dan bertindak laku.

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa dalam praktik harga yang dianut oleh komunitas Papalele, didalamnya tercermin nilai *pela [gandong]* dan nilai *masohi*. Hanya saja, selain dari kedua nilai tersebut, dalam praktik harga Papalele, juga terkandung nilai *suike matau'u* kepada Sang Pencipta. Nilai spiritual

yang dimaksudkan dimanifestasikan ke dalam nilai ketaatan kepada Sang Pencipta, Penguasa Alam Semesta. Bagi seorang penjual, pekerjaan berdagang adalah bagian dari pekerjaan bisnis yang bertujuan untuk mencari laba. Akan tetapi seringkali untuk mencapainya dilakukan dengan cara-cara yang tidak terpuji dan mengabaikan kehadiran Sang Maha Pencipta.

Jika dikaitkan dengan ragam hubungan manusia dalam kehidupannya, tergambar hubungan antar manusia dengan Tuhan, manusia dengan alam, manusia dengan manusia lainnya dan manusia dengan dirinya sendiri. Dalam pemenuhan rangkaian kebutuhan tersebut manusia nilai spiritual dilaksanakan dalam kehidupannya. Nilai spiritual yang dimiliki dianggap mempunyai kekuatan agung dan suci yang senantiasa bersemayam di dalam hati. Pemahaman spiritual merupakan cahaya Tuhan yang terpancar di dalam lubuk hati manusia, seperti cahaya lampu yang menerangi hati kita untuk melihat. Mata hati merasakan lebih dalam tentang realitas-realitas batiniah yang tersembunyi di balik dunia material yang begitu kompleks.

Bila ditinjau dari tinggi rendahnya nilai-nilai yang ada, maka nilai spiritual adalah nilai tertinggi yang memiliki sifat mutlak karena berasal dari anugerah Tuhan Yang Maha Esa. Begitu kuatnya keyakinan terhadap kekuatan Sang Maha Pencipta menjadikan kekuatan tersebut dianggap sebagai kendali dalam memilih kehidupan yang baik atau yang buruk. Dapat dikatakan bahkan menjadi penuntun bagi seseorang dalam melaksanakan perilaku dan sifat dalam berkehidupan. Dikaitkan dengan kehidupan berbisnis, dalam Islam, kehidupan bisnis tidak hanya diarahkan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Tetapi juga menekankan kepada keberkahan harta dan cara-cara meraihnya. Motivasi berdagang dalam Islam juga dipersembahkan untuk membantu masyarakat dalam menyediakan barang kebutuhannya. Dan keuntungan yang diharapkan bukan hanya untuk perolehan di dunia namun juga di akhirat.

F. Nilai *Suiké Matau'u* kepada Sang Pencipta dalam Harga Jual Papalele

Setelah diuraikan hakikat nilai *suiké matau'u* kepada Sang Pencipta dalam aktivitas Papalele, selanjutnya akan diuraikan tentang analisis nilai *suiké matau'u* kepada Sang Pencipta terkait dengan

proses pembelian barang dagangan, penjualan dan proses perolehan keuntungan dalam kaidah indeksikalitas dan reflektivitas pada Tabel 7.1 berikut ini:

Tabel 5.1
Analisis Indeksikalitas dan Reflektivitas Nilai *Suike Matau'u*
Kepada Sang Pencipta

| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Reflektivitas |
|--|---|---|---|--|
| Menggali nilai <i>Suike Matau'u</i> Kepada Sang Pencipta | Melakukan proses pembelian komoditas yang akan dijual. Para Papalele harus bersentuhan dengan para pedagang <i>pengopor</i> . Aktivitas pembelian dilakukan secara tunai. | Ungkapan informan: “Ini tomat mustinya kemarin <i>dong pung</i> perjanjian. <i>Mar seng</i> datang....datan g nanti hari skarang. <i>Dong</i> bilang kemarin motor rusak <i>seng</i> bisa antar, <i>mar</i> kalo motor rusak, bilang <i>beta</i> datang ka sini toh. Karna <i>beta</i> jaga <i>dong pung</i> prasaan, jadi <i>beta</i> tetap ambe jua..., padahal <i>beta</i> maunya kemarin”, ujar Siti dengan nada meninggi sembari meraih | Ungkapan informan bermakna bahwa dalam aktivitasnya sebagai Papalele, selain ia harus menjalin hubungan yang baik dengan para pembeli ia juga harus menjalin hubungan baik dengan para pedagang <i>pengopor</i> . | Realitas pada Papalele menyiratkan makna bahwa selain unsur biaya berupa harga beli dalam bentuk uang, proses pembelian juga terkait dengan nilai silaturahmi. |

| | | | | |
|--|---|---|-----------------------|---------------|
| | | tumpukan-tumpukan terong, lombok dan berbagai sayur-sayuran yang secara perlahan mulai diselimuti teriknya matahari siang itu. Kemudian sayur-sayuran yang dijualnya tersebut ditata kembali di tempat yang tidak terjangkau sengatan matahari , sambil kembali berujar, “Kalo su bagini... <i>katong</i> musti | | |
| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Refleksivitas |
| Menggali nilai <i>Suike Matau’u</i> Kepada Sang Pencipta | Melakukan proses pembelian komoditas yang akan dijual. Para Papalele harus bersentuhan dengan para pedagang <i>pengopor</i> . | sabar-sabar hati, mudah-mudahan <i>katong pung</i> reski dikase Allah tamba banya lai” seraya melemparkan senyuman ke arah peneliti. | | |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | <p>Aktivitas pembelian dilakukan secara tunai.</p> | | | |
| | <p>Melakukan proses penjualan. Dalam aktivitas ini, para Papalele bersentuhan dengan para pelanggan eksternal (konsumen)</p> | <p>Ungkapan informan: “Mama <i>pung</i> langganang banya jua.... Kalo <i>dong pung kepeng</i> kurang, mama kase utang <i>par dong</i>”.(Siti Lewenusa)</p> <p>“Kalo harga ikang <i>par</i> utang langganang, harga ikang sama lai...mama <i>seng</i> beda-bedakan harga, sama lai deng kalo <i>dong seng</i> bautang. Itu kan <i>katong pung</i> langganang, bukung orang laeng”.(Siti Lewenusa)</p> <p>“<i>beta</i> bajual tuh....kalo <i>beta pung</i> langganang mo bayar <i>eso, beta</i></p> | <p>Apa yang diungkapkan informan memberikan petunjuk bahwa terkadang dalam kondisi tertentu terdapat pembeli yang melakukan transaksi pembelian secara hutang. Pada kondisi tersebut besaran harga yang ditetapkan Papalele sama nilainya dengan besaran harga pada transaksi yang dilakukan secara tunai.</p> | <p>Makna yang tersirat dari harga jual Papalele adalah bahwa selain unsur biaya, keuntungan materi (uang), harga yang ditetapkan Papalele juga menyatu dengan nilai keikhlasan</p> |

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| | | kase lai...nanti <i>eso dong</i> bayar lai, <i>seng</i> apa- apa”.(Ani) | | |
| | Menggali informasi berkaitan dengan pemahaman keuntungan dalam perspektif Papalele | Ungkapan informan: “.... Begitu samua, mo sama satu tanpa sapuluh ribu.... <i>Katong</i> sama-sama <i>tandeng seng</i> bole beda-beda. Kalo <i>beta baronda, beta</i> jual satu tanpa harga sapuluh ribu kase kurang dua isi sontong <i>for</i> ongkos bajalan”(Asih Istiloli) | Ungkapan indeksikalitas yang dituturkan informan bermakna bahwa dalam kesehariannya, harga sontong yang ditetapkan bila ia berjualan secara <i>baronda</i> adalah sebesar Rp.10.000,- dengan jumlah sontong yang dikurangi dua ekor dari jumlah sontong bila dijualnya secara | Pemahaman keuntungan dari harga jual yang ditetapkan tidak hanya untuk meraih nilai rupiah, namun juga untuk memepererat tali silaturrahim dengan para pelanggannya. Konsep keuntungan yang terkandung dari |
| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Refleksivitas |
| Menggali nilai <i>Suika Matau’u</i> Kepada Sang Pencipta | Menggali informasi berkaitan dengan pemahaman keuntungan dalam perspektif Papalele | | <i>tandeng</i> . Harga untuk satu tempat sontong (cumi-cumi) yang dijual secara <i>tandeng</i> tidak berbeda dengan yang dijual secara <i>baronda</i> , perbedaannya hanya terletak | harga jual dapat dimaknai sebagai keuntungan dalam bentuk nilai silaturrahim. |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | | | pada jumlah sontong (cumi-cumi) tersebut. | |
| | | <p>Informan bertutur: “...biasa <i>beta</i> dapa lima puluh, anam puluh....<i>mar seng</i> tiap hari bagitu. Kadang <i>beta</i> untung barang dua puluh ribu lai....<i>mar beta</i> musti bersukur”.(Ani)</p> <p>“Ikang yang <i>beta</i> ambe ni..., <i>beta</i> su perkiraan yang <i>beta</i> bali <i>seng</i> tersisa hari itu. <i>Mar</i> kadang juga <i>seng</i> abis lai.... Jadi ikang <i>beta</i> es. Kalo ikang <i>beta</i> es, <i>beta</i> jual <i>seng</i> sama harga lai, perkiraannya lima ekor sapuluh ribu, <i>katong</i> jual sapuluh ribu,</p> | <p>Makna penuturan informan adalah bahwa praktik penentuan harga yang diterapkan Papalele menghasilkan nilai yang berhubungan dengan Sang Pemberi Rejeki. Bukan hanya keuntungan saja yang patut disyukuri, namun kerugian pun harus disyukurinya.</p> | <p>Secara reflektif menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan tidak hanya untuk meraih nilai rupiah, namun juga untuk mewujudkan nilai keikhlasan. Konsep keuntungan yang terkandung dari harga jual dapat dimaknai sebagai keuntungan dalam bentuk nilai keikhlasan yang bertujuan untuk memperoleh berkah dari Sang Maha Pemberi Rejeki.</p> |

| | | <p>sapuluh ekor. <i>Beta</i> rugi, <i>seng</i> apa-apa. Mo untung, mo rugi, <i>beta pung</i> berkat itu. <i>Beta</i> inga-inga akang, biasa tuh... cuma dua atau tiga kali sabulang. <i>Mar</i> kalo untung <i>alhamdulillah</i> kalo rugi <i>seng</i> apa-apa, <i>beta</i> musti bersukur jua...rejeke su ada yang ator” (Siti Lewenusa)</p> | | |
|--|--|---|-----------------------|----------------------|
| Tahapan | Bentuk | Data | Indeksikalitas | Refleksivitas |
| Menggali nilai <i>Suiké Matau’u</i> Kepada Sang Pencipta | Menggali informasi berkaitan dengan pemahaman keuntungan dalam perspektif Papalele | “.....Biar cuma bagini, <i>beta pung</i> anak bisa sekolah, su dua yang sarjana”. (Ibah) | | |

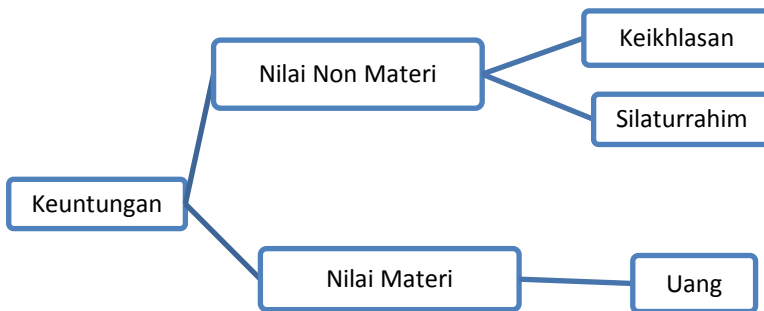
Sumber: Data diolah

Berdasarkan analisis nilai terhadap proses pembelian, penjualan dan perolehan keuntungan dalam kaidah indeksikalitas dan refleksivitas, dapat dikatakan bahwa nilai *suiké matau’u* kepada Sang Pencipta merupakan salah satu modal dasar yang dimiliki oleh komunitas Papalele dalam melangsungkan usahanya. Nilai *suiké*

matau'u kepada Sang Pencipta merupakan nilai dasar yang diimplementasikan Papalele dalam menetapkan harga, sedangkan nilai silaturahmi dan keikhlasan yang terlahir dari nilai *suike matau'u* kepada Sang Pencipta merupakan nilai operasional yang diimplementasikan Papalele dalam menetapkan harga. Hal ini memberikan isyarat bahwa keuntungan dalam pandangan komunitas Papalele yang terbentuk dari adanya nilai *suike matau'u* kepada Sang Pencipta terdiri dari nilai materi maupun dalam wujud non materi.

Penambahan modal dalam nilai non materi diekspresikan melalui keikhlasan dan silaturahmi. Sementara itu, keuntungan yang dihasilkan dalam wujud materi, yaitu berupa uang. Dengan demikian, jika digambarkan konsep keuntungan dalam perspektif Papalele terhadap nilai *suike matau'u* kepada Sang Pencipta adalah sebagai berikut:

Gambar 5.2
Konsep Keuntungan dalam Nilai *Suike Matau'u* kepada Sang Pencipta





BAGIAN VI

REFLEKSIELEMEN PENENTU HARGA JUAL DALAM PUSARAN BUDAYA PAPALELE

A. Pengantar

Setelah di bab-bab sebelumnya diuraikan tentang perjalanan menuju Pasar Binaya Masohi hingga penelusuran mengenai nilai-nilai budaya yang dianut oleh komunitas Papalele pada praktik penetapan harga menuju pada temuan konsep harga Papalele. Maka bahasan pada bab ini akan diuraikan secara utuh temuan konsep harga jual Papalele. Oleh karena itu, bahasan akan diawali oleh topik: Harga: Menemukan Titik Ekuilibrium; Konsep Keuntungan: Pertautan Ekspektasi Materi Dan Non Materi dan diakhiri dengan bahasan mengenai: Harga Jual dalam Pusaran Nilai Budaya Papalele.

