

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DISERTASI DOKTOR**



**KONSEP HARGA JUAL BERBASIS NILAI-NILAI
BUDAYA KOMUNITAS PAPALELE
MASYARAKAT MALUKU**

Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

**Ketua
TRI HANDAYANI AMALIAH, SE, Ak., M.Si
0007127205**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
JULI 2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : Konsep Harga Jual Berbasis Nilai-Nilai Budaya Komunitas Papalele Masyarakat Maluku

Peneliti / Pelaksana

Nama Lengkap : TRI HANDAYANI AMALIAH SE.Ak., M.Si

NIDN : 0007127205

Jabatan Fungsional :

Program Studi : Akuntansi

Nomor HP : 081244696112

Surel (e-mail) : tri.handayani.amaliah@gmail.com

Institusi Mitra (jika ada)

Nama Institusi Mitra :

Alamat :

Penanggung Jawab :

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

Biaya Tahun Berjalan : Rp. 42.500.000,00

Biaya Keseluruhan : Rp. 0,00

Mengetahui
Dekan FEB



(Rafan Hinele, S.Pd, M.Si (Pjs))

NIP/NIK 197306181999031001


Gorontalo, 31 - 10 - 2014,
Ketua Peneliti,



(TRI HANDAYANI AMALIAH SE.Ak.,
M.Si)

NIP/NIK197212072003122001

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian



(Dr. Fitryane Lihawa, M.Si)

NIP/NIK 196912091993032001

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya komunitas Papalele masyarakat Maluku. Secara teoritis hasil penelitian ini dapat memperkaya konsep harga jual sehingga dapat bermanfaat bagi para praktisi dan akademisi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan etnometodologi melalui tahapan analisis: reduksi data, penyajian data, indeksikalitas, reflektivitas dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya berdasarkan temuan nilai-nilai budaya yang diimplementasikan Papalele dalam menetapkan harga dijadikan sebagai dasar dalam konsep harga jual Papalele. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, pengamatan dan dokumentasi.

Hasil penelitian menemukan 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, namun Papalele 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. Selain itu, hasil penelitian menemukan nilai budaya yang dapat dijadikan dasar dalam konsep harga Papalele, yaitu: *pela [gandong]*. Nilai ini merupakan nilai dasar yang dimiliki Papalele dalam penetapan harga. Nilai dasar tersebut melahirkan nilai operasional berupa: nilai kejujuran, kepercayaan (*trust*), keadilan dan cinta kasih. Berdasarkan nilai-nilai tersebut, ditemukan konsep harga jual Papalele yang merupakan perpaduan dari nilai-nilai dasar dan nilai-nilai operasional yang menjadi penuntun Papalele dalam menetapkan harga.

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim. Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyajikan tulisan yang berjudul: Konsep Harga Jual Berbasis Nilai-Nilai Budaya Papalele Masyarakat Maluku.

Peneliti menyadari bahwa walaupun telah berupaya maksimal dengan segenap kemampuan yang dimiliki, namun sebagai manusia yang tidak luput dari segala kekurangan dan keterbatasan, sangat disadari banyaknya kekurangtepatan dalam tulisan ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 07 Juli 2014

Tri Handayani Amaliah, SE., Ak., M.Si

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
RINGKASAN.....	3
PRAKATA.....	4
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR GAMBAR	6
DAFTAR TABEL.....	7
BAB 1 PENDAHULUAN.....	8
1.1 Latar Belakang	8
1.2 Motivasi Penelitian.....	13
1.3 Fokus Penelitian	14
1.4 Pertanyaan Penelitian	15
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Kajian Empiris Tentang Harga.....	16
2.2 <i>State of The Art</i>	20
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	22
3.1 Tujuan Penelitian.....	22
3.2 Manfaat Penelitian	22
BAB 4 METODE PENELITIAN.....	24
4.1 Metode dan Pendekatan Penelitian.....	24
4.2 Metode Pengumpulan Data dan Informan Penelitian.....	28
4.3 Situs Penelitian dan Unit Analisis.....	31
4.4 Analisis Data.....	32
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
5.1 Merentang Perjalanan Menuju Pasar Binaya Masohi.....	38
5.2 Berbeda-Beda Dalam Kebersamaan.....	40
5.3 Nilai <i>Pela [Gandong]</i> : Kekuatan Dalam Praktik Penetapan Harga.....	45
5.4 Nilai <i>Pela [Gandong]</i> Dalam Proses Pembelian.....	46
5.5 Nilai <i>Pela [Gandong]</i> Dalam Berjualan.....	56
5.6 Keuntungan Dalam Pusaran Nilai <i>Pela [Gandong]</i>	70
5.7 Hakikat Budaya <i>Pela [Gandong]</i>	78
5.7.1 Nilai <i>Pela [Gandong]</i> Dalam Lingkup Harga Jual Papalele.....	82
BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN.....	89
7.1 Simpulan.....	89
7.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Alur Penelitian Dengan Etnometodologi.....	36
Gambar 5.1 Nilai <i>Pela [Gandong]</i> Dalam Budaya Papalele.....	109
Gambar 5.2 Keuntungan Dalam Nilai <i>Pela [Gandong]</i>	113
Gambar 5.3 Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Budaya Papalele....	115

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 4.1	Daftar Informan Penelitian.....	31
Tabel 5.1	Analisis Indeksikalitas Dan Refleksivitas Dalam Nilai <i>Pela [Gandong]</i>	82

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konsep¹ harga, pada hakikatnya mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Pokok-pokok gagasan yang terkandung dalam teori harga menerangkan tentang perilaku pasar, konsumen dan produsen (Winardi, 1987:12-18; Liebhafsky, 1976:4-9 dan Salvatore, 2006:1). Perilaku konsumen dan produsen yang berintegrasi dalam suatu pasar mengekspresikan harga jual yang terbentuk.