B. Harga Menemukan Titik Ekuilibrium

Harga merupakan determinan aliran penghasilan (Lancioni, 1993; Garrison, 1998:4 dan Indounas, 2009) bagi pihak penjual atau perusahaan. Melalui pertimbangan dan perhitungan yang cermat, harga jual ditentukan secara tepat agar tidak terjadi kesalahan dalam penetapannya. Karena kesalahan dalam menentukan harga jual dapat mengakibatkan perusahaan atau pihak penjual mengalami kerugian.

Berbicara tentang harga, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukannya. Harga yang terbentuk pada dasarnya dapat digambarkan oleh interaksi yang terjadi antar pihak pembeli dan penjual melalui model penawaran dan permintaan. Model penawaran dan permintaan mengakomodasi kemungkinan adanya faktor-faktor yang dapat mengubah keseimbangan dalam bentuk terjadinya pergeseran posisi permintaan atau pun penawaran. Dalam ilmu ekonomi, harga keseimbangan atau disebut juga dengan harga ekuilibrium terjadi apabila penawaran sama dengan permintaan (Hirshleifer, 1985: 31 dan Soeharno, 2009: 22). Harga keseimbangan kuantitas terlahir dari adanya pertemuan kesepakatan pembeli dan penjual, yaitu pada saat kuantitas yang diminta dan yang ditawarkan

memiliki jumlah yang sama besarnya. Jika keseimbangan telah tercapai, maka titik keseimbangan inilah yang menjadi patokan terbentuknya suatu harga. Ini berarti, adanya kekuatan permintaan dan penawaran menjadikan perekonomian pasar dapat bekerja.

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, realita yang terjadi pada komunitas Papalele menunjukkan bahwa titik keseimbangan harga ditentukan oleh adanya kepercayaan (*trust*) antar pembeli dan Papalele. Dengan kata lain, harga pasar yang terbangun didasarkan pada kepercayaan (*trust*) pembeli terhadap harga yang ditawarkan oleh Papalele, sehingga suatu transaksi biasanya terjadi tanpa melalui proses penawaran. Bila penawaran terjadi, penawaran tersebut hanya mengarah pada kuantitas barang yang dijual tanpa menyentuh nilai nominal harga yang ditetapkan oleh Papalele. Namun, terbentuknya harga keseimbangan kuantitas ini terjadi di saat Papalele telah berada pada kondisi *breakevent point*. Bila Papalele belum berada pada titik *breakevent point*, maka transaksi yang terjadi tanpa melalui proses penawaran. Hal inilah yang menyebabkan harga yang ditetapkan Papalele dianggap “*paling mahal*” oleh masyarakat Maluku. Meski demikian, masyarakat Maluku sangat menghargai keberadaan tersebut. Setiap harinya kehadiran Papalele senantiasa dinanti dalam ruang berkehidupan masyarakat Maluku untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa adanya kekuatan kepercayaan (*trust*) yang terbentuk antar pihak pembeli dan Papalele menjadikan perekonomian pasar di Maluku dapat bekerja.

Lebih lanjut, Rowley (1997) dan Benito *et al.* (2010) menyatakan bahwa hubungan penawaran, permintaan dan harga juga sangat dipengaruhi oleh kehadiran metode persaingan harga. Biasanya, persaingan harga menjadikan harga yang relatif rendah cenderung dapat menjadi “pematik” untuk menarik pelanggan. Hanya saja, kehadiran metode persaingan harga yang merupakan salah satu metode yang banyak digunakan pada penentuan harga jual konvensional tidak berlaku bagi komunitas Papalele. Bagi Papalele tradisi “kebersamaan” merupakan suatu kekuatan yang dimiliki dalam praktik penentuan harga untuk dapat meraih *going concern* dari waktu ke waktu. Hal ini memberikan pemahaman bahwa tradisi kebersamaan dalam penentuan harga yang diimplementasikan oleh Papalele mampu menggerakkan perekonomian pasar di Maluku tanpa

harus ditunjukkan oleh persaingan harga seperti yang berlaku pada metode penetapan harga konvensional.

C. Konsep Keuntungan Pertautan Ekspektasi Materi dan Non Materi

Harga pada hakikatnya menggambarkan apa yang ingin dicapai dari penetapannya (Rowley, 1997). Pada umumnya, tujuan dari ditetapkannya suatu harga adalah keinginan untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan atau dalam istilah akuntansi disebut sebagai laba memiliki berbagai sudut pandang. Arah penafsiran laba ini tergantung dari siapa yang menilai dan bagaimana tujuan penilaiannya tersebut. Laba dapat didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seseorang sebagai hasil penanaman modal yang diinvestasikan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut. Laba juga dapat didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan dan biaya-biaya yang telah dikeluarkan.

Dalam lembaran kisah Papalele seperti yang diuraikan di bab-bab sebelumnya memberikan pemahaman bahwa komunitas Papalele memaknai suatu keuntungan tidak hanya dalam wujud materi berupa uang, namun juga berwujud non materi. Pemahaman keuntungan dalam ranah nilai *pela [gandong]*, dimaknai jika mereka mampu mempererat hubungan persaudaraan, baik pada sesama Papalele maupun pada para konsumen mereka. Bertambahnya saudara atau pelanggan dalam aktivitas berjualan dianggap sebagai perolehan keuntungan bagi Papalele. Sementara itu, dalam budaya *masohi*, Papalele memaknai keuntungan bila mereka dapat saling membantu (*baku bantu*) antar sesama Papalele dalam melakukan aktivitas berjualan. Perilaku “baku bantu” ini selain dapat dimaknai sebagai keuntungan sekaligus dapat bermakna sebagai *cost of capital* menuju suatu hubungan yang harmonis. Hubungan harmonis yang terlahir merupakan kunci utama dalam meraih keuntungan dalam wujud nilai kepercayaan (*trust*), solidaritas, *altruisme* dan kejujuran. Demikian pula halnya dalam lingkup nilai *suike matau’u* kepada Sang Pencipta, komunitas Papalele memaknai keuntungannya melalui kehadiran Tuhan yang hadir dalam bentuk keikhlasan dan silaturahmi di setiap interaksi yang dilakukan.

Uraian di atas memberikan petunjuk bahwa penentuan harga jual yang berlaku bagi komunitas Papalele bermuara pada pemahaman keuntungan yang memiliki beragam corak dari konsep keuntungan yang ada di berbagai literatur. Menelisik untaian kisah demi kisah Papalele yang terajut, mencerminkan ketidakterpisahan konsep keuntungan dengan wujudnya yang tidak dapat hanya dipandang dari sudut pandang materi semata, namun juga menghadirkan keuntungan yang dapat dibaca melalui sudut pandang non materi.

Perjuangan Papalele untuk memperoleh keuntungan yang dicerminkan melalui budaya *pela [gandong]*, *masohi*, dan *suike matau'u* kepada Sang Pencipta pada dasarnya bertujuan untuk menghasilkan nilai-nilai yang dapat dijadikan pegangan dalam melakukan aktivitas penjualan, khususnya dalam penetapan harga. Nilai budaya *pela [gandong]* melahirkan ikatan cinta yang diwujudkan dalam nilai-nilai persaudaraan. Hal ini mengisyaratkan bahwa harga jual yang ditetapkan Papalele berbeda dari konsep harga konvensional yang lebih didasari pada semangat pencapaian keuntungan materi tanpa mengindahkan nilai-nilai persaudaraan.

Dalam budaya *pela [gandong]* kesepakatan dalam penentuan harga yang membentuk keseragaman harga barang dagangan sejenis antar sesama Papalele. Keseragaman harga muncul karena kuatnya rasa persaudaraan pada komunitas ini. Keseragaman harga inilah yang menggambarkan terciptanya nilai keadilan antar sesama Papalele. Dapat dikatakan bahwa penetapan harga jual merupakan cara Papalele untuk memperoleh nilai keadilan. Selain cinta kasih, kepercayaan (*trust*) dan nilai keadilan, nilai budaya *pela [gandong]* juga menitikkan perolehan keuntungan dalam nilai kejujuran. Komunitas Papalele memandang penting untuk menjunjung tinggi rasa persaudaraan dalam balutan nilai-nilai kejujuran baik kepada sesama Papalele maupun kepada pembeli.

Lebih lanjut, keuntungan yang dihasilkan melalui nilai *masohi* yang dianut oleh komunitas Papalele didasarkan pada prinsip hidup “kebersamaan”. Hal ini menunjukkan bahwa unsur-unsur yang berperan dalam penetapan harga tidak cukup jika hanya dibentuk oleh unsur-unsur biaya dan keuntungan yang bersifat materi (uang) saja, akan tetapi juga diwujudkan oleh nilai solidaritas. Nilai solidaritas yang membentuk harga terlahir pada suatu kondisi tertentu, yaitu

disaat Papalele yang berjualan secara *tandeng* maupun *baronda* membutuhkan ikan untuk dijualnya. Pada kondisi seperti ini, bila sang Papalele tidak mendapatkan ikan dari *bobo*, maka ikan tersebut dibelinya dari sesama Papalele. Tradisi tolong-menolong ini mengantarkan pada terbentuknya harga jual ikan tanpa *margin* keuntungan (bila dijual ke sesama papalele yang *tandeng*). Sementara itu, penetapan harga untuk Papalele yang berjualan secara *baronda* menghasilkan harga jual yang nyaris tanpa laba. Tradisi ini menggambarkan bahwa pada penetapan harga tersebut menghadirkan nilai solidaritas antar sesama Papalele.

Dalam tradisi titip-menitip barang jualan juga menghadirkan nilai kejujuran dan nilai *altruistik*. Papalele yang dititipi barang jualan senantiasa menjunjung tinggi harga jual yang diamanahkan oleh si pemilik barang jualan tanpa adanya motivasi untuk memperlmainkan harga tersebut. Pada dasarnya harga jual dalam tradisi ini tidak berkaitan dengan hubungan ekonomi namun erat kaitannya untuk mempererat hubungan sosial antar sesama Papalele. Konsep harga jual pada budaya ini dimaksudkan sebagai alat perjuangan komunitas ini untuk menegakkan nilai-nilai kejujuran, kepercayaan (*trust*), solidaritas dan *altruisme*. Pencerminkan nilai-nilai tersebut menghadirkan keunikan harga yang dianut oleh Papalele sekaligus merupakan suatu pembeda bila dibandingkan dengan konsep harga jual konvensional.

Sementara itu, keuntungan yang terlahir dari nilai *suike matau'u* kepada Sang Pencipta terekspresikan melalui penetapan harga yang dibentuk dari nilai-nilai keikhlasan untuk membantu sesama manusia. Keikhlasan pada apa yang telah ditunjukkan oleh komunitas Papalele dalam menentukan harga merupakan gambaran jati diri Papalele dalam melaksanakan perintah Sang Maha Berkehendak. Harga jual selain terbentuk oleh nilai keikhlasan, harga tersebut juga terbingkai oleh nilai silaturrahim. Dapat dikatakan bahwa harga Papalele terbangun tidak hanya didasarkan pada nilai ekonomi berupa keuntungan berupa uang, namun tercipta dari pondasi nilai keikhlasan dan silaturrahim. Harga jual yang ditetapkan Papalele senantiasa berada dalam koridor nilai spiritual yang membentuk jati diri mereka dalam beraktivitas. Melalui harga jual yang ditetapkan bila berjualan secara *baronda* (berkeliling) dijadikan wahana untuk mempererat tali

silaturahmi dengan para pembeli. Jalinan tali silaturahmi yang terbangun merupakan cerminan wujud perjuangan Papalele untuk memperoleh keberkahan hidup yang dijalani.

Berpijak pada uraian di atas dapat ditarik benang merah bahwa pada hakikatnya “harga” terkait dengan nilai yang berperan dalam pembentukannya. Sesuatu akan mempunyai harga bila terdapat nilai di dalamnya, tanpa nilai maka suatu produk yang dijual tidak akan mempunyai harga. Harga merupakan sebuah nilai (Poerwadarminta yang dirujuk Abdulsyani, 2007:49), sebuah seni yang tidak hanya dapat dilihat dengan menggunakan rumus matematika (Gorelick, 2004), namun juga dapat dilihat dari unsur-unsur non keuangan (Dias dan Rondregues, 2010). Harga terkait dengan nilai-nilai atau hal-hal yang penting dan berguna bagi kemanusiaan yang berhubungan, baik pada aspek material maupun non material (Marzali, 2005:106 dan Poerwadarminta yang dirujuk Abdulsyani, 2007:49).

Jika demikian, apakah yang dimaksud dengan nilai? Nilai (*value*) menggambarkan sebuah konsepsi yang eksplisit atau pun implisit yang unik dimiliki oleh individu atau suatu kelompok. Nilai juga mempengaruhi cara berpikir serta bertingkah laku (Horton dan Hunt, 1999:71; Marzali, 2005:105; Abdulsyani, 2007:52; Henslin, 2007:57; Leksono, 2009:xxxvi yang merujuk pendapat Parson dan Shills, 1965:395; Koentjaraningrat, 2011:75 serta Setiadi dan Kolip, 2011:119-120). Sebagai suatu konsepsi, nilai yang dibangun berada di dalam alam pikiran atau budi dan keberadaannya tidak dapat diraba atau pun dilihat secara langsung dengan menggunakan panca indera. Nilai merupakan patokan atau standar dalam perilaku sosial yang melambangkan baik dan buruk, benar dan salah pada suatu obyek dalam hidup bermasyarakat (Haviland, 1985:331; Marzali, 2005:105; Abdulsyani, 2007:51; Leksono, 2009:xxxvi serta Setiadi dan Kolip, 2011:119-120).

Menariknya, Marzali (2005:107-108) menambahkan bahwa suatu nilai mencakup *code* atau tanda-tanda yang mengandung makna yang secara sederhana merupakan sebuah konsepsi mengenai sesuatu “yang seharusnya diinginkan”. Dalam nilai terkandung kriteria untuk menentukan apa yang seharusnya diinginkan seseorang sebagai anggota dalam suatu masyarakat, bukan untuk menentukan apa yang diinginkannya. Dapat dikatakan bahwa suatu nilai merupakan

lambang yang berangkat dari adanya keyakinan mengenai harapan-harapan yang dimiliki manusia dalam suatu masyarakat terhadap “apa yang seharusnya diinginkan” untuk selanjutnya dijadikan pedoman dalam bertingkah laku. Sebagai pedoman dalam berperilaku menjadikan nilai dapat berfungsi sebagai kompas kehidupan yang mengikat dan mendorong serta menuntun manusia untuk berbuat baik. Dengan demikian nilai (*value*) merupakan unsur penting dalam berkehidupan sehingga sama sekali tidak boleh diabaikan.