Beberapa metode penetapan harga jual berbasis biaya yang dapat digunakan menurut Horngren, Sundem dan Stratton (2002:198), yaitu metode *cost plus pricing*², penetapan harga *markup* dan *target costing*³. Namun, pada praktiknya metode *cost plus pricing* dan penetapan harga *markup* merupakan metode yang telah mendominasi praktik penetapan harga yang digunakan para pelaku ekonomi (Meidan dan Chin, 1995; Shipley dan Jobber, 2001; Horngren, Sundem dan Stratton, 2002:198; serta Avlonitis dan Indounas, 2005).

Jika harga didasarkan pada sasaran penjualan dan pertumbuhan pangsa pasar, harga yang rendah adalah sarana bersaing untuk memperoleh pangsa pasar (Pellinen, 2003). Selain metode penetapan harga yang berbasis biaya, terdapat pula metode penetapan harga lainnya, yaitu metode harga rendah (*penetration price*), penggunaan metode ini dapat dijumpai pada produk yang masih dalam tahap

¹ Pengertian konsep dapat merujuk pada apa yang telah dijelaskan oleh Blaikie (2003:129) dan Ranjabar (2006:3) yang menyatakan bahwa konsep merupakan ide atau pemikiran umum yang dapat dijadikan pandangan dalam membangun teori-teori sosial. Makna dari konsep dalam hal ini adalah unsur-unsur pembentuk teori berupa ide yang diekspresikan dalam bentuk kata atau istilah ilmiah yang mendeskripsikan tentang suatu gejala (fenomena) atas suatu realitas. Walaupun konsep berada di bawah tahapan teori, namun konsep merupakan unsur penting pembentuk teori atau dengan kata lain teori berhubungan dengan konsep-konsep.

² Metode *cost plus pricing* merupakan penentuan harga jual dengan memperhitungkan biaya tertentu yang melekat pada suatu produk ditambah dengan kenaikan laba yang diharapkan untuk memproduksi dan memasarkan produk (Samryn, 2001:306; Mulyadi, 2001:348).

³ *Target costing* merupakan metode penetapan harga jual barang atau jasa yang didasarkan pada estimasi harga yang dapat dibayar oleh pelanggan (Hansen & Mowen, 2001:638; Samryn, 2001:314) untuk mencapai pangsa pasar (*market share*) (Mulyadi, 2001:35). *Target costing* merupakan sistem akuntansi biaya untuk memantau pengurangan biaya produk menuju *target cost* yang telah ditetapkan.

perkenalan (Hansen dan Mowen, 2001:641; serta Hardesty *et al.*, 2012). Para pelaku ekonomi yang menggunakan metode ini membebaskan harga yang sangat rendah untuk membentuk pangsa pasar secara cepat. Tingkat harga yang “menggoda” dijadikan strategi penetapan harga yang digunakan perusahaan untuk memikat pelanggan yang potensial.

Metode penetapan harga jual lainnya adalah *price skimming*⁴. Metode ini sangat efektif digunakan ketika sekelompok kecil pelanggan mengenal dengan baik nilai produk yang ditawarkan sehingga para pelaku ekonomi dapat menikmati keuntungan monopolistik⁵. Metode ini menetapkan harga jual yang sangat tinggi pada produk baru yang memiliki keunggulan-keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis (Hardesty *et al.*, 2012).

Uraian di atas memberikan pemahaman bahwa pertimbangan utama yang mendasari metode-metode harga jual konvensional saat ini pada umumnya berorientasi pada pencapaian laba yang maksimal (*profit maximization*) dan penguasaan pangsa pasar. Hal ini sejalan dengan pernyataan Sutojo (1997:132) dan Kasmir (2003:136) yang menyatakan bahwa penentuan harga berfungsi sebagai sarana untuk memenangkan persaingan dan untuk memaksimalkan laba.

Konsep harga jual konvensional cenderung merefleksikan hasil akhir dalam bentuk laba yang sebesar-besarnya dan sangat identik dengan angka-angka. Tanpa angka-angka, maka tidak akan dapat menggambarkan konsep dari harga jual. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Triyuwono (2006a:109), akuntansi *mainstream* sangat identik dengan angka-angka. Tujuan pada laba semata-mata merupakan bentuk pandangan yang sangat sarat dengan nilai egoisme.

⁴ Menurut Hansen & Mowen, (2001:642), metode ini digunakan perusahaan untuk produk yang berada dalam tahapan pengenalan, dimana perusahaan menetapkan harga yang tinggi pada awal siklus produk tersebut.

⁵ Monopolistik merupakan suatu keadaan dimana terdapat hanya satu penjual tunggal saja dan samasekali tidak mengalami persaingan apapun, serta sepenuhnya mengontrol penawaran industri yang bersangkutan, termasuk juga kontrol atas masuknya firma-firma baru kedalamnya (Liebhafsky, 1976:276).

Berbagai fakta yang marak terjadi akhir-akhir ini, sering ditemukan adanya formalin, boraks, pewarna Rhodamin-B, dan penggunaan pemanis buatan yang melebihi batas pada makanan yang dijual. Bahkan ditemukan juga 586 item produk pangan ilegal, kedaluarsa, dan rusak di daerah Pekanbaru, Pontianak, Banda Aceh, Batam, Makassar, Jayapura, Ambon, Palangkaraya, Banjarmasin, Manado, Yogyakarta dan Kendari. (<http://nasional.kompas.com>). Untuk memaksimalkan laba, para penjual dapat melakukan perilaku-perilaku yang tidak etis yang berdampak buruk bukan hanya kepada konsumen.

Pengadopsian paradigma laba yang maksimal mengindikasikan bahwa etika yang digunakan merupakan etika utilitarianisme (*utilitarianism*). Dalam pemahaman aliran etika ini, satu-satunya ukuran etika yang berlaku adalah seberapa besar utilitas yang dapat dihasilkan dari suatu aktivitas, dimana ukurannya adalah hasil dan bukan proses (Triyuwono, 2006a:76). Akibatnya, hal ini akan berdampak pada perilaku manusia yang cenderung utilitarian, yaitu munculnya perilaku *opportunist* yang mencari kesempatan untuk mendapatkan utilitas sebesar-besarnya tanpa memperdulikan etika yang sebenarnya.

Perlu diketahui bahwa *profit* merupakan konsep dan nilai utama dalam akuntansi modern seperti yang dikemukakan oleh Triyuwono (2006b), yang menyatakan bahwa jiwa akuntansi modern melekat dalam “rumah besar” kapitalisme yang berorientasi pada maksimisasi *profit*. Akuntansi modern yang egoistik dan materialistik menyatu dalam perekat utilitarianisme. Hal ini, menunjukkan bahwa sebenarnya konsep harga konvensional yang merupakan bagian dari akuntansi yang telah dibangun saat ini, tidak terlepas dari budaya kapitalisme.

Menurut Triyuwono (2006a:25), akuntansi adalah disiplin dan praktik yang dibentuk dan membentuk lingkungannya. Oleh karena itu, bila akuntansi dilahirkan dalam lingkungan yang kapitalistik, maka informasi yang disampaikan

mengandung nilai-nilai kapitalistik pula. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Daito (2011:1) dan Triyuwono (2006b), bila informasi yang dihasilkan atas dasar egoistis dan materialistis (uang) maka pada sisi yang lain, para pengguna informasi tersebut akan mengambil keputusan berdasarkan egoistis dan materialistis pula. Di sisi yang lain, pengkajian metode penetapan harga jual yang selama ini didominasi oleh pendekatan positivistik, belum mampu menjelaskan realitas akuntansi terkait dengan konsep harga, sehingga keterbatasan dalam konsep harga jual konvensional telah menciptakan ketidakseimbangan hidup. Konsep harga jual konvensional dianggap sebagai ilmu pengetahuan dan praktik yang bebas nilai (*value free*), sehingga penetapan harga jual konvensional hanya berorientasi pada *profit* semata. Orientasi hanya kepada *profit* mengakibatkan diabaikannya nilai-nilai kebaikan yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan aktivitas penjualan.

Pada kenyataannya, konsep harga jual bukanlah merupakan suatu bentuk ilmu pengetahuan dan praktik yang bebas nilai (*value free*), tetapi sebaliknya merupakan pengetahuan dan praktik yang sarat dengan nilai. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Triyuwono (2006b), tidak ada satupun ilmu pengetahuan yang objektif dan bebas nilai sepanjang dalam proses konstruksinya manusia masih terlibat di dalamnya.

Merujuk pada pernyataan yang dijelaskan oleh Gray (1988) dan Suwardjono (2011:1-2), di balik praktik akuntansi, sebenarnya terdapat seperangkat gagasan-gagasan yang melandasi praktik tersebut berupa asumsi-asumsi dasar, konsep-konsep, penjelasan, deskripsi, dan penalaran yang keseluruhannya membentuk bidang pengetahuan teori akuntansi. Untuk dapat mengembangkan suatu struktur dan praktik akuntansi di suatu wilayah atau negara tertentu, tidak cukup hanya dengan belajar praktik akuntansi yang sedang berjalan saja. Nilai-nilai budaya yang diimplementasikan secara bersama-sama pada suatu negara tertentu akan

mengubah budaya akuntansi dan selanjutnya akan mempengaruhi sistem akuntansi negara yang bersangkutan. Gagasan-gagasan yang muncul di balik praktik akuntansi sangat penting untuk dikaji, sehingga dapat dijadikan dasar untuk membangun dan mengembangkan akuntansi yang lebih baik. Akuntansi harus dapat menumbuhkan tanaman altruisme agar dapat menciptakan kedamaian dalam realitas kehidupan bisnis.

Manusia memiliki subjektivitas yang secara sadar atau tidak akan mempengaruhi proses konstruksi ilmu pengetahuan. Jika subjektivitas manusia menyatu dalam proses, maka dengan sendirinya suatu ilmu pengetahuan akan sarat dengan nilai-nilai humanisme (Triuwono, 2006a:105). Ini berarti, bahwa akuntansi sebenarnya dapat dipengaruhi oleh budaya masyarakat di mana ia dipraktikkan. Dengan demikian, metode-metode penetapan harga yang telah dikenal selama ini bukanlah merupakan sesuatu yang mutlak.

Penelitian ini merupakan upaya penemuan konsep secara empiris dengan menjadikan nilai-nilai luhur dalam budaya kearifan lokal sebagai fokus pada penemuan konsep harga jual alternatif dari konsep harga jual yang ada saat ini. Berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini berupaya untuk mengangkat nilai-nilai kearifan lokal yang selama ini belum terungkap. Nilai-nilai budaya kearifan lokal pada kenyataannya seringkali diabaikan, terlupakan dan dianggap tidak ada relevansinya dengan kehidupan di zaman modern saat ini, sehingga mengakibatkan banyak warisan budaya yang lapuk dimakan usia, terlantar, terabaikan bahkan dilecehkan keberadaannya

Upaya pencarian nilai-nilai budaya luhur tersebut difokuskan pada komunitas Papalele masyarakat Maluku yang hingga saat ini masih memegang teguh dan menjadikan nilai-nilai tersebut sebagai tradisi secara turun-temurun dalam melakukan aktivitas penjualan. Terkait dengan itu, Papalele tidak semata-mata menampilkan

aktivitas ekonominya, tetapi dibalik aktivitas ekonomi tersebut tersirat suatu kekuatan aspek sosial dan budaya yang belum terungkap. Model penetapan harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele akan memberikan kontribusi terhadap harmonisasi akuntansi khususnya pada konsep harga jual produk sebagai suatu perkembangan penelitian harga. Penelitian ini hadir dan dimaksudkan untuk mengungkapkan bahwa di dalam harga terdapat nilai-nilai luhur budaya yang turut berperan dan menjadi unsur-unsur penting dalam penentuannya.

1.2 Motivasi Penelitian

Terdapat beberapa alasan mengapa peneliti tertarik memilih topik ini. *Pertama*, menyadari permasalahan yang terdapat pada konsep harga jual konvensional sebagaimana dalam paparan sebelumnya, maka dipandang perlunya “kesadaran baru” untuk mengintegrasikan nilai material dan nilai-nilai non materi yang sebenarnya turut berperan dalam pembentukannya. Upaya pencarian tersebut dilakukan pada komunitas Papalele Maluku yang masih memegang teguh ciri ketradisional mereka sebagai karakter yang melekat dalam melakukan aktivitas penjualan.