Sejalan dengan itu, dalam masyarakat majemuk nilai merupakan suatu bagian yang penting dari kebudayaan. Nilai suatu budaya tidak mudah berubah atau tergantikan oleh hadirnya nilai budaya lain. Gabungan semua unsur kebudayaan yang menyatu dan membentuk suatu nilai, mendorong manusia untuk menghayati dan mengamalkan nilai yang dianggapnya ideal. Nilai-nilai inilah yang sebenarnya berada di balik perilaku manusia yang hanya dapat diwujudkan melalui berbagai ucapan, beragam perbuatan dan materi (Ranjabar, 2006:109; Abdulsyani, 2007:49 serta Setiadi dan Kolip, 2011:127). Ini berarti, manifestasi dari nilai dapat dihadirkan dalam bentuk ucapan, perbuatan, ataupun materi. Sebagai perumpamaan, perbuatan “membungkuk ketika bersalaman dengan orang tua” bukanlah sebuah nilai tetapi manifestasi dari suatu nilai yang diungkapkan dalam bentuk perilaku. Contoh lain, ucapan “tiap-tiap orang harus saling menghargai” ucapan ini bukanlah sebuah nilai, namun manifestasi dari suatu nilai yang diungkapkan melalui kata-kata. Selanjutnya, “Candi Borobudur yang indah dan unik” bukanlah nilai kultural tetapi manifestasi dari suatu nilai yang diwujudkan dalam bentuk materi.

Upaya dalam menangkap nilai yang dijadikan pegangan dalam kehidupan suatu masyarakat mengharuskan seseorang tidak cukup hanya dengan melakukan pengamatan dan mencatat ucapan, perbuatan atau materi yang dihasilkan oleh anggota masyarakat tersebut. Namun lebih dari itu, seseorang juga harus memiliki keahlian di dalam mengungkapkan dan menemukan konsepsi yang hadir di balik ucapan, perbuatan dan materi tersebut. Untuk memperoleh nilai yang terkandung dalam suatu ucapan atau suatu perbuatan, maka yang harus dilakukan adalah melalui penafsiran (*interpretasi*) dan penarikan kesimpulan (*inferensi*) terhadap manifestasi dari nilai-nilai

yang dihasilkan (Marzali, 2005:106). Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini merupakan upaya penemuan konsep secara empiris dengan menjadikan nilai-nilai budaya yang dianut oleh komunitas Papalele sebagai fokus pada penemuan konsep harga jual alternatif dari konsep harga jual yang ada saat ini.

Berangkat dari kisah-kisah Papalele seperti yang telah diuraikan sebelumnya mengantarkan pada pemahaman bahwa sesungguhnya Papalele menjalani tradisi penetapan harga dalam koridor nilai-nilai *pela [gandong], masohi* dan *suike matau'u* kepada Sang Pencipta. Menjalani tradisi penetapan harga dalam pusaran nilai-nilai *pela [gandong], masohi* dan *suike matau'u* kepada Sang Pencipta merupakan suatu anugerah yang tak ternilai harganya bagi mereka. Mereka meyakini dengan menerapkan nilai-nilai tersebut usaha yang dijalankan dapat memperoleh berkah dari Sang Maha Pencipta.

Bila dalam pembentukan harga menjelma rasa cinta, persahabatan, simpati dan saling menghargai satu sama lain, maka secara substansi hasil yang diperoleh akan membuahkan suatu kebahagiaan. Karena kebahagiaan itu tidak hanya terpancar dari nilai materi, namun juga terekspresikan melalui nilai-nilai non materi. Formulasi ini memberikan pemahaman bahwa dalam penetapan harga jual satu-satunya tujuan akhir yang ingin dicapai adalah suatu keberkahan dari Sang Maha Pencipta yang akan melahirkan suatu kebahagiaan. Pemaknaan keuntungan dalam pandangan komunitas Papalele

Cerminan konsep keuntungan dalam pandangan Papalele memberikan isyarat bahwa dalam pandangan komunitas Papalele keuntungan terbentuk dari adanya penambahan jumlah modal. Penambahan modal berwujud materi, yaitu berupa uang dan penambahan modal dalam nilai non materi, yaitu ketika dapat dimanifestasikan melalui nilai kejujuran, kepercayaan (*trust*), cinta kasih, silaturahmi, keadilan, keikhlasan, *altruisme* dan solidaritas.

Bagi Papalele, spirit dalam proses terbentuknya harga terkait dengan proses perjuangan dalam mencapai suatu relasi sosial yang berkesinambungan. Proses penetapan harga jual yang diimplementasikan Papalele tidak sesempit yang dibayangkan. Dalam menetapkan harga mereka ternyata lebih mementingkan *going concern* usahanya dari pada menghindari kerugian dalam jangka

pendek. Mengutamakan persaudaraan dalam kebersamaan sama artinya menambah pelanggan sebanyak-banyaknya. Bagi Papalele, pelanggan ibarat aset yang potensial untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka panjang. Karena itu pelanggan diposisikan tidak berada di luar diri Papalele, namun merupakan bagian dari dirinya. Komunitas Papalele memaknai kehadiran pelanggan sebagai bagian dari dirinya yang menyatu dalam kekayaan (aset) yang dimiliki. Artinya, tanpa adanya keuntungan dalam wujud “persaudaraan”, maka kehadiran kekayaan (aset) dalam wujud materi tidak akan memberikan makna dalam kehidupan mereka.

Laba bagi Papalele tidak hanya dapat dipandang dari sisi materi saja, tetapi dapat dipandang dari sisi yang lain. Laba sebenarnya merepresentasikan hakikat manusia dari esensi kemanusiaannya. Dalam hal ini, laba merupakan pemenuhan aspek kejujuran, kepercayaan (*trust*), cinta kasih, silaturahmi, keadilan, keikhlasan, *altruisme* dan solidaritas yang ditujukan kepada para pelanggannya. Dengan demikian, makna laba adalah keuntungan yang ditujukan tidak hanya untuk diri pribadi, namun juga dipersembahkan bagi semua pihak yang terkait dalam proses pencapaiannya. Masyarakat Papalele meyakini bahwa akhir dari penetapan harga jual yang ditetapkan akan menciptakan suatu harmoni kehidupan yang melahirkan suatu keberkahan hidup yang memberikan kebahagiaan batin. Simbol kebahagiaan inilah yang terdapat dalam risalah Papalele.

D. Konsep Harga Jual Papalele

Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa proses terbentuknya harga tidak terlepas dari tujuan yang hendak diraih dari penetapannya. Harga merupakan sebuah nilai yang mengarahkan terjadinya suatu transaksi antar penjual dan pembeli. Setelah diuraikan tentang pemaknaan keuntungan dalam pandangan Papalele, maka bagian ini akan membahas tentang konsep harga jual dalam lingkup nilai budaya yang dianut oleh komunitas Papalele.

Berbicara tentang harga, rumusan penentuan harga jual bertitik tolak dari biaya dan laba yang diharapkan (Horngren, 1984:111; Mulyadi, 2001:348; Charles, 1994; Yuliana dkk., 2002; Benito *et al.*, 2010; Hwang *et al.*, 2011 serta Pal *et al.*, 2012). Sederhananya, konsep harga memberikan penekanan pada hubungan biaya dan keuntungan

(laba). Hubungan tersebut mengarahkan pada pemahaman bahwa bila harga semakin tinggi (dengan asumsi biaya per unit dan volume penjualan yang stabil), maka keuntungan juga akan semakin tinggi. Jika demikian, hal tersebut pada akhirnya mengarahkan pada pola pemikiran bahwa harga hanya dapat diukur dengan nilai uang. Hal ini menjadikan harga seringkali dianalogkan pada tujuan penciptaan nilai materi. Kenyataan ini berdampak pada terciptanya formula yang mengekspresikan hubungan yang mendasar terhadap laba dan harga sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{biaya} + \text{laba}$$

$$\text{Laba} = \text{harga jual} - \text{biaya}$$

Persamaan ini memberikan makna pada hubungan harga, laba dan biaya. Dasar pemikiran dari formulasi di atas adalah bahwa penentuan harga hanya ditentukan oleh dua unsur, yaitu biaya yang melekat pada suatu produk dan laba yang diharapkan (Rowley, 1997 dan Mulyadi, 2001:349). Formulasi ini hanya menekankan pola hubungan antara harga dan laba yang mengarahkan pada makna bahwa harga jual harus dapat menutupi seluruh biaya yang telah dikeluarkan untuk menghasilkan laba.

Tidak dapat dipungkiri bahwa rumusan konsep harga jual yang terdapat pada harga jual Papalele pun tidak terlepas dari formulasi yang menekankan bahwa harga jual yang ditetapkan harus dapat menutupi seluruh biaya yang telah dikeluarkan untuk menghasilkan laba. Oleh karena itu, untuk menetapkan harga jual, seorang Papalele harus dengan cermat melakukan penghitungan jumlah harga pokok komoditas yang akan diperdagangkan untuk kemudian ditentukan besaran harga jualnya. Sebagai contoh yang terjadi pada Papalele yang berjualan ikan, untuk memperoleh besaran harga pokok ikan yang dijualnya, maka terlebih dahulu Papalele melakukan proses penghitungan ikan yang ada dalam parteng yang dibelinya (bila ikan yang dibeli dari pedagang pengumpul dijual per parteng). Karena jumlah ikan dalam satu parteng tidak menentu, maka Papalele harus dengan cermat menghitung satu per satu besarnya jumlah ikan yang ada dalam satu parteng. Setelah mengetahui jumlah ikan yang berada dalam parteng, selanjutnya dihitunglah jumlah modal (harga pokok) ikan. Harga pokok ikan atau yang mereka sebut dengan “modal ikan”

diperoleh dengan cara harga beli ikan dibagi dengan jumlah ikan yang ada dalam satu parteng.

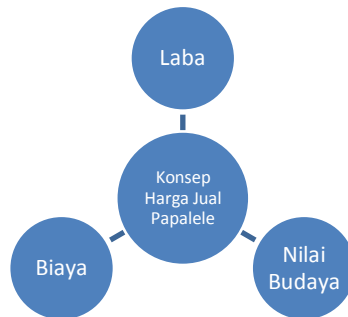
Sudah menjadi kebiasaan, ikan momar yang dijual Papalele dengan harga yang seragam yakni Rp.10.000,00 atau Rp.20.000,00 per tempat. Sebagai contoh: bila Papalele membeli ikan dari jaring *bobo* seharga Rp. 500.000,00 per parteng, maka untuk selanjutnya ikan dalam satu parteng tersebut dihitung berapa jumlahnya. Misalnya bila diperoleh jumlah ikan dalam satu parteng sebanyak 500 ekor, maka Rp. 500.000 dibagi 500 ekor diperoleh harga pokok sebesar Rp.1.000,00 per 1 ekor ikan momar. Karena ikan momar dijual Rp.10.000 per tempat, maka untuk memperoleh keuntungan, Papalele menjual ikan tersebut seharga Rp.10,000 per 8 ekor dengan asumsi pada harga tersebut terdapat di dalamnya laba 2 ekor. Agar tidak salah dalam menentukan terjadinya *breakevent point* (BEP), maka Papalele menyisihkan dalam satu tempat ikan sebagai tanda titik BEP yang berjumlah 400 ekor. Besaran ikan tersebut diperoleh dari hasil perhitungan: $\text{Rp. } 500.000 : \text{Rp.}10.000,- \times 8 \text{ ekor} = 400 \text{ ekor}$ ikan momar sebagai titik BEP yang disisihkan dalam satu parteng. Jika ikan yang disisihkan sebagai titik BEP telah laku terjual mereka mengatakan “so kombali modal”. Sementara itu, ikan lainnya yang berjumlah 100 ekor disisihkan di tempat yang lain yang mereka anggap sebagai keuntungan dari ikan momar yang dijualnya.

Bertolak dari uraian di atas, hadirnya tradisi penetapan harga yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele memberikan suatu nuansa yang unik karena berbeda dari konsep harga jual yang selama ini ada. Dalam penetapan harga yang diimplementasikan Papalele salah satu unsur yang dianggap penting dalam pembentukannya adalah biaya yang melekat pada suatu produk. Biaya dalam pandangan Papalele, yaitu besaran modal yang melekat pada produk yang dijual. Modal yang dimaksudkan oleh Papalele adalah tidak hanya dalam bentuk materi berupa uang atau besaran harga beli komoditas yang diperdagangkan, namun juga dalam wujud biaya non materi berupa nilai-nilai yang terlahir dari budaya *pela [gandong]*, *masohi* dan *suike matau'u* kepada Sang Pencipta. Bagi Papalele, biaya merupakan elemen penting yang berperan dalam proses pembentukan harga. Modal yang dimaksud oleh Papalele adalah mengarah pada perwujudan biaya dalam bentuk materi dan non materi yang harus

dimiliki untuk memperoleh komoditas yang diperdagangkan.

Lebih lanjut, seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa konsep harga jual Papalele didesain oleh tiga pilar ini terdiri dari nilai-nilai budaya *pela [gandong]*, *masohi* dan *suike matau 'u* kepada Sang Pencipta. Cara pandang komunitas Papalele memberikan warna khas yang mendasari praktik penentuan harga yang mereka terapkan. Konsep harga yang selama ini mereka implementasikan menggambarkan bahwa sebenarnya harga jual tidak hanya terbentuk dari nilai biaya, laba dan harga pasar. Akan tetapi, harga jual juga beranjak dari nilai-nilai budaya yang menyertai. Dengan demikian konsep harga jual yang *dianut* oleh komunitas Papalele dapat dituangkan dalam bentuk gambar berikut ini:

Gambar 6.1
Konsep Harga Jual Papalele



Sumber: Data diolah

Melalui Gambar 8.2 di atas, peneliti mencoba untuk mengabstraksikan realita penetapan harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele. Gambar tersebut menjelaskan bahwa unsur-unsur pembentuk harga jual yang *dianut* oleh Papalele tidak terlepas dari unsur biaya yang dikeluarkan pada saat proses pembelian berlangsung. Selain unsur biaya, unsur yang berperan lainnya adalah pencapaian laba yang telah ditetapkan dan harga pasar yang terbentuk. Akan tetapi, dalam konsep harga jual Papalele, harga tidak hanya dapat menjelaskan tentang biaya dan laba, namun juga merefleksikan nilai-nilai budaya yang dimiliki oleh

masayarakat Maluku.