Motivasi *kedua*, Papalele memiliki karakteristik yang unik untuk dikaji. Adanya setetes pemikiran tentang konsep penetapan harga jual yang didasarkan pada nilai-nilai budaya komunitas Papalele 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*).

Ketiga, penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkapkan nilai-nilai budaya yang menjadi dasar proses pembentukan harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele di Maluku. Dengan demikian dapat mengangkat multi temuan

nilai-nilai yang dianut sebagai jati diri yang dimiliki oleh komunitas Papalele dalam menetapkan harga jual.

Keempat, praktik akuntansi sebagai suatu teknologi sebenarnya menyatu dan mengisi kehidupan sehari-hari masyarakat, namun selama ini praktik akuntansi yang berkaitan dengan tingkat mikro khususnya pada praktik akuntansi kemasyarakatan sebagian besar tidak diungkapkan dalam literatur akuntansi (Morgan & Willmott, 1993; Jeacle, 2009; dan Hopwood, 1983, 1994 yang dirujuk oleh Jayasighe dan Thomas, 2009). Penelitian ini hadir untuk mengungkapkan fenomena akuntansi kemasyarakatan, khususnya dalam penetapan harga jual yang dianut oleh komunitas Papalele di Maluku. Model penetapan harga jual yang dianut Papalele pada akhirnya dapat memberikan kontribusi terhadap harmonisasi akuntansi khususnya pada konsep penetapan harga jual. Dengan demikian, penelitian ini melihat akuntansi secara luas yang memandang akuntansi sebagai suatu ilmu pengetahuan dalam hubungannya dengan perilaku manusia dan faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi praktik akuntansi. Merujuk pendapat Sawarjuwono (2005), bahwa segala sesuatu yang berkaitan dengan praktik bisnis bisa dianggap sebagai bagian dari akuntansi, sehingga apa yang dimaksud akuntansi dapat menjadi lebih luas dari semua definisi akuntansi yang telah ditulis oleh para ahli dalam berbagai literatur.

1.3 Fokus Penelitian

Konsep harga jual konvensional selama ini hanya dimaksudkan untuk mewujudkan pengkayaan materi dengan kekeringan nilai-nilai kebersamaan, kasih sayang dan spiritualitas yang menjadi hakikat hidup manusia. Konsep-konsep pembentuk harga yang selama ini marak diimplementasikan didasarkan pada kompetisi harga yang bertujuan untuk meraih keuntungan materi semata. Penetapan harga tidak selalu harus bergantung pada keuntungan materi semata, namun terdapat nilai-nilai non materi yang turut berperan dalam penetapan harga jual.

Penelitian ini memfokuskan pada upaya menemukan nilai-nilai budaya yang dianut oleh komunitas Papalele dalam menetapkan harga. Melalui penggalian makna nilai-nilai budaya komunitas Papalele di Maluku dalam menetapkan harga, fokus penelitian ini pada akhirnya akan menemukan konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya komunitas Papalele masyarakat Maluku.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk melihat praktik penetapan harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele di Maluku. Berdasarkan pada fokus penelitian di atas, maka penelitian ini ingin menjawab pertanyaan: bagaimanakah konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya komunitas Papalele di Maluku?

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Empiris Tentang Harga

Penelitian yang mengkaji interaksi tawar-menawar harga diantaranya dilakukan oleh Herrmann *et al.* (2007) dan Ferguson (2013). Penelitian Ferguson (2013) menemukan bukti empiris bahwa terjadinya transaksi melalui proses tawar-menawar memberikan transparansi pada harga yang telah ditetapkan oleh penjual. Hal ini terjadi ketika dalam proses tawar-menawar penjual mengungkapkan kepada konsumen tentang penetapan harga atau *markup* yang digunakan dan informasi tentang perubahan harga yang terjadi. Namun, hal yang berbeda ditemukan dalam penelitian Herrmann *et al.* (2007) yang menemukan bahwa proses tawar-menawar dapat memberikan dampak yang negatif terhadap keadilan yang dirasakan oleh pembeli. Adanya kebutuhan yang mendesak pada pihak pembeli terhadap suatu produk, menjadikan harga yang terbentuk mencerminkan kegagalan kepentingan pihak pembeli di balik keuletan penjual dalam usaha memaksimalkan laba melalui harga yang telah ditetapkan.

Terbentuknya harga, selain dapat dijelaskan oleh permintaan dan penawaran, juga dapat didefinisikan melalui tiga pendekatan, yaitu harga yang berbasis biaya, harga berbasis nilai pelanggan dan harga berbasis harga pesaing (Collins, 2006 dan Hinterhuber, 2008). Pendekatan ini tercermin melalui metode *cost plus pricing*⁶, penetapan harga *markup*, *target costing*⁷, metode harga rendah (*penetration price*), dan *price skimming* (Garrison, 1998:10; Hansen & Mowen, 2001:638; Horngren,

⁶ Metode *cost plus pricing* merupakan penentuan harga jual dengan memperhitungkan biaya tertentu yang melekat pada suatu produk ditambah dengan kenaikan laba yang diharapkan untuk memproduksi dan memasarkan produk (Samryn, 2001:306; Mulyadi, 2001:348).

⁷ *Target costing* merupakan metode penetapan harga jual barang atau jasa yang didasarkan pada estimasi harga yang dapat dibayar oleh pelanggan (Hansen & Mowen, 2001:638; Samryn, 2001:314) untuk mencapai pangsa pasar (*market share*) (Mulyadi, 2001:35). *Target costing* merupakan sistem akuntansi biaya untuk memantau pengurangan biaya produk menuju *target cost* yang telah ditetapkan.

Sundem & Stratton, 2002:198; Pellinen, 2003; Hinterhuber, 2008 dan Hardesty *et al.*, 2012). Pada praktiknya, metode *cost plus pricing* dan penetapan harga *markup* merupakan metode yang telah mendominasi praktik penetapan harga (Meidan & Chin, 1995; Shipley & Jobber, 2001; Horngren, Sundem & Stratton, 2002:198; Avlonitis & Indounas, 2005).

Keputusan penetapan harga mempunyai peran yang sangat penting (Monroe & Cox, 2001:43; Horngren, Sundem & Stratton, 2002:194). Hal ini tercermin dari penelitian yang dilakukan oleh Charles (1994) mengembangkan strategi penentuan harga optimal, yaitu *Price Strategy Matrix Framework* sebagai alternatif penentuan harga. Penelitian Yuliana *et al.* (2002) membangun rancangan model matematis yang dapat menetapkan volume penjualan sebagai alternatif untuk menentukan persentase besaran *markup* harga jual produk. Hwang *et al.*, (2011) membangun kerangka kerja konseptual untuk pengembangan strategi harga yang kompetitif. Penelitian Pal, Sana dan Chaudhuri (2012) mengkaji tentang tingkat optimal dari persentase pemotongan harga yang dapat menghasilkan harga jual optimal, sehingga dapat memaksimalkan keuntungan pada produk. Namun, sedikit berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Benito *et al.*, (2010). Penelitian Benito *et al.*, (2010) menganalisis asimetri persaingan harga pada suatu produk berdasarkan merek tertentu untuk menghasilkan harga jual optimal pada pedagang pengecer yang berimplikasi pada permintaan, keuntungan penjualan dan maksimalisasi *profitabilitas*.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Hinterhuber (2008); Dias dan Rondrigues (2010) dan Snelgrove (2012) menawarkan metode harga lainnya. Penelitian Hinterhuber (2008) mengungkapkan bahwa harga berbasis nilai pelanggan merupakan metode yang lebih unggul dari strategi lainnya. Pendekatan ini memiliki potensi keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan metode harga

lainnya. Metode *cost plus pricing* hanya mengarah pada pencapaian *profitabilitas* yang lebih rendah bila dibandingkan dengan metode berbasis nilai pelanggan. Namun, kenyataannya *cost plus pricing* lebih banyak digunakan disebabkan metode ini dianggap lebih rasional dalam menciptakan keuntungan dan menyediakan informasi biaya yang lebih mudah sebagai unsur-unsur pembentuk harga jual (Mulyadi, 2001:345).

Serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Snelgrove (2012) yang menganalisis *Total Cost of Ownership* (TCO) yang berperan dalam penetapan harga untuk menciptakan nilai pelanggan, penelitian Snelgrove (2012) menunjukkan bahwa penentuan harga tidak hanya meliputi elemen-elemen biaya, tetapi semua elemen yang berkontribusi terhadap nilai pelanggan. Namun, hal berbeda ditemukan dalam penelitian Dias dan Rondrigues (2010) yang mengungkapkan bahwa untuk menciptakan harga berbasis kualitas, tidak cukup hanya dengan pemahaman tentang pelanggan, namun para pelaku ekonomi harus mengetahui gerakan harga yang ditetapkan oleh pesaing. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hinterhuber (2008) yang mengungkapkan bahwa pendekatan harga berbasis persaingan mendominasi praktik penentuan harga yang digunakan di Amerika Serikat, Eropa dan Asia yang meliputi berbagai industri.

Selanjutnya penelitian Stiving (2000), mengungkapkan bahwa pihak penjual cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan harga yang tinggi untuk memberikan sinyal tentang kualitas produk pada konsumen yang kurang mampu mendeteksi tingkat kualitas dari produk sebelum melakukan pembelian. Hal ini juga diperkuat dari hasil penelitian Kalita (2004) yang menggunakan *price-signaling models* untuk menganalisis harga sebagai sinyal kualitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pihak penjual menggunakan sinyal kualitas pada harga produk untuk menarik konsumen yang kurang memiliki informasi tentang suatu produk.

Berdasarkan pada kajian tentang harga yang telah diuraikan di atas, menunjukkan bahwa kajian tentang metode penetapan harga jual, selama ini didominasi oleh pendekatan positivistik. Pendekatan positivistik yang digunakan belum mampu menjelaskan realitas akuntansi terkait dengan konsep harga, sehingga keterbatasan dalam konsep harga jual konvensional telah menciptakan ketidakseimbangan hidup. Konsep harga jual konvensional dianggap sebagai ilmu pengetahuan dan praktik yang bebas nilai (*value free*), sehingga penetapan harga jual konvensional hanya berorientasi pada *profit* semata. Orientasi hanya kepada *profit* mengakibatkan diabaikannya nilai-nilai kebaikan yang dijadikan pedoman dalam melaksanakan aktivitas penjualan.

Penelitian yang dilakukan Alimuddin (2011) mengkaji tentang integrasi agama (Islam) dan pengetahuan sekuler terkait dengan harga jual produk. Konsep harga jual berbasis nilai-nilai Islam dijadikan sebagai dasar dalam merumuskan konsep harga jual. Didasarkan pada bukti empiris yang ditemukan Alimuddin (2011) memberikan pemahaman bahwa pada dasarnya dalam harga sarat dengan nilai (*value*). Filosofi dari suatu konsep harga jual terdapat pada nilai-nilai yang terkandung di dalamnya.

Konsep harga jual konvensional selama ini hanya akan mewujudkan pengkayaan materi dengan kekeringan nilai-nilai kebersamaan, kasih sayang dan spiritualitas yang menjadi hakikat hidup manusia. Untuk keluar dari realitas yang kering dari nilai-nilai kasih sayang dan kebersamaan tersebut, maka diperlukan suatu konsep harga jual yang mengedepankan nilai-nilai budaya luhur yang mengandung nilai-nilai kebaikan. Upaya pencarian nilai-nilai budaya luhur tersebut dilakukan pada komunitas Papalele Maluku yang masih dipegang teguh, diyakini dan dilestarikan hingga saat ini dalam melakukan aktivitas penjualan.

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan sebelumnya, ditemukan bahwa komunitas Papalele dalam melakukan aktivitas jual beli menjunjung tinggi

nilai-nilai budaya luhur. Fenomena unik dalam konsep harga jual Papalele mengekspresikan nilai-nilai luhur budaya yang selama ini dijunjung tinggi, tidak hanya diwujudkan oleh komunitas Papalele terhadap konsumen, namun juga diwujudkan kepada sesama komunitas Papalele lainnya.