Rangkaian nilai budaya yang membentuk konsep harga Papalele yang terdiri dari nilai budaya *pela [gandong]*, *masohi* dan *suike matau'u* kepada Sang Pencipta sebenarnya merupakan nilai dasar yang dianut oleh Papalele dalam menetapkan harga. Ketiga nilai ini pada akhirnya menitikkan nilai operasional berupa nilai kejujuran, cinta kasih, keadilan, kepercayaan (*trust*), solidaritas, *altruisme*, keikhlasan dan silaturahmi. Nilai-nilai inilah yang turut berperan dalam proses lahirnya harga jual. Sistem nilai budaya yang dianut Papalele dalam menetapkan harga sebetulnya merupakan satu jalinan konsep abstrak yang hidup dalam alam pikiran masyarakat Papalele mengenai apa yang harus dianggap penting dan berharga dalam hidupnya. Sistem nilai budaya tersebut berperan sebagai pengarah dan pendorong perilaku Sang Papalele. Nilai budaya ini merupakan suatu konsep abstrak yang hanya bisa dirasakan dan tidak dapat dinyatakan secara tegas oleh Papalele. Karena sering dirasakan, maka konsep ini telah mendarah daging dan sukar diubah atau diganti dengan konsep-konsep baru.

Selanjutnya, berdasarkan uraian di atas dapat dilihat hubungan antara nilai dasar, nilai operasional dan makna yang terkandung dalam konsep harga yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut ini:

Tabel 6.1
Sintesis Makna Konsep Harga Jual Papalele

| Dimensi Nilai Dasar | Dimensi Nilai Operasional | Makna |
|----------------------------|--|---|
| <i>Pela [Gandong]</i> | <p>Laba :</p> <p>Laba Materi (Uang)</p> <p>Laba Non Materi:</p> <p>Kepercayaan (<i>trust</i>)</p> <p>Kejujuran</p> | <p>Cerminan terhadap sejumlah uang yang diperoleh dari hasil berjualan</p> <p>Manifestasi laba ketika diwujudkan dalam nilai kepercayaan (<i>trust</i>) dari masyarakat Maluku terhadap harga yang dianut Papalele. Konteks kepercayaan (<i>trust</i>) dalam nilai <i>pela [gandong]</i> terbentuk pada pola interaksi Papalele dan pembeli.</p> <p>Laba non materi dalam konteks Papalele kepada pembeli</p> |
| Dimensi Nilai Dasar | Dimensi Nilai Operasional | Makna |
| <i>Pela [Gandong]</i> | <p>Keadilan</p> <p>Cinta Kasih</p> <p>Biaya :</p> <p>Biaya Materi</p> | <p>Laba non materi yang diperoleh dari tradisi musyawarah yang dilakukan antar Papalele yang mewujudkan keseragaman harga sesama Papalele</p> <p>Laba yang diperoleh dari tradisi penetapan harga bila modal telah kembali</p> |

| | | |
|----------------------|--|--|
| | <p>Biaya non materi: Kepercayaan (<i>trust</i>)</p> <p>Kejujuran</p> | <p>(<i>breakevent point</i>). Laba ini hadir melalui persembahan yang diperuntukkan kepada pembeli</p> <p>Nilai materi (uang) yang dikorbankan pada proses pembelian barang dagangan.</p> <p>Biaya non materi yang hadir pada tradisi proses pembelian secara hutang terhadap pedagang pengumpul</p> <p>Nilai ini hadir pada pola interaksi dengan pedagang pengumpul pada proses pembelian barang dagangan</p> |
| <p><i>Masohi</i></p> | <p>Laba : Laba Materi (Uang)</p> <p>Laba Non Materi: Kepercayaan (<i>trust</i>)</p> <p>Solidaritas</p> <p>Kejujuran</p> <p><i>Altruisme</i></p> <p>Biaya :</p> | <p>Cerminan terhadap sejumlah uang yang diperoleh dari hasil penjualan</p> <p>Konteks nilai ini tercermin dalam pola interaksi dengan sesama Papalele yang terdapat pada tradisi titip-menitip barang dagangan.</p> <p>Nilai yang hadir dalam tradisi penjualan terhadap sesama Papalele yang berjualan secara <i>baronda</i> melahirkan harga yang hampir tanpa laba</p> <p>Laba non materi yang terlahir terhadap harga jual yang diamankan pada Papalele dalam tradisi titip-</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Biaya Materi</p> <p>Biaya Non Materi: Solidaritas</p> | <p>menitip jualan.</p> <p>Nilai laba non materi yang beranjak tradisi penjualan terhadap sesama Papalele yang berjualan secara <i>tandeng</i> melahirkan harga jual yang sama dengan modal</p> <p>Sejumlah nilai uang yang dikorbankan pada proses pembelian barang dagangan.</p> <p>Nilai biaya non materi yang hadir dalam tradisi kebersamaan pada saat melakukan proses pembelian komoditas yang diperdagangkan.</p> |
|--|--|--|

| Dimensi Nilai Dasar | Dimensi Nilai Operasional | Makna |
|--|-----------------------------------|--|
| <i>Suike Matau'u</i> Kepada Sang Pencipta | Laba : Laba Materi (Uang) | Cerminan terhadap sejumlah uang yang diperoleh dari hasil penjualan |
| | Laba Non Materi: Keikhlasan | Harga yang ditetapkan Papalele ditujukan untuk meraih kesenangan jiwa atau kebahagiaan yang merupakan wujud dari keikhlasan. |
| | Laba Non Materi: Silaturrahim | Laba non materi berupa bertambahnya ikatan tali silaturrahim dengan para pelanggan untuk memperoleh berkah dari Sang Maha Pemberi Rejeki |
| | Biaya: Biaya Materi (Uang) | Sejumlah nilai uang yang dikorbankan pada proses pembelian barang dagangan. |
| | Biaya Non Materi: Silaturrahim | Nilai yang hadir dalam proses pembelian dengan pedagang pengumpul. |

Sumber: Data Diolah

Jika disimak lebih mendalam sintesis makna yang telah diuraikan pada Tabel 8.1, ditemukan nilai operasional kejujuran pada nilai dasar budaya *Pela [Gandong]* dan *Masohi*. Namun, dalam hal ini nilai kejujuran yang dititiskan oleh budaya *Pela [Gandong]* memiliki konteks yang berbeda dengan nilai kejujuran yang dimiliki

budaya *Masohi*. Secara garis besar, konteks nilai kejujuran yang berada dalam budaya *Pela [Gandong]* tercermin pada pola interaksi yang dilakukan Papalele dengan pedagang dan para pembeli. Sementara itu, konteks kejujuran pada budaya *Masohi* berada dalam lingkup interaksi yang dilakukan Papalele dengan sesama Papalele terhadap harga jual yang ditetapkan dalam tradisi titip-menitip barang jualan.

Selain itu, tidak hanya nilai kejujuran yang ditemukan pada nilai dasar yang sama, melainkan pola tersebut tercermin pula pada nilai kepercayaan (*trust*) yang secara bersamaan diimplementasikan dalam budaya *Pela [Gandong]* dan *Masohi*. Nilai kepercayaan (*trust*) yang terdapat dalam budaya *Pela [Gandong]* tentu saja berada pada konteks yang berbeda. Pada budaya *Pela [Gandong]* konteks nilai kepercayaan (*trust*) terbentuk pada pola interaksi yang terjadi pada Papalele dengan para pembeli, sedangkan dalam budaya *Masohi* nilai kepercayaan (*trust*) tercermin dalam tradisi titip-menitip barang dagangan yang terjadi pada Papalele dengan sesama Papalele terhadap penetapan harga yang diterapkan Papalele.

Uraian di atas memberikan petunjuk bahwa dalam perspektif bisnis, penetapan harga yang diimplementasikan Papalele tentu saja ditujukan untuk meraih laba yang bersifat materi dalam bentuk uang. Ekspektasi Papalele untuk dapat membiayai hidup keluarganya menjadikan konsep harga jual Papalele tidak terlepas dari unsur laba yang bernilai materi. Akan tetapi, terdapat fakta yang muncul ke permukaan bahwa selain ekpektasi perolehan nilai materi berupa uang, tradisi penetapan harga Papalele juga menempatkan nilai-nilai non materi yang diimplementasikan.

Menurut pemahaman peneliti, didasarkan uraian dalam Tabel 8.2 terlihat jelas bahwa nilai-nilai non materi yang diimplementasikan memiliki keterkaitan satu dengan lainnya, sehingga tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Pada budaya *Pela [Gandong]* dan *Suike Matau'u* kepada Sang Pencipta penetapan harga terkait lebih menyentuh pada pola interaksi Papalele dengan para pembeli, sementara harga jual yang terlahir dalam budaya *Masohi* mengarahkan pada pola interaksi Papalele dengan sesama Papalele. Pola ini memberikan petunjuk bahwa penetapan harga yang dianut Papalele mengarahkan nilai-nilai persaudaraan dan kebersamaan baik

antar sesama Papalele dan para pembelinya. Walaupun nilai-nilai yang terdapat dalam penetapan harga Papalele menyatu dengan yang lainnya, namun dalam tradisi penetapan harga tersebut mencerminkan tentang struktur nilai operasional yang terbentuk pada pola penetapannya. Didasarkan pada uraian sebelumnya dapat dikatakan bahwa struktur nilai kejujuran dan kepercayaan (*trust*) merupakan nilai yang mendominasi kesatuan nilai-nilai yang berperan dalam terbentuknya harga jual.

Selanjutnya, nilai-nilai budaya *pela [gandong]*, *masohi* dan *suike matau'u* kepada Sang Pencipta yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele dalam menetapkan harga menunjukkan pada pola bentukan nilai-nilai kemanusiaan. Dengan demikian, menurut pandangan peneliti, konsep harga jual yang melekat dalam diri Papalele menggambarkan pada konsep harga berwajah humanis. Persaudaraan, tolong-menolong dan perjalanan spiritual menuju Allah merupakan sikap kontemplatif menuju pada sifat-sifat kemanusiaan yang sejati. Kesatuan antara akal yang rasional dan hati nurani menjadikan sebuah keniscayaan perolehan realitas materi, non materi dan Tuhan secara holistik.

Konsep humanis secara sederhana berarti “kemanusiaan”, kata ini berasal dari bahasa latin, yaitu *humanus* yang berarti “bersifat manusia” atau sesuai kodrat manusia. Kata *humanus* berasal dari akar kata *homo* yang berarti manusia (Masruri, 2005:98). Secara terminologi humanisme dapat diartikan sebagai martabat dan nilai dasar dari setiap manusia serta segala upaya untuk meningkatkan kemampuan-kemampuan alamiahnya baik fisik dan non fisik secara menyeluruh. Nilai-nilai kemanusiaan (humanisme) memiliki makna sebagai suatu kekuatan atau potensi yang dimiliki dalam diri tiap-tiap individu untuk dapat mencapai ranah berkeTuhanan dalam rangka menyelesaikan permasalahan-permasalahan sosial yang dihadapinya. Menurut pandangan ini, manusia selalu berada dalam proses penyempurnaan dirinya.

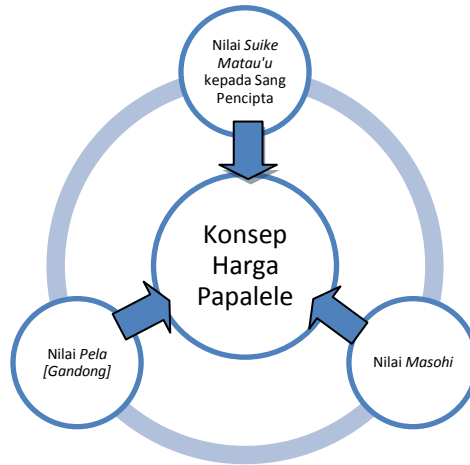
Terkait dengan kerangka inilah, Sharif (2004) dan Hashman (2012:186-187) menjelaskan bahwa dalam filosofi humanisme memandang pusat keimanan berada pada Tuhan, hanya saja “ujung tombak” aktualisasinya dialamatkan pada diri manusia. Oleh karena itu, manusia dengan segala anugerah yang dimilikinya mengemban

peran humanisme teosentrik, yakni makhluk yang mengorientasikan seluruh nilai pengabdian hanya kepada Tuhan dengan mengelola semua potensi yang dimilikinya untuk kemuliaan peradaban sesama makhluk. Nilai-nilai humanisme memandang manusia sebagai makhluk ciptaan Tuhan memiliki martabat yang luhur dan kekuatan untuk mengembangkan dirinya.

Secara eksplisit pandangan ini memfokuskan pada dimensi manusia yang menempatkan dirinya sebagai satu pemikiran etis untuk menjunjung tinggi harkat, martabat dan nilai-nilai kemanusiaan. Humanisme merupakan filsafat hidup yang pada intinya adalah memanusiaikan manusia, yaitu komitmen bagi terwujudnya manusia seutuhnya. Pandangan ini sekaligus juga menegaskan pada tanggung jawab manusia sebagai khalifah di muka bumi ini. Mengangkat jiwa manusia untuk senantiasa menghubungkan dirinya dengan Tuhan dalam menjalani kehidupan di bumi melalui hubungan persaudaraan, saling menghormati dan saling membantu satu sama lain. Dengan demikian, filosofi pandangan ini memperlakukan kehidupan manusia sebagai satu kesatuan untuk menghadirkan kehidupan manusia yang harmonis (Sharif, 2004, Miarso, 2007 dan Budiningsih, 2010).