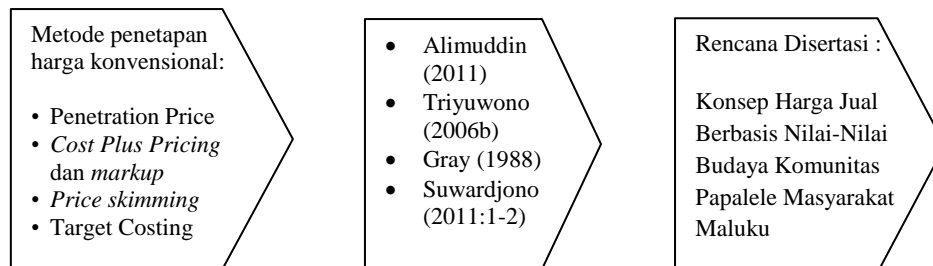
Papalele memiliki karakteristik yang unik, dalam menjalani aktivitas penjualan, komunitas Papalele lebih mengutamakan asas kebersamaan dan bukan kompetisi. Asas kebersamaan salah satunya tercermin pada model penentuan harga jual yang dimiliki. Transaksi penjualan produk yang dilakukan komunitas Papalele mengisyaratkan tentang kekuatan nilai-nilai luhur budaya yang lebih mendominasi dibandingkan dengan nilai ekonomi, walaupun nilai ekonomi dijadikan sebagai alat pemicu dalam beraktivitas.

2.2 State of The Art

Berbagai konsep penetapan harga konvensional yang selama ini digunakan masih terlalu dominan melihat harga dengan menggunakan aspek kuantitatif, namun mengabaikan aspek-aspek yang sifatnya kualitatif yang sebenarnya turut menentukan terbentuknya konsep harga jual. Informasi kuantitatif tidak cukup memadai untuk memberikan gambaran yang utuh tentang suatu konsep harga jual.

Informasi kualitatif yang selama ini dimarjinalkan perlu diangkat dan diposisikan sejajar dengan informasi kuantitatif. Karena dalam kenyataannya, realitas kehidupan ini (termasuk di dalamnya realitas bisnis) tidak semata-mata bersifat kuantitatif, tetapi juga bersifat kualitatif. Aspek kualitatif di dalam berbisnis juga sangat penting dan bahkan tidak boleh diabaikan (Triyuwono, 2006a:379). Dampak dari sistem penilaian tersebut dapat mempengaruhi perilaku manusia yang cenderung materialistis, dan individualistis. Akibatnya, hal ini akan berdampak pada perilaku manusia yang cenderung utilitarian, yaitu munculnya perilaku *opportunist* yang mencari kesempatan untuk mendapatkan utilitas sebesar-besarnya tanpa memperdulikan etika yang

sebenarnya. Hal ini mendorong peneliti untuk menemukan konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya komunitas Papalele yang sarat dengan nilai-nilai luhur kearifan lokal, seperti tampak pada *roadmap* berikut ini:



BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus dan pertanyaan penelitian sebagaimana yang diungkapkan pada bab sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya komunitas Papalele di Maluku. Dengan demikian, penggalian nilai-nilai budaya yang dianut pada praktik penetapan harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele Maluku akan menemukan konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya komunitas Papalele di Maluku.

3.2 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini memberikan beberapa manfaat secara teoritis, yaitu:

- 1) menghadirkan konsep harga jual yang terlahir dari budaya lokal, yaitu nilai-nilai budaya komunitas Papalele di Maluku. Konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya Papalele merupakan konsep harga jual yang mengedepankan aspek-aspek kebersamaan dan berbeda dari konsep harga jual yang ada saat ini. Selama ini, konsep-konsep dasar penentuan harga jual yang diakui berasal dari budaya Barat. Praktik akuntansi yang berasal dari barat sudah tentu diwarnai oleh budaya lokal bangsa tersebut. Dengan mengawinkan ilmu akuntansi dan ilmu budaya tercipta konsep harga jual berbasis nilai-nilai Papalele Maluku sebagai konsep harga jual yang mencerminkan budaya bangsa. Kehadiran konsep harga jual tersebut dapat memberikan khazanah baru dan memperkaya konsep harga jual yang ada saat ini, sehingga bermanfaat dalam pengembangan teori akuntansi khususnya akuntansi manajemen.
- 2) Memperkaya beberapa hasil penelitian mengenai konsep harga jual yang pernah dilakukan sebelumnya. Merujuk dari apa yang telah dikemukakan oleh Salim (2006:88), ilmu pengetahuan yang dibangun dan dikembangkan selama ini tidaklah diperuntukkan hanya untuk mengungkapkan realitas yang ada serta mencari

kebenaran dari realitas tersebut. Namun lebih dari itu, pengembangan ilmu pengetahuan pada dasarnya juga diarahkan pada penciptaan nilai-nilai yang dapat dijadikan pegangan manusia dalam menjalani kehidupannya. 3) Merupakan upaya membangun “kesadaran” bahwa harga jual suatu komoditas tidak hanya bertujuan pada keuntungan yang berwujud materi semata, namun juga terkandung nilai-nilai non materi dalam proses pembentukannya.

Hasil kajian dan temuan dalam penelitian ini memberikan beberapa manfaat praktis, antara lain: 1) Hadirnya konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya Papalele di Maluku dapat memberikan isyarat terhadap nilai-nilai yang bisa dipetik dan dijadikan pedoman bagi para penjual dalam menetapkan harga jual produk kebutuhan pokok. 2) Memberikan wawasan tentang metode penetapan harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele sebagai sesuatu yang unik. 3) Dapat menjadi rujukan solusi pada para pedagang, terhadap permasalahan sosial ekonomi untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dagangnya dalam menghadapi kekuatan pasar-pasar modern. Nilai-nilai yang dimiliki komunitas Papalele adalah layak untuk dipahami dalam kerangka untuk meraih *sustainability* usaha dagang yang dijalani.

BAB 4 METODE PENELITIAN

4.1 Metode dan Pendekatan Penelitian

Berangkat dari tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk membangun konsep (teori), maka metode penelitian yang tepat adalah metode kualitatif. Proses penelitian kualitatif didasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah kemanusiaan dengan mendeskripsikan dan memahaminya secara mendalam. Hal ini sejalan dengan yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman (1994:6-7) yang dirujuk oleh Basrowi dan Sudikin (2002:2), bahwa penelitian kualitatif berusaha mengungkapkan berbagai keunikan yang terdapat pada individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan demikian, penelitian kualitatif merupakan suatu aktivitas yang menempatkan peneliti di dunia yang memiliki banyak interpretasi sehingga membuat dunia menjadi semakin terbuka untuk memberikan pengertian tentang apa yang sebenarnya terjadi.

Penelitian ini berada dalam ranah interpretif dengan menggunakan metode etnometodologi untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berangkat dari basis fenomenologis, etnometodologi merupakan studi mengenai kegiatan manusia sehari-hari yang sifatnya rutin dan memfokuskan pada aspek-aspek interaksi yang berlangsung. Bila dinyatakan secara sedikit berbeda, etnometodologi memandang dunia sebagai suatu penyelesaian terhadap masalah-masalah dalam praktik kehidupan dan berlangsung secara terus-menerus. Singkatnya, yang menjadi penekanan pada etnometodologi ialah bagaimana atau dengan metode apa, seseorang dapat memahami dunianya sehari-hari (Atkinson, 1988; Basrowi dan Sudikin, 2002:53; Poloma, 2007:282 serta Denzin dan Lincoln, 2009:338).

Hal tersebut tentunya terkait dengan pemikiran Garfinkel (1996) yang menjelaskan bahwa etnometodologi merupakan suatu metode yang digunakan seseorang di dalam kehidupan sehari-hari terhadap penyelesaian masalah-masalah yang dihadapinya dengan memusatkan perhatian pada kegiatan praktik dengan berbagai prosedur yang dilakukan. Selanjutnya, Coulon (2008:27-28) menyatakan bahwa pada penelitian Garfinkel dari buku *Studies* yang berjudul "Apakah etnometodologi itu?". Poin penting Garfinkel, yaitu peranan manusia di dalam menginterpretasi suatu situasi dan memberikan penjelasan tindakan dari pada berdasarkan pertimbangan nilai atau norma yang dimiliki (Sutrisno dan Putranto, 2005:83). Dengan kata lain bahwa etnometodologi merupakan studi tentang bagaimana individu atau kelompok masyarakat menjalani dan memahami kehidupan sehari-hari mereka dengan menggunakan berbagai cara tertentu yang diimplementasikan untuk mencapai tujuan hidup mereka.

Penekanan pada metode apa yang digunakan, menjadikan setiap peneliti harus memusatkan perhatian pada bagaimana seorang individu dalam suatu masyarakat mengaplikasikan beragam praktik prosedur untuk memahami dan menyelami tindakan yang dilakukan dalam berbagai situasi yang dihadapi (Atkinson, 1988; Salim, 2006:201; Denzin dan Lincoln, 2009:338 serta Heritage, 1984:4 yang diacu Ritzer dan Goodman, 2010:418). Jadi, dapat dikatakan bahwa etnometodologi memfokuskan pada upaya untuk mempelajari dan memahami realitas sosial yang dilakukan dalam kesehariannya. Hal ini meliputi bagaimana seorang individu dalam suatu masyarakat bertindak, bertingkah laku dan berupaya untuk memahami kehidupan sehari-hari mereka, melaksanakan praktik-praktik dengan berbagai prosedurnya.

Etnometodologi didedikasikan untuk menjelaskan tentang cara-cara yang dilakukan oleh kelompok komunitas untuk menciptakan, mengenali subjek, realitas

dan alur tindakan yang dipahami secara bersama-sama. Dalam mengembangkan pemikiran tentang penjelasan tersebut, peneliti berupaya untuk memahami bagaimana para aktor memandang, menjelaskan berbagai keteraturan dunia dalam kehidupan sosial (Moleong, 2010: 15; Have: 2004:14; Sutrisno dan Putranto, 2005:83; Coulon, 2008:28; Denzin dan Lincoln, 2009:337-338 serta Emzir, 2010:33). Upaya untuk memahami bagaimana masyarakat memandang, menjelaskan dan menggambarkan tata kehidupan mereka yang dijabarkan dalam berbagai aktivitas yang dijalani di kehidupan sehari-hari. Hal ini mengarahkan peneliti untuk melihat pada cara-cara orang menghadirkan keteraturan dalam interaksi sosial sehari-hari (Salim, 2006:200; Bungin, 2007:170; Poloma, 2007:281; Coulon, 2008:113 dan Emzir, 2010:33). Ini berarti bahwa pada dasarnya etnometodologi menekankan pada pengamatan kegiatan suatu individu dalam suatu komunitas yang menata kegiatan sehari-harinya yang berfokus pada pola alur interaksi yang dihasilkan sebagai suatu kegiatan praktik.

Sejalan dengan itu, Bungin (2007:170) serta Denzin dan Lincoln (2009:337) berpendapat bahwa etnometodologi lebih menekankan kepada materi pokok penelitian, yakni bagaimana metode yang digunakan orang untuk memahami berbagai situasi di dalam kehidupan sehari-harinya. Bagi peneliti, makna-makna dari tindakan yang dilakukan oleh para aktor yang diteliti selalu bersifat ambigu (tak jelas) bagi seseorang dalam suatu situasi tertentu. Dengan demikian, menjadi tugas peneliti untuk mengungkapkan cara-cara orang tersebut berinteraksi, berbicara, berpikir dan perasaan mereka dalam menjalani berbagai prosedur yang tidak nampak jelas, sehingga perbuatan-perbuatan tersebut nampak jelas dan tidak ambigu.