Berdasarkan pada uraian di atas dapat dikatakan bahwa nilai-nilai humanis yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele dalam menetapkan harga pada kenyataannya mampu menjawab segala tantangan zaman yang dihadapi. Adanya krisis multidimensi terkait ekonomi, moral, keagamaan dan kemanusiaan yang dewasa ini melanda masyarakat dunia dapat dijawab dan diatasi melalui nilai-nilai yang dianutnya. Dimensi nilai-nilai budaya masyarakat Maluku mengarahkan konsep berkehidupan Papalele dalam tradisi penetapan harga tercermin melalui gambar berikut ini:

Gambar 6.3
Harga Jual Papalele dalam Budaya Masyarakat Maluku



Sumber: Data diolah

Kuatnya keyakinan terhadap kekuatan spiritual yang diwujudkan dalam nilai *suike matau'u* kepada Sang Pencipta merupakan kendali kehidupan dalam masyarakat Papalele. Nilai ini dapat dikatakan mempunyai kedudukan yang tertinggi dan menjadi penuntun terhadap perilaku komunitas ini khususnya yang diimplementasikan pada praktik penetapan harga. Nilai *suike matau'u* kepada Sang Pencipta mampu mengarahkan pada wujud nilai *pela [gandong]* dan nilai *masohi*. Mengapa demikian? Karena dalam diri setiap manusia akan selalu memiliki kekuatan yang melebihi kekuatannya. Hal ini menjadikan manusia sangat tergantung dan hormat pada kekuatan yang ada di luar dirinya, memujanya untuk melindungi dirinya bahkan rela mengorbankan apa saja, baik harta maupun jiwa sebagai bukti kepatuhan dan ketundukan terhadap Sang Pencipta.

Begitu kuatnya keyakinan terhadap kekuatan Sang Maha Pencipta sehingga Ia dijadikan kendali dalam memilih kehidupan yang baik atau yang buruk. Bahkan menjadi penuntun dalam melaksanakan perilaku berkehidupan. Dengan demikian, bisnis tidak hanya diarahkan untuk mencari untung yang sebesar-besarnya dengan

menghalalkan segala cara. Tetapi juga menekankan kepada keberkahan harta dan cara-cara meraihnya. Motivasi berdagang dipersembahkan untuk membantu masyarakat dalam menyediakan barang kebutuhannya. Dan keuntungan yang diharapkan bukan hanya untuk perolehan di dunia namun juga di akhirat.

Di sisi yang lain, bila melirik ke salah satu metode harga konvensional yang banyak dipraktikkan saat ini, yaitu metode *cost plus pricing*. Pada metode *cost plus pricing* dilakukan dengan cara menghitung total biaya ditambah dengan laba yang diharapkan. Dalam metode *cost plus pricing* menunjukkan bahwa besaran “plus” tertuju pada pergerakan harga pesaing (*competitors*) (Horngren, 1984:111). Sementara itu, penetapan harga pada Papalele yang menjadi “plus” adalah nilai-nilai persaudaraan, kebersamaan dan spiritual (bukan persaingan) yang berangkat dari nilai *pela [gandong]*, *masohi* dan *suike matau’u* kepada Sang Pencipta.

Desain konsep harga konvensional mendudukan angka-angka pada biaya dan laba sebagai pusat dari segala sesuatu. Wujud kesejahteraan yang dikehendaki dari penetapan harga konvensional adalah kesejahteraan dalam bentuk uang semata. Angka-angka biaya dan laba memberikan energi bagi hidup matinya keberlangsungan usaha seorang penjual. Konsep harga konvensional dibangun atas dasar perilaku *self interest* yang bertujuan hanya untuk pencapaian nilai ekonomi semata, namun mengabaikan aspek-aspek persaudaraan dan kebersamaan yang sebenarnya merupakan hakikat hidup manusia.

Sementara itu, didasarkan pada hasil wawancara dan pengamatan peneliti, konsep harga yang diimplementasikan Papalele bila disandingkan dengan penetapan harga konvensional memiliki nuansa yang berbeda. Pada konsep harga jual konvensional, spirit yang terbangun dari penetapan harga jual adalah untuk menghasilkan keuntungan yang bernilai uang semata. Dalam hal ini uang dijadikan sebagai “pusat” kesejahteraan. Berbeda dengan Papalele yang memaknai bahwa penetapan harga jual tidak semata-mata dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan berupa materi (uang), di satu sisi terdapat nilai-nilai non materi yang dihadirkan ke permukaan sebagai pijakan dalam proses penetapan harga jual, sebagaimana yang telah diungkapkan sebelumnya nilai-nilai itu, yaitu *Pela [Gandong]*, *Masohi* dan *Suike Matau’u* Kepada Sang Pencipta. Nilai-nilai ini pada

akhirnya melahirkan perilaku kejujuran, cinta kasih, keadilan, kepercayaan (*trust*), solidaritas, *altruisme*, keikhlasan dan silaturahmi.

Walaupun dalam konsep harga konvensional nilai materi “memenjarakan” nilai non materi. Bagi Papalele, selain dibentuk oleh besaran biaya dan pencapaian laba, harga jual juga terbentuk oleh unsur-unsur persaudaraan, kebersamaan dan ketaatan kepada Sang Pencipta. Harga jual yang tercipta ditujukan tidak hanya untuk menciptakan perolehan laba dalam wujud rupiah, namun juga terciptanya keberkahan hidup. Kesejahteraan yang dituju adalah kesejahteraan yang tidak semata-mata berwujud materi. Dalam arti bahwa bagi Papalele yang dijadikan pusat kesejahteraan adalah keberkahan hidup untuk meraih kebahagiaan. Kebahagiaan tidak akan tercipta bila tidak terdapat keberkahan di dalam materi yang dimiliki. Untuk meraih kebahagiaan, terdapat nilai-nilai persaudaraan, kasih sayang dan ketaatan kepada Sang Pencipta, yang dituju untuk meraih kebahagiaan. Sejak dahulu dan hingga saat ini tradisi-tradisi penetapan harga yang telah terpatery dalam komunitas mereka masih tetap dipertahankan.



BAGIAN VII

PENUTUP

A. Pengantar

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan konsep harga jual yang diimplementasikan Papalele dalam lingkup nilai-nilai budaya masyarakat Maluku. Untuk menjawab tujuan penelitian, maka digunakan metode etnometodologi sebagai pendekatan untuk memahami realitas praktik harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele. Dengan menggunakan pendekatan etnometodologi, merupakan cara yang tepat untuk dapat mengungkapkan bagaimana komunitas Papalele membangun kehidupan sosial mereka melalui pola interaksi, cara berpikir dan konsep budaya yang melingkupi penetapan harga jual yang dianut.

Bab ini merupakan bab terakhir dari seluruh rangkaian bab dalam disertasi ini. Bab ini diawali dengan pemaparan hasil penelitian secara garis besarnya. Kemudian diakhiri dengan pemaparan tentang implikasi penelitian dan segala keterbatasan yang ditemui dalam penelitian ini.

B. Simpulan

Penelitian ini telah menjawab pertanyaan: bagaimanakah konsep harga jual yang diimplementasikan Papalele dalam lingkup nilai-nilai budaya masyarakat Maluku? Papalele dengan segala keterbatasan yang dimiliki cenderung memilih untuk saling bekerjasama antar sesama Papalele. Bagi Papalele, tradisi kebersamaan sangat berperan bagi kelangsungan usaha yang dijalani. Rasa persaudaraan dan kebersamaan yang menjadi tradisi komunitas Papalele dalam menetapkan harga inilah yang merupakan salah satu keunikan pada wajah komunitas Papalele, sehingga hal ini menjadi pembeda dengan pedagang lainnya. Rasa persaudaraan, wujud tolong-menolong dan nilai ketaatan kepada Sang Pencipta tergambaran mulai dari aktivitas pembelian barang dagangan hingga pada proses

pencapaian keuntungan yang dimanifestasikan melalui harga jual yang ditetapkan.

Nilai-nilai budaya yang melekat pada praktik penentuan harga Papalele, terdiri dari nilai *pela [gandong]*, nilai *masohi* dan nilai *sukei matau'u* kepada Sang Pencipta. Ketiga nilai budaya ini merupakan wujud dari nilai dasar yang dianut oleh Papalele dalam menetapkan harga. Kehadiran nilai budaya *pela [gandong]* juga terkandung nilai-nilai operasional yang melengkapinya, meliputi nilai kejujuran, keadilan, cinta kasih dan kepercayaan (*trust*). Sementara itu di dalam implementasi nilai *masohi* nilai-nilai operasional yang mengitarinya, terdiri dari nilai solidaritas, *altruisme* dan kejujuran. Spirit nilai *masohi* ini merupakan prasyarat bagi keselamatan aktivitas penjualan yang dilakukan. Hal tersebut diibaratkan sebagai upaya keselamatan modal yang mereka miliki. Sedangkan nilai *sukei matau'u* kepada Sang Pencipta merefleksikan tentang keberadaan nilai-nilai operasional dalam wujud nilai silaturrahim dan keikhlasan. Hadirnya nilai-nilai tersebut, melukiskan bahwa dalam menetapkan harga, tidaklah hanya bersandarkan semata-mata pada nilai materi. Bagi seorang penjual, pekerjaan berdagang adalah bagian dari pekerjaan bisnis yang tidak hanya bertujuan untuk mencari materi (uang). Namun juga dapat dijadikan “ladang suci” dalam meraih keuntungan non materi sebagai bekal menuju hari akhir.

Hasil penelitian ini pada akhirnya melahirkan sebuah konsep harga jual yang berangkat dari nilai-nilai budaya Maluku, sehingga membentuk suatu rumusan bahwa penetapan harga jual yang dilakukan Papalele menyertakan unsur-unsur biaya dan laba yang tidak saja bersifat materi, namun juga unsur-unsur non materi. Unsur-unsur non materi tersebut, yaitu *pela [gandong]*, *masohi* dan *suike matau'u* kepada Sang Pencipta. Ketiga nilai budaya ini merupakan nilai dasar yang melahirkan nilai operasional berupa: nilai kejujuran, kepercayaan (*trust*), keadilan, solidaritas, *altruisme*, cinta kasih, keikhlasan dan silaturrahim.

Nilai-nilai yang terdapat dalam penetapan harga Papalele juga mencerminkan tentang struktur nilai operasional yang terbentuk pada pola penetapannya. Struktur nilai kejujuran dan kepercayaan (*trust*) merupakan nilai yang mendominasi kesatuan nilai-nilai yang berperan dalam terbentuknya harga jual. Nilai-nilai ini dapat saja berlaku

dimana saja bahkan di pasar tradisional lainnya, akan tetapi struktur atau tingkatan dari nilai-nilai tersebut tentu saja memiliki perbedaan dalam penerapannya. Inilah yang menjadi salah satu keunikan yang terdapat dalam konsep harga jual Papalele.

Satu hal penting dari konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya Papalele yang dihasilkan penelitian ini ialah bahwa komunitas Papalele menjadikan tradisi kebersamaan untuk dapat tetap eksis melangsungkan usahanya. Tradisi dalam komitmen kebersamaan di dalam penentuan harga pada hakikatnya dijadikan “senjata” oleh komunitas Papalele untuk dapat bertahan melangsungkan usahanya dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, di dalam konsep harga yang dianut oleh komunitas Papalele tidak mencerminkan kehadiran kompetisi harga yang selama ini menjadi faktor penting di dalam metode konsep harga konvensional. Lahirnya harga jual yang diimplementasikan Papalele terbentuk melalui landasan nilai-nilai kebersamaan, persaudaraan dan ketaatan kepada Sang Pencipta. Nilai-nilai inilah yang mampu menghadirkan keunikan tersendiri bagi konsep harga jual yang dimiliki Papalele bila dibandingkan dengan konsep harga konvensional yang ada saat ini. Bagi Papalele, harga jual tidak semata-mata dijadikan alat ekonomi untuk meraih keuntungan materi berupa uang. Akan tetapi juga dijadikan alat perjuangan untuk memmanifestasikan nilai-nilai kejujuran, silaturahmi, keikhlasan, cinta kasih, cinta kasih, *altruisme*, kepercayaan (*trust*), solidaritas dan nilai keadilan. Harga jual juga tidak semata-mata terlahir dari unsur biaya yang berwujud materi berupa uang namun juga dalam bentuk non materi, yaitu nilai solidaritas, silaturahmi dan kepercayaan (*trust*).

C. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini akan berimplikasi pada: pertama, teoretis. Penelitian ini dapat memberikan dua implikasi teoritis: a) Hasil penelitian ini menyampaikan pandangan filosofis tentang konsep harga jual yang digali keberadaannya melalui seperangkat nilai-nilai budaya lokal yang melandasi praktik yang selama ini dilestarikan. Konsep harga jual Papalele memberikan pemahaman yang lebih komprehensif bahwa sebenarnya konsep harga jual tidak hanya dapat dikaji atas dasar biaya dan laba materi yang identik dengan angka-angka seperti yang banyak dilakukan selama ini. Konsep penetapan

harga jual yang dihasilkan dari perpaduan antara ilmu akuntansi dan budaya ini sekaligus dapat memperkaya wawasan dalam pengembangan akuntansi ke arah yang lebih berkemanusiaan dan berkeTuhanan, yaitu terwujudnya akuntansi yang mengedepankan aspek-aspek kebersamaan dan ketundukan kepada kehendak Tuhan, bukan akuntansi atas dasar kepentingan pribadi (*self interest*). Konsep ini berimplikasi pada keilmuan akuntansi manajemen khususnya memperkaya khazanah konsep harga jual yang ada saat ini. b) Hasil penelitian ini dapat memberikan rujukan bagi peneliti berikutnya dalam mengembangkan konsep harga jual serta mengeksplorasi kajian tentang praktik penentuan harga yang lebih mengarah pada aplikasi praktik yang lebih menekankan pada produk tertentu yang lebih spesifik.

Kedua, praktis. Temuan nilai-nilai budaya beserta maknanya dapat memberikan tinjauan sebagai suatu bentuk pengayaan nilai untuk diterapkan dalam praktik penentuan harga jual yang senantiasa mendorong para praktisi agar tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan yang bersifat materi namun juga keuntungan yang bersifat non materi, sehingga mampu mengantarkan pada keberkahan hidup dalam meraih keuntungan di dunia dan akhirat.

Ketiga, kebijakan. Keberadaan Papalele ibarat mutiara yang senantiasa mewarnai keindahan berkehidupan di Maluku. Tidak dapat dipungkiri, Papalele sebagai suatu institusi lokal sebenarnya merupakan aset yang dimiliki oleh masyarakat Maluku. Hasil dari penelitian ini dipandang penting untuk mengangkat ke permukaan berbagai keunikan yang dimiliki oleh Papalele, sehingga melahirkan pemikiran-pemikiran rekomendatif bagi pemerintahan setempat untuk merumuskan kebijakan yang berpihak pada lembaga-lembaga non formil, seperti pada komunitas Papalele. Melalui penelitian ini diharapkan pemerintah setempat memberikan perhatian kepada komunitas Papalele, seperti pengadaan fasilitas tempat berjualan yang memadai serta pelatihan pencatatan akuntansi sederhana yang dapat menunjang aktivitas mereka sebagai Papalele.

D. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Berikutnya

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui pengamatan berpartisipasi pada informan kunci yang berjualan hanya dengan cara *tandeng*. Adanya keterbatasan tenaga yang dimiliki oleh peneliti, menjadikan pengamatan berpartisipasi tidak menyentuh pada komunitas Papalele yang berjualan secara *baronda*, sehingga tidak tertutup kemungkinan terdapatnya beberapa peristiwa penting yang tidak dapat peneliti ikuti khususnya pada proses praktik penentuan harga yang dilakukan oleh komunitas Papalele yang berjualan secara *baronda*.

2. Saran untuk Penelitian Berikutnya

Hasil penelitian ini memberikan wacana baru tentang realitas praktik penentuan harga jual yang hanya memberikan ide atau gagasan dalam bentuk konsep dan dibangun dari beberapa jenis produk, sehingga penelitian ini memberikan peluang kepada peneliti berikutnya untuk mengeksplorasi kajian tentang praktik penentuan harga yang lebih menekankan pada produk tertentu yang lebih spesifik. Dengan demikian dapat mengarahkan pada eksplorasi praktik penentuan harga jual produk yang lebih spesifik secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani, 2007, *Sosiologi Sistematis, Teori Dan Terapan*, Penerbit: Bumi Aksara
- Ackerman, D., dan G. Tellis, 2001, Can Culture Affect Prices? A Cross-Cultural Study Of Shopping And Retail Prices, *Journal of Retailing*, Vol. 77, hlm. 57–82
- Akroyd, C., dan W. Maguire, 2011, The Roles Of Management Control In A Product Development Setting, *Qualitative Research In Accounting & Management*, Vol.8, No.3, hlm. 212-237
- Asy'arie, M., 2002, *Menggagas Revolusi Kebudayaan Tanpa Kekerasan*, Cetakan Perama, Penerbit LESFI, Yogyakarta
- Alimuddin, 2011, *Konsep Harga Jual Mashlahah Berbasis Nilai-Nilai Islam*, Disertasi, Program Pascasarjana, Universitas Brawijaya, Malang.
- Andibya, B.W., B. Nugroho, B. Santoso, B. Sucahyono, I. Firdaus, dan M. Gibraltar A., 2008, *The Wonderful Islands Maluku: Membangun Kembali Maluku Dengan Nilai-Nilai Dan Khazanah Lokal, Serta Prinsip Entrepreneurial Government, Beragam Potensi Dan Peluang Investasi*, Cetakan Pertama, Gibson Group Publications, Jakarta
- Arsyad, L., 1999, *Ekonomi Mikro Ikhtisar Teori & Soal Jawab*, Edisi Kedua, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Atkinson, P., 1988, Ethnomethodology: A Critical Review, *Journal Annual Reviews Sociology*, Vol.14, 441-465
- Avlonitis, G., And K. Indounas, 2005, Pricing Objectives And Pricing Methods In The Services Sector, *Journal of Services Marketing*, Vol. 19, No.1, hlm.47– 57

- Bagozzi, R.P., 1995, Reflections On Relationship Marketing In Consumer Markets, *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, Vol. 23, No.4, 272-277
- Baldvinsdottir, G., A. Hagberg, I. L. Johansson, K. Jonall dan J. Marton, 2011, Accounting Research And Trust: A Literature Review, *Qualitative Research In Accounting & Management*, Vol.4, hlm.582-424.
- Basrowi dan Sudikin, 2002, Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro, Cetakan Pertama, Penerbit Insan Cendikia.
- Basrowi dan Suwandi, 2008, Memahami Penelitian Kualitatif, Cetakan Petama, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta
- Bechwati, N.N., R.S. Sisodia dan Sheth Jagdish N., 2009, Developing A Model Of Antecedents To Consumers Perceptions and Evaluations Of Price Unfairness, *Journal of Business Research*, Vol. 62, hlm. 761–767
- Benito, Óscar G., M.P.M. Ruiz dan A.M. Descals, 2010, Retail Pricing Decisions dan Product Category Competitive Structure, *Decision Support Systems*, Vol. 49, hlm.110–119
- Berg, B.L., 2004, Qualitative Research Methods For Social Sciences, Fifth Edition, Pearson Education, Inc.
- Bies, R.J. dan D.L. Shapiro, 1988, Voice And Justification: Their Influence On Procedural Fairness Judgments, *Academy of Management Journal*, Vol. 31 No. 3, hlm. 676-85.
- Blaikie, N., 2003, Designing Social Research: The Logic of Anticipation, Polity Press, Cambridge, UK
- Blog 0403-Kliping Internet Provinsi Maluku, 2011, Profil Kabupaten Maluku Tengah, <http://informasi-maluku.blogspot.com>, Senin, 07 Februari 2011
- Bowman, E.H. dan M. Haire, 1976, Social Impact Disclosure And Corporate Annual Reports, *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 1, No. 1, hlm. 11-21

- Brown, P., dan J. Mitchell, 2008, Culture And Stock Price Clustering: Evidence From The Peoples' Republic Of China, *Pacific-Basin Finance Journal*, Vol. 16, hlm. 95–120
- Budiningsih, A.C., 2010, Strategi Pembelajaran Nilai Yang Humanis, *Dinamika Pendidikan, Majalah Ilmu Pendidikan*, No.02, Tahun XVII, Oktober 2010
- Bukh, P.N., dan I. K. Jensen, 2008, Intellectual Capital Statements In The Danish Utility Sector: Materialisation And Enactment, *Journal Of Human Resource Costing & Accounting*, Vol.12, No.3, hlm.148-178
- Bungin, B., 2007, Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis Dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi, Edisi I, Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Bungin, B., 2007, Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer, Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Burrell, G. dan G. Morgan, 1979, Sociological Paradigms And Organisational Analysis: Elements Oh The Sociology Of Corporate Life, Ashgate Publishing Company, U.S.A
- Cadilhon, J.J., A. P. F. Poole, P. T. G. Tam, P. Moustier, N. D. Poole, 2005, Collaborative Commerce Or Just Common Sense? Insights From Vegetable Supply Chains In Ho Chi Minh City, *Supply Chain Management: An International Journal* , Vol.10, No.3, hlm.147-149.
- Cerri, S., 2012, Exploring Factor Affecting Trust And Relationship Quality In A Supply Chain Context, *Journal Of Business Studies Quarterly*, Vol.4, No.1, hlm.74-90
- Chand, P., 2012, The Effects Of Ethnic Culture And Organizational Culture On Judgments Of Accountants, *Advances In*

Accounting, *Incorporating Advances In International Accounting*, Vol. 28, hlm.298–306

Charles, R.D, 1994, Matching Appropriate Pricing Strategy With Markets And Objectives, *The Journal Of Product And Brand Management*, Vol. 3, No .2, 15

Clements, M.T., 2011, Low Quality as a Signal of High Quality, *Economics: The Open-Access, Open-Assessment E-Journal*, Vol. 5, March 7

Collins, M., dan H.G.Parsa, 2006, Pricing strategies to maximize revenues in the lodging industry, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 25, hlm.91–107

Coulon, A., 2008, Etnometodologi, Cetakan Ketiga, Penerbit Lenge:Kelompok Kajian Studi Kultural (KKSK) Jakarta dan Yayasan Lenge Mataram, Penerjemah Jimmy Ph.PAAT.

Covaleski, M.A., M.W. Dirsmith, S. Samuel, 1996, Managerial Accounting Research: The Contributions Of Organizational And Sociological Theories, *Journal Of Management Accounting Research*, Vol.8, hlm.1-35

Creswell, J.W., 2007, *Qualitative Inquiry & Research Design, Choosing Among Five Approaches*, Second Edition, SAGE Publications

Daito, A., 2011, Pencarian Ilmu Melalui Pendekatan Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Edisi Pertama, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.

Davidson, C., 2012, Ethnomethodology and Literacy Research: A Methodological “Road Less Travelled”, *English Teaching:Practice and Critique*, Vol.11, No.1, hlm. 26-42

- Davis, D.A., dan C. Craven, 2011, Revisiting Feminist Ethnography: Methods And Activism At The Intersection Of Neoliberal Policy, *Feminist Formations*, Vol. 23, No. 2, hlm. 190–208
- Denzin, N.K., dan Y. S. Lincoln, 2009, *Handbook Of Qualitative Research*, Cetakan I, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta, Penerjemah Dariyatno, Badrus Samsul Fata, Abi, John Rinaldi
- Dey, C., 2002, Methodological Issues: The Use Of Critical Ethnography As An Active Research Methodology, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 15 No. 1, 106-121
- Dey, C., 2007, Social Accounting At Traidcraft plc: A Struggle For The Meaning Of Fair Trade, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 20, No. 3, hlm. 423-445
- Djamhuri, A., 2011, Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Berbagai Paradigma Dalam Kajian Akuntansi, *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Volume 2, No. 1.
- Deliarnov, 1997, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Rajawali Press, Jakarta.
- Dias, A. A. de S. P., dan L. L. Rondrigues, 2010, Quality: The Cost Of A Competitive Strategy Enabling A Price, *Interdisciplinary Studies Journal*, Vol. 1, No. 1
- Douppnik, T., dan M. Richter, 2004, The Impact of Culture on the Interpretation of "In Context" Verbal Probability Expressions, *Journal of International Accounting Research*, Vol. 3, No.1, hlm. 1-20
- Efferin, S., dan T. Hopper, 2007, Management Control, Culture and Ethnicity in A Chinese Indonesian Company. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 32, hlm. 223-262

- Elkington, J., 1997, *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone Publishing, Oxford.
- Emzir, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, Cetakan ke 1, Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Epstein, M., E. Flamholtz dan J. J. McDonough, 1976, *Corporate Social Accounting In The United States Of America: State Of The Art And Future Prospects*, Accounting, Organizations And Society, Vol.1, No.1, hlm. 23-42
- Estes, R., 2005, *Tyranny of the Bottom Line: Mengapa Banyak Perusahaan Membuat Orang Baik Bertindak Buruk*, Terjemahan, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Evans, E.R. dan R.F. Beltramini, 1987, A Theoretical Model Of Consumer Negotiated Pricing: An Orientation Perspective, *Journal of Marketing*, Vol.51, 58-73
- Ferguson, J.L., 2013, Implementing Price Increases In turbulent Economies: Pricing Approaches For Reducing Perceptions Of Price Unfairness, *Journal of Business Research*
- Garfinkel, H., 1996, Ethnomethodology's Program, *Social Psychology Quarterly*, Vol. 59, No.1, hlm. 5-21.
- Garrison, H.R., 1998, *Akuntansi Manajemen, Konsep Untuk Perencanaan, Pengendalian, dan Pengambilan Keputusan*, Jilid 2, Penerbit ITB, Bandung, (Alih Bahasa: Kusnedi)
- Garrison, H., Ray, E. W. Noreen, dan P. C. Braver, 2006, *Managerial Accounting*, Seventh Edition, McGraw-Hill/Irwin, New York
- Gellner, E., 1975, Ethnomethodology: The Re-Enchantment Industry or The Californian Way of Subjectivity, *Philosophy Social Science*, 5 (1975), hlm. 431-450

- Gilson, L., 2006, Trust In Health Care: Theoretical Perspectives And Research Needs, *Journal Of Health Organization And Management*, Vol. 20, No. 5, hlm. 359-375
- Gorelick, D., 2004, What is Your Pricing Philosophy?, *American Printer*, Vol.233, No.2, hlm. 50
- Gray, S. J., 1988, Towards A Theory Of Cultural Influences On The Development Of Accounting Systems Internationally, *Abacus*, 24, hlm. 1–15.
- Grewal, D., K. B. Monroe dan R. Krishnan, 1998, The Effects of Price-Comparison Advertising on Buyers' Perceptions of Acquisition Value, Transaction Value, and Behavioral Intentions, *Journal of Marketing*, 62 (April), hlm. 46–59
- Gronroos, C., 1990, Relationship Approach to Marketing In Service Contexts: The Marketing And Organizational Behavior Interface, *Journal of Business Research*, Vol. 20, January, hlm. 3-11.
- Hansen, D. R. dan M. M. Mowen, 2000, *Management Accounting*, 5th edition, Cincinnati.
- Hansen, D. R. dan M. M. Mowen, 2001, *Manajemen Biaya, Akuntansi dan Pengendalian*, Edisi Peryama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Hardesty, D.M., W. O. Bearden, K. L. Haws dan B. Kidwell, 2012, Enhancing Perceptions of Price-Value Associated With Price-Matching Guarantees, *Journal of Business Research*, Vol. 65, hlm. 1096–1101
- Hartono, 1996, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, Cetakan Kedua, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta
- Hashman, A., 2012, *Karena Kita Begitu Berharga*, Penerbit Republika, Jakarta

- Have, P., 2004, *Understanding Qualitative Research And Ethnomethodology*, Sage Publications.
- Haviland, W.A., 1993, *Antropologi*, Edisi pertama, Jakarta: Penerbit Erlangga, Jakarta
- Haviland, W.A., 1985, *Antropologi*, Edisi Keempat, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, Alih Bahasa : R.G Soekadijo.
- Henslin, J.M., 2006, *Sosiologi Dengan Pendekatan Membumi*, Edisi 6, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, Alih Bahasa : Prof. Kamanto Sunarto, S.H., Ph.D
- Herndon, G., 1996, *Auto-Ethnography Impulse In Rue Cases-Negres*, *Literatur/Film Quarterly*, Vol. 24, No.3, hlm. 261-266.
- Herrmann, A., L. Xia, K. B. Monroe dan F. Huber, 2007, *The Influence Of Price Fairness On Customer Satisfaction: An Empirical Test In The Context Of Automobile Purchases*, *Journal of Product & Brand Management*, *Journal of Product & Brand Management* Vol.16, No.1, hlm. 49-58
- Herusatoto, B., 1984, *Simbolisme Dalam Budaya Jawa*, Cetakan Pertama, Penerbit PT Hanindita, Yogyakarta
- Hinterhuber, A., 2004, *Towards Value-Based Pricing-An Integrative Framework For Decision Making*, *Industrial Marketing Management*, Vol. 33, hlm. 765- 778
- Hinterhuber, A., 2008, *Customer Value-Based Pricing Strategies: Why Companies Resist*, *Journal Of Business Strategy*, Vol.29, No.4, hlm. 41-50
- Hinrichs, C., 2000, *Embeddedness dan Local Food Systems: Notes One Two Types Of Direct Agricultural Markets*, *Journal Of Rural Studies*, Vol.16, No.3, hlm. 295-303

- Hirshleifer, J., 1985, Teori Harga Dan Penerapannya, Edisi Ketiga, Penerbit Erlangga, (Alih Bahasa: Kusnedi)
- Hofstede, G., B. Neuijen dan D. D. Ohayv, 1990, Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 36 No. 2, hlm. 286-316.
and Developments in Ethnographic Methodology, Volume 6, pages 7-22
- Hofstede, G. 1991, Cultures and Organizations Software of the mind, McGRAW-HILL Book Company Europe
- Hope-Pelled, L., K.M. Eisenhardt and K.R. Xin, 1999, Exploring The Black Box: An Analysis Of Work Group Diversity, Conflict And Performance, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 44 No. 1, hlm. 1-28.
- Horngren, C.T, 1984, Pengantar Akuntansi Manajemen, Edisi Keenam, Jilid 1, Penerjemah: Moh. Badjuri, Kusnedi, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Horngren, C.T., G.L. Sundem dan W. Stratton, 2002, Introduction To Management Accounting, Chapter 1-19, Twelfth Edition, Pearson Education, Inc., New Jersey
- Horton, P.B., dan C.L. Hunt, 1999, Sosiologi, Jilid 1, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta, Alih Bahasa: Drs. Aminuddin Ram, M.Ed dan Dra. Tita Sobari
- Hwang, B., J. Tsai, H.C. Yu dan S.C. Chang, 2011, An Effective Pricing Framework In A Competitive Industry: Management Processes And Implementation Guidelines, *Journal of Revenue and Pricing Management* Vol. 10, No. 3, hlm. 231–243
- Indounas, K., 2009, Successful Industrial Service Pricing, *Journal Of Business & Industrial Marketing* 24/2, p.86-97

- Iswardono, 2004, *Ekonomika Mikro*, Cetakan Kedua, Penerbit UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Jacobs, K., dan S. P. Walker, 2004, Accounting And Accountability In The Iona Community, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.17 No.3, hlm. 361-381
- Jackson, S.E., dan E.B. Alvarez, 1991, Working Through Diversity As A Strategic Imperative, In Jackson, S.E. (Ed.), *Diversity in the Workplace: Human Resource Initiatives*, Guilford Press, New York, NY, hlm.13-29.
- Jayasinghe, K., dan D. Wickramasinghe, 2007, Calculative Practices in a Total Institution, *Qualitative Research in Accounting & Management*, Vol. 4 No. 3, hlm.183-202, Emerald Group Publishing Limited 1176-6093
- Jayasinghe, K., dan T. Soobaroyen, 2009, Religious “Spirit” and Peoples’ Perceptions of Accountability in Hindu and Buddhist Religious Organizations, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 22, No. 7, hlm. 997-1028, Emerald Group Publishing Limited 0951-3574
- Jayasinghe, K., dan D. Thomas, 2009, The Preservation of Indigenous Accounting System In A Subaltern Community, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 22, No.3, hlm. 351-378, Emerald Group Publishing Limited 0951-3574
- Jeacle, I., 2009, Accounting dan Everyday Life: Towards A Cultural Context For Accounting Research, *Qualitative Research in Accounting & Management*, Vol. 6 No. 3, hlm. 120-136
- Kalita, J.K., S. Jagpal dan D. R. Lehmann, 2004, Do High Prices Signal High Quality? A Theoretical Model And Empirical Results, *The Journal Of Product And Brand Management*, Vol. 13, hlm. 279-288.

- Kandahlawi, 2007, Muntakhab Ahadits: Dalil-Dalil Pilihan Enam Sifat Utama, Cetakan II, Penerbit Ash-Shaff, Yogyakarta
- Kasiram, M., 2010, Metodologi Penelitian:Kualitatif-Kuantitatif, Cetakan II, Penerbit UIN-MALIKI PRESS
- Kasmir, 2003, Manajemen Perbankan, Cetakan Keempat, PT Raja Grafindo Persada
- Koentjaraningrat, 1990, Pengantar Ilmu Antropologi, Cetakan Kedelapan, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta
- Koentjaraningrat, 1996, Pengantar Antropologi I, Cetakan Pertama, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta
- Koentjaraningrat, 2002, Kebudayaan Mentalitas Dan Pembangunan: Bunga Rampai, Cetakan Keduapuluh, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Koentjaraningrat, 2005, Pengantar Antropologi Pokok-Pokok Etnografi, Cetakan Ketiga, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta
- Koentjaraningrat, 2011, Pengantar Antropologi I, Cetakan Keempat, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta
- Koschmann, T., 2012, Early Glimmers Of The Now Familiar Ethnomethodological Themes In Garfinkel's "The Perception Of The Other", Theoretical/Philosophical Paper, Hum Stud, 35, hlm. 479-504
- Landsburg, S.L., 2008, Price Theory And Applications, Seventh Edition, University Of Rochester
- Lee, F.S., 1998, Post Keynesian Price Theory, Cambridge University Press, Cambridge.

- Leirissa, R.Z., 2004, *Ambonku: Doeloe, Kini, Esok*, Penerbit: Pemerintah Kota Ambon
- Leksono, 2009, *Runtuhnya Modal Sosial, Pasar Tradisional : Perspektif Emic Kualitatif*, Cetakan I, Penerbit Percetakan CV Citra Malang, Malang
- Liebhafsky H.H., Jur, 1976, *Hakekat Teori Harga*, Diterjemahkan oleh P. Sitohang, Penerbit Bharata, Jakarta
- Losier, J. M., 2006, *Law Of Attraction*, Arif Subiyanto (Penerjemah), *Law Of Attraction, Mengungkap Rahasia Kehidupan*, Ufuk Press, Jakarta
- Ludigdo, U., 2006, *Strukturasi Praktik Etika Di Kantor Akuntan Publik: Sebuah Studi Interpretif*, Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang
- Ludigdo, U., 2007, *Paradoks Etika Akuntan*, Cetakan Pertama, Penerbit: Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Malloch, T. R., 2010, *Spiritual Capital And Practical Wisdom*, *Journal Of Management Development*, Vol.29, No.7/8, hlm. 755-759
- Mankiw, N. G., E. Quah dan P. Wilson, 2012, *Pengantar Ekonomi Mikro Principles Of Economics, An Asian Edition-Volume 1*, Penerbit Salemba Empat, (Alih Bahasa : Barlev Nicodemus Hutagalung).
- Marc, E., E. Flamholtz dan J. J. McDonough, 1976, *Corporate Social Accounting In The United States Of America: State Of The Art And Future Prospects*, *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 1, No. 1, hlm. 23-42.
- Marhari, O.T., 2012, *Manajemen Bisnis Modern: Ala Nabi Muhammad SAW*, Penerbit Al Maghfirah

- Marzali, A., 2007, *Antropologi & Pembangunan Indonesia*, Cetakan Ke-2, Edisi Pertama, Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Masruri, S., 2005, *Humanitarianisme Soedjatmoko: Visi Kemanusiaan Kontemporer*, Cetakan I, Penerbit: Pilar Humanika, Yogyakarta
- Maswekan, M., 2012, *Papalele: Studi Terhadap Perempuan Papalele Di Kota Ambon*, <http://fisipmaxmaswekan.blogspot.com>
- Maxwell, S., P. Nye, N. Mawell, 1999, *Less Pain, Same Gain: The Effects Of Priming Fairness In Price Negotiations*, *Psychology & Marketing Oct 1999*
- Martins, M. dan K.B.Monroe, 1994, *Perceived Price Fairness: A New Look At An Old Construct*, *Advances in Consumer Research*, Vol. 21 No. 1.
- McAuley, J., D. Lewis dan L. Hederman, 2010, *Virtual Ethnomethodology?: A Study Of The Relation Between Ethnomethodology And CMC*, <http://www.scholar.google.co.id>, 10 Maret 2013.
- Meidan, A., dan A. Chin, 1995, *Mortgage-Pricing Determinants: A Comparative Investigation Of National, Regional And Local Building Societies*, *International Journal of Bank Marketing*, Vol.13, No.3, hlm. 3–11.
- Meng, J. (Gloria) dan S.A. Nasco, , 2009, *Cross-cultural Equivalence of Price Perceptions Across American, Chinese, and Japanese Consumers*, *Journal of Product & Brand Management*, hlm. 506–516
- Mennell, S., 1975, *Ethnomethodology And The New "Methodenstreit"*, *Acta Sociologica*, Sage Publications, Ltd, Vol.18, No.4,hlm. 287-302.

- Miarso, Y., 2007, Teknologi Yang Berwajah Humanis, Jurnal Pendidikan Penabur, No.09, Tahun Ke-6, Desember 2007
- Moilanen, S., 2008, The Role Of Accounting In The Management Control System: A Case Study Of A Family-Led Firm, Qualitative Research In Accounting And Management, Vol.5, No.3, hlm.165-183
- Moleong, L.J., 2005, Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi, Cetakan kedua puluh satu, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Moleong, L.J., 2010, Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi, Cetakan kedua puluh tujuh, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Monroe, K.B., dan J.L. Cox, 2001, Pricing Practises That Endager Profits: How Do Buyers Perceive And Respond To Pricing?, *Marketing Management*, Vol.10, No.3, ProQuest, 42
- Morgan, G., dan H. Wilmott, 1993, The “New” Accounting Research: On Making Accounting More Visible, *Accounting, Auditing, Accountability Journal*, Vol.6, No.4, hlm. 3-36
- Muhadjir, N., 2000, Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasin, Yogyakarta.
- Mulyadi, 2001, Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat dan Rekayasa, Cetakan ke-3, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Nashrullah, N., 2013, Apa Konsepsi Berkah?, <http://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/fatwa/13/12/24>, September, 2014.
- Nasution, S., 2003, Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif, Penerbit “Tarsito” Bandung
- Neuman, W.L., 2000, Social Research Method: Qualitative and Quantitative Approaches, Boston: Allyn and Bacon Inc.

- Niswander, F., dan S. B. Salter, 1995, Cultural Influence On The Development Of Accounting Systems, *Journal of International Business Studies*
- Pal, B., S. S. Sana, K. Chaudhuri, 2012, Economic Modelling, Multi-item EOQ Model While Demand Is Sales Price and Price Break Sensitive, *Economic Modelling*, Vol. 29, hlm. 2283–2288
- Parker, L.D., 2009, Methodological Issues Photo-Elicitation: An Ethno-Historical Accounting And Management Research Prospect, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 22, No.7, hlm. 1111-1129
- Pelled, L.H., 1996, Demographic Diversity, Conflict And Work Group Outcomes: An Intervening Process Theory, *Organization Science*, Vol. 7 No. 6, hlm. 615-31.
- Pellinen, J., 2003, Making Price Decisions In Tourism Enterprises, Hospitality Management 22, hlm.217–235, *International Journal Hospitality Management*
- Poerwadarminta, W.J.S., 2007, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga, Cetakah Ke 4, Penerbit Balai Pustaka, Jakarta
- Poloma, M.M., 2007, Sosiologi Kontemporer, Edisi I, Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, diterjemahkan oleh Tim Penerjemah, Yasogama
- Pruitt, D.G., 1983, Strategic Choice In Negotiation, *American Behavioral Scientist*, Vol. 27, No.2, hlm.167-194
- Rahman, M., dan A.M. McCosh, 1976, The Influence Of Organisational And Factors On The Use Of Accounting Information: An Empirical Study, *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 1, No. 4, hlm. 339-355.
- Raho, B., 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Penerbit Prestasi Pustaka Publisher.

- Randa, F., 2011, Rekonstruksi Konsep Akuntabilitas Organisasi Gereja: Studi Etnografi Kritis Inkulturatif Pada Gereja Katolik Di Tana Toraja, SNA IV, Aceh
- Ranjabar, J., 2006, Sistem Sosial Budaya Indonesia (Suatu Pengantar), Cetakan Pertama, Penerbit Ghalia Indonesia.
- Ratna, N.K., 2010, Metodologi Penelitian : Kajian Budaya Dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya, Cetakan I, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Rhinehart, L.M., dan T.J. Page Jr., 1992, The Development And Test Of A Model Of Transaction Negotiation, *Journal Of Marketing*, Vol.56, hlm.18-32
- Richard, O.C., T.A. Kochan, dan A.M-Capehart, 2002, The Impact Of Visible Diversity On Organizational Effectiveness: Disclosing The Contents In Pandora's Black Box, *Journal of Business and Management*, Vol. 8 No. 3, hlm. 265-91.
- Ritzer, G., dan D.J. Goodman, 2010, Teori Sosiologi, Cetakan Keempat, Penerbit Kreasi Wacana
- Rosyidi, S., 2004, Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro, Cetakan kedelapan, , Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Rowley, J., 1997, Principles Of Price And Pricing Policy For The Information Marketplace, *Library Review*, Vol.46 No.3, hlm.179-189
- Ruby, J., 1971, Toward An Antropological Cinema, *Film Comment*, Vol.7, No.1, hlm. 35-40
- Ruggerone, L., 1996, The Reflexive order Of Language And Activities: Second Thoughts On Garfinkel's

- Salim, A., 2006, Teori & Paradigma Penelitian Sosial, Edisi Kedua, Penerbit Tiara Wacana, Yogyakarta.
- Salvatore, D., 2006, Schaum's Outlines: Mikroekonomi, Edisi Keempat, Alih Bahasa: Rudy Sitompul dan Haris Munandar, Penerbit Erlangga
- Samryn, L.M, 2001, Akuntansi Manajerial Suatu Pengantar, Cetakan Pertama, PT Fajar Interpratama Offset, Jakarta
- Samuelson, P.A., dan W. D. Nordhaus, 2003, Ilmu Mikroekonomi, Edisi Tujuh Belas, PT Media Global Edukasi, Jakarta, (Alih Bahasa : Nur Rosyidah, Anna Elly, dan Bosco Carvalho)
- Sanderson, S. K., 1995, Sosiologi Makro: Sebuah Pendekatan Terhadap Realitas Sosial, Edisi 2, Cetakan kedua, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Sarantakos, S., 1995, Social Research, 2nd Ed., South Melbourne: Macmillan Education Australia PTY LTD.
- Sharif, M., 2004, Religious-Historical Perspective on Conflicts and Violence: Secular Materialism versus Spiritual Humanism, *International Journal Of Sociology And Social Policy*, Vol. 24, No. ½.
- Sarma, R., 2012, Research: In A Methodological Frame, *Journal of Arts, Science & Commerce*, Vol. III, Issue 2
- Sarwono, S.W., E. A. Meinarno, Takwin, Bagus, Wibowo, Istiqomah, Halida, Rizka, Mashoedi, S. Fatmawati, Riauskina, I. Indira, Putra, I. Eka, Hafiyah, Nurlyta, Prawasti, C. Yeti, Ariyanto, Amarina A., Pelupessi, Dicky C., Djuwita, Ratna, Ramdhan, M., Wisnuwardhana, Dian (Tim Penulis Fakultas Psikologi UI), 2009, Psikologi Sosial, Penerbit: Salemba Humanika, Jakarta

- Scarnati, J.T., 1997, Beyond Technical Competence: Honesty And Integrity, *Career Development International* 2/1, hlm. 24-27
- Schweitzer, M.E. dan D.E Gibson, 2007, Fairness, Feelings, And Ethical Decision-Making: Consequences Of Violating Community Standards Of Fairness, *Journal of Business Ethics*, Vol. 77, hlm. 287-301.
- Setiadi, E.M., K. Usman, 2011, Pengantar Sosiologi, Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial : Teori, Aplikasi, Dan Pemecahannya, Cetakan I, Edisi Pertama, Penerbit Kencana Prenada Media Group
- Setiawina, N.D., 2004, Sejarah Pemikiran Ekonomi (Jangkauan dan Metode), Edisi Pertama, Penerbit Panakom, Bali.
- Shipley, D., dan D. Jobber, 2001, Integrative Pricing Via The Pricing Wheel, *Industrial Marketing Management*, Vol. 30, hlm.301–314.
- Sihombing, F.B., 1994, Demokrasi Pancasila Dalam Nilai-Nilai Politik : Suatu Analisa Kebudayaan Politik Indonesia, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Singer, J.B, 2009, Ethnography, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol. 86, No.1, hlm. 191-198
- Snelgrove, T., 2012, Value Pricing When You Understand Your Customers: Total Cost Of Ownership Past, Present And Future, *Journal of Revenue and Pricing Management*, Vol. 11, hlm. 76–80.
- Stiving, M., 2000, Price Endings When Prices Signal Quality, *Management Science*; Dec 2000; 46, 12; ABI/INFORM Complete ,hlm. 1617
- Sudarwan, M., dan Timothy J. Fogarty, 1996, Culture And Accounting In Indonesia: An Empirical Examination, *The*

International Journal of Accounting, Vol.31 No.4, hlm. 463-481.

Suh, J., S. Janda dan S. Seo, 2006, Exploring The Role Of Culture In Trust Development With Service Providers, *Journal Of Services Marketing*, 20/4, hlm. 265-273.

Sujarwa, 1999, Manusia Dan Fenomena Budaya: Menuju Perspektif Moralitas Agama, Cetakan I, Penerbit Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Sulistiyawaty dan A. Rita, 2012, Awas Pangan Berbahaya Masih Beredar <http://nasional.kompas.com/read/2012/08/10/19084824/Awas..Pangan.Berbahaya.Masih.Beredar>, Jumat 10 Agustus 2012

Sumarsono, S., 2006, Ekonomi Mikro: Teori Dan Soal Latihan, Cetakan Pertama, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta

Sutopo, H.B., 2002, Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian, Sebelas Maret University Press, Surakarta

Sawarjuwono, T., 2005, Bahasa Akuntansi Dalam Praktik: Sebuah Critical Accounting Study, *TEMA*, Vol. 6, No. 2.

Soegijono, S.P., 2008, Papalele; Budaya Ekonomi Lokal, http://pustakamoe.files.wordpress.com/2011/07/prosiding_diskusi_papalele_sebagai_budaya_ekonomi_lokal.pdf

Soegijono, S.P., 2011, Papalele Potret Aktivitas Komunitas Pedagang Kecil Di Ambon, Disertasi, Program Pascasarjana Studi Pembangunan, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Jawa Tengah.

Soeharno, 2009, Teori Mikroekonomi, Edisi II, Penerbit ANDI, Yogyakarta

Soeharsono, 2009, Teori Mikro Ekonomi, Penerbit CV ANDI Yogyakarta

- Sutojo, S., 1997, Manajemen Terapan Bank, Cetakan Pertama, PT Pustaka Binaman Pressindo
- Sutrisno, Mudji, Putranto, Hendar, 2005, Teori-Teori Kebudayaan, Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Swardjono, 2011, Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan, Edisi Ketiga, Cetakan Kelima, BPFE, Yogyakarta.
- Takara, D., dan C. Pieter, 1998, Kamus Bahasa: Melayu Ambon-Indonesia, Departemen Pendidikan & Kebudayaan, Jakarta
- Taylor, S.E., L. A. Peplau, dan Sears David O., 2009, Psikologi Sosial, Prenada Media Group, Jakarta
- Tellis, G. J., 1986, Beyond the Many Faces of Price: An Integration of Pricing Strategies, *Journal of Marketing*, Vol. 50, No. 4; ProQuest, 146
- Tim Penyusun al-Mukmin, 1999, Tragedi Ambon, Cetakan Pertama, Penerbit Al-Mukmin, Jakarta-Timur.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa, 1996, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kedua, Cetakan Ketujuh, Penerbit Balai Pustaka, Jakarta
- Tolich, M., dan M. H. Fitzgerald, 2006, If Ethics Committees Were Designed For Ethnography, *Journal of Empirical Research on Human Research Ethics*, hlm. 71-78.
- Tomkins, C., dan R. Groves, 1983, The Everydat Accountant And Researching His Reality, *Accounting, Organizations And Society*, Vol.8, No.4, pp.361-374
- Triyuwono, I., 2006a. Perspektif, Metodologi. Dan Teori Akuntansi *Syariah*. Edisi Satu. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Triyuwono, I., 2006b. Akuntansi Syari'ah: Menuju Puncak Kesadaran KeTuhanan Manunggaling Kawulo-Gusti. Disampaikan pada Rapat Terbuka Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Bidang Ilmu Akuntansi Syari'ah Pada Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya
- Triyuwono, I., 2007, Mengangkat “*Sing Liyan*” Untuk Formulasi Nilai Tambah Syariah, Simposiun Nasional Akuntansi X Makassar.
- Tsui, J.S.L., 2001, The Impact Of Culture On The Relationship Between Budgetary Participation, Management Accounting Systems, And Managerial Performance: An Analysis Of Chinese And Western Managers, *The International Journal of Accounting* 36, hlm. 125–146
- Tumanggor, R., K. Ridho dan Nurochim, 2010, Ilmu Sosial Dan Budaya Dasar, Cetakan I, Edisi Pertama, Penerbit Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Tung, R., 1995, Guest Editor's Introduction: Strategic Human Resource Challenge: Managing Diversity, *International Journal Of Human Resource Management*, Vol. 6 No. 3, hlm. 482-93.
- Tyson, T., 2009, Methodological Issues Discussion Of Photo-Elicitation: An Etno-Historical Accounting And Management Research Prospect, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 22, No. 7, hlm. 1130-1141.
- Vaivio, J., 2008, Qualitative Management Accounting Research: Rationale, Pitfalls And Potential, *Qualitative Research in Accounting & Management*, Vol. 5 No. 1, hlm. 64-86
- Wang, R., 1995, Bargaining Versus Posted-Price Selling, *European Economic Review*, Vol. 39, hlm. 1747-1764

Widyosiswoyo, S., 2004, Ilmu Budaya Dasar, Cetakan Kelima, Penerbit Ghalia Indonesia

Widyosiswoyo, S., 2006, Sejarah Kebudayaan Indonesia, Edisi Revisi, Penerbit Universitas Trisakti, Jakarta

Winardi, 1987, Pengantar Ekonomi Mikro (Teori Harga), Penerbit Alumni, Bandung

Winter, M., 2003, Embeddedness, The New Food Economy And Defensive Localism, *Journal Of Rural Studies*, Vol.19 No.1, hlm. 23-32

- Debates

Yuliana, O. Yenty, S. Halim, Y. Wahyudi, 2002, Pendekatan Model Matematis Untuk Menentukan Persentase Markup Harga Jual Produk, *Jurnal Teknik Industri*, Vol.4, No.2, hlm. 58-72.

Zeithaml, V.A., 1988, Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means-End Model And Synthesis Of Evidence, *Journal of Marketing*, Vol. 52, hlm. 2-22.

Zohar, D., dan I. Marshall, 2004, Spiritual Capital: Wealth We Can Live By Using Our Rational, Emotional, And Spiritual Intelligence To Transform Ourselves And Corporate Culture, Bloomsbury Publishing Plc, London

Zohar, D., dan I. Marshall, 2005, Spiritual Capital: Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis, Penerjemah: Helmi Mustofa, Cetakan I, Penerbit: Mizan, Bandung

Zulfikar, 2009, Mengungkap Akuntabilitas Di Balik Tabir Nilai Kearifan Budaya Jawa, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Volume 7, Nomor 2, hlm.144-150

GLOSSARY

| | |
|------------------|---|
| Ambe | : mengambil |
| Ana-ana | : anak-anak |
| Ato | : atau |
| Bajual | : berjualan |
| Baju <i>cele</i> | : sejenis kebaya khas Maluku yang memiliki corak kotak-kotak berwarna merah |
| Bacakar | : mencari barang dagangan |
| Batare | : menarik |
| Basar | : besar |
| <i>Beta</i> | : saya |
| Batunggu | : menunggu |
| Bakarja | : bekerja |
| <i>Baronda</i> | : berkeliling/berjalan-jalan |
| Balong | : belum |
| Bacari | : mencari |
| Bage | : membagi |
| Bagitu | : begitu |
| <i>Bobo</i> | : nelayan yang mencari ikan dengan menggunakan kapal bertenaga mesin |
| Bautang | : berhutang |
| Bacatat | : melakukan pencatatan |
| Baku | : saling |
| Batitip | : menitipkan |
| <i>Deng</i> | : dengan |
| Dolo | : dulu |
| <i>For</i> | : untuk |
| <i>Gandong</i> | : sistem ikatan hubungan persaudaraan yang terjalin antara dua desa yang lebih didasarkan pada faktor di dalam satu garis keturunan yang berasal dari leluhur keturunan yang sama |
| Langganang | : pelanggan |
| Ikang | : ikan |
| Ilang | : hilang |
| Iko | : ikut |

| | |
|--------------------------|---|
| <i>Jua</i> | : juga |
| <i>Katong</i> | : kami |
| <i>Kacili</i> | : kecil |
| <i>Kadua</i> | : kedua |
| <i>Kaluarga</i> | : keluarga |
| <i>Keku</i> | : jinjing |
| <i>Kepeng</i> | : uang |
| <i>Kase</i> | : memberi |
| <i>Kole-kole</i> oleh | : perahu/kapal tradisional yang digunakan nelayan untuk menangkap ikan |
| <i>Kobong</i> | : kebun |
| <i>Ka</i> | : ke |
| <i>Kontener</i> | : tempat ikan berbentuk persegi panjang berbahan styrofoam |
| <i>Laeng</i> | : lain |
| <i>Lai</i> | : lagi |
| <i>Lia</i> | : lihat |
| <i>Makang</i> | : makan |
| <i>Mar</i> | : tetapi |
| <i>Mancari</i> | : mencari |
| <i>Masohi</i> | : budaya gotong royong/tolong-menolong |
| <i>Masnait</i> | : peserta dari jaring <i>bobo</i> yang terdiri dari 5 orang atau lebih untuk mencari ikan |
| <i>Mo</i> | : mau |
| <i>Negeri</i> | : desa |
| <i>Negeri Sarani</i> | : desa yang penduduknya beragama Kristen |
| <i>Negeri Salam</i> | : desa yang penduduknya beragama Islam |
| <i>Negeri Tanjung</i> | : suatu desa di Maluku Tengah tempat berlabuhnya pedagang pengumpul maupun nelayan tradisional untuk menjual ikan hasil tangkapannya |
| <i>Olal</i> | : loyang atau bakul yang terbuat dari pelepah sagu |
| <i>papinyo</i> | : ketimun |
| <i>patatas</i> | : ubi |
| <i>Paling barat</i> | : sangat berat |

| | |
|------------------------------|---|
| <i>Par</i> | : untuk |
| <i>Parlente</i> | : berbohong |
| <i>Pela</i> | : sistem ikatan hubungan persaudaraan yang terjalin antara dua desa yang lebih didasarkan pada faktor di luar garis keturunan |
| <i>Pung</i> | : punya |
| <i>Parteng</i> | : loyang/baskom yang berbahan plastik |
| <i>Pambali</i> | : pembeli |
| <i>Sa</i> | : saja |
| <i>Sadiki</i> | : sedikit |
| <i>Sanang</i> | : senang/gembira |
| <i>Sasadiki</i> | : sedikit-sedikit |
| <i>Sayor</i> | : sayur |
| <i>Seng</i> | : tidak |
| <i>Su</i> | : sudah |
| <i>Sombayang</i> | : sembahyang/shalat |
| <i>Sontong</i> | : cumi-cumi |
| <i>Suike matau 'u</i> kepada | |
| <i>Sang Pencipta</i> | : Taat kepada Sang Pencipta |
| <i>Tandeng</i> | : berjualan dengan cara menetap di suatu tempat untuk menunggu pembeli |
| <i>Tamang</i> | : teman |
| <i>Tukang opor</i> | : pemasok/pedagang pengumpul |
| <i>Tampa</i> | : tempat |
| <i>Tatinggal</i> | : tertinggal |
| <i>Turun dari rumah</i> | : meninggalkan rumah |