Sementara itu, Basrowi dan Sudikin (2002:55) memiliki pandangan bahwa etnometodologi merupakan metode yang digunakan melalui model penelitian yang

mempelajari peristiwa budaya dan menyajikan pandangan subjek dalam menjalani kehidupannya. Untuk memperoleh pemahaman tentang bagaimana suatu kelompok masyarakat atau anggota suatu budaya tertentu menggunakan unsur-unsur budayanya dalam kehidupan sehari-hari mereka, Djahuri (2011) meletakkan etnometodologi pada fokus pertanyaan bukan kepada mengapa suatu kelompok masyarakat menjalani perilaku sosialnya dengan cara-cara tertentu sebagaimana yang menjadi pusat perhatian *ethnography*. Melainkan, bagaimana kelompok masyarakat yang diteliti mempraktikkan unsur-unsur budaya yang dimiliki secara bersama-sama.

Pemahaman lebih mendalam tentang etnometodologi bisa ditelusuri melalui pemikiran Garfinkel yang membatasi etnometodologi sebagai penyelidikan atas ungkapan-ungkapan indeksikal serta tindakan-tindakan praktis lainnya sebagai kesatuan dari praktik-praktik kehidupan sehari-hari yang terorganisir dengan mengarah pada suatu penjelasan tentang "pertanggungjawaban tindakan praktis yang rasional". Penjelasan tersebut dapat ditemukan melalui : 1) perbedaan antara ungkapan yang obyektif dan yang *indeksikal*, 2) *refleksivitas* berbagai tindakan praktis, dan 3) kemampuan menganalisa berbagai tindakan yang berlangsung dalam konteks kehidupan sehari-hari (Basrowi dan Sudikin, 2002:52; Poloma, 2007:281 serta Denzin dan Lincoln, 2009:339). Pemanfaatan metode etnometodologi dalam suatu penelitian yang dilakukan dan dimaksudkan untuk dapat menangkap dunia dengan berbagai realitasnya yang terorganisir, yang secara substantif dapat terlihat melalui analisis *indeksikal* dan *refleksivitas*.

Indeksikalitas dan *refleksivitas* bagaikan dua sisi mata uang yang sama yang merupakan unsur-unsur realitas sosial yang tidak dapat dihindari. Makna bersifat *indeksikal* bergantung sepenuhnya pada konteks maupun situasi yang melingkupinya. Dengan kata lain, suatu kata, perilaku atau suatu kejadian dapat

memiliki lebih dari satu pengertian. Namun dapat juga sebaliknya, makna yang sama dapat diekspresikan melalui beberapa cara. Sementara itu, *refleksivitas* menunjukkan hubungan antara peneliti dan obyek yang diteliti. Dalam memberikan penilaian, peneliti merefleksikan pada perilaku aktor yang diteliti dan berusaha membuatnya menjadi terdapat. Dengan demikian, realitas yang terciptakan adalah realitas sosial yang reflektif atau merupakan hasil dari perenungan atas ciptaan mental peneliti. *Indeksikalitas* dan *refleksivitas* inilah yang merupakan ciri utama penelitian yang menggunakan pendekatan etnometodologi.

4.2 Metode Pengumpulan Data dan Informan Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui pengamatan berpartisipasi pasif, dokumentasi dan wawancara. Pengamatan berpartisipasi pasif dimaksudkan di sini, yaitu mengamati dengan mengikuti aktivitas yang dilakukan Papalele dan turut serta membantu kegiatan dalam aktivitas penjualan yang dilakukan. Namun dalam hal ini peneliti tidak berperan sebagai Papalele seutuhnya. Pengamatan berpartisipasi pasif bertujuan agar data yang diperoleh bersifat naturalistik dan tidak bias. Pengamatan berpartisipasi pasif juga merupakan upaya yang dilakukan peneliti untuk membina hubungan harmonis antara peneliti dan informan dalam hal ini komunitas Papalele. Dengan terjalinnya hubungan yang harmonis antara peneliti dan komunitas Papalele, maka dapat mengurai sekat pemisah antar peneliti dan informan. Hubungan ini dapat mendukung perolehan arus informasi secara bebas melalui percakapan antara informan dan peneliti, sehingga baik peneliti maupun komunitas Papalele mempunyai perasaan yang positif terhadap wawancara mendalam yang dilakukan.

Pengamatan terhadap aktivitas penjualan yang dilakukan oleh komunitas Papalele dan interaksi dengan pembeli akan dicatat dan didokumentasikan dalam bentuk manuskrip untuk selanjutnya digunakan sebagai bahan analisis. Dengan begitu, selain dokumentasi dalam bentuk manuskrip berupa informasi yang diperoleh

langsung dari para informan, dokumentasi dalam penelitian ini juga berupa foto-foto yang merekam berbagai peristiwa yang teramati terhadap aktivitas komunitas Papalele kesehariannya. Hasil pengamatan yang diperoleh sangat mendukung hasil wawancara yang dilakukan.

Sementara itu dalam penelitian ini, wawancara dilakukan terhadap komunitas Papalele sebagai informan utama. Papalele yang dijadikan informan utama dalam penelitian ini adalah Papalele yang melakukan aktivitas penjualan hanya di pasar (*tandeng*) dan secara *baronda*, yaitu Eteh Sapuleteh, Siti Lewenusa, Ibah, Ida, Base, Ani dan Safiyah. Namun, selain dengan komunitas Papalele sebagai informan utama, wawancara juga dilakukan terhadap informan pendukung, yaitu Saniri Negeri Amahai Kabupaten Maluku Tengah (orang yang mengawasi tentang tata cara dan adat istiadat daerah Maluku), tokoh masyarakat dan akademisi yang peneliti anggap memiliki pengetahuan terhadap aktivitas penjualan yang dilakukan oleh komunitas Papalele.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dimaksudkan untuk mendapatkan pemahaman atas kebiasaan-kebiasaan dalam praktik penetapan harga yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dan bersifat informal dalam berbagai kesempatan dan situasi. Dengan ini, peneliti menghindari kemungkinan hal-hal yang tidak mengenakan ataupun keterpaksaan informan dalam menyampaikan informasi.

Terhadap komunitas Papalele, peneliti menganalisis kisah-kisah informan mengenai aktivitas penjualan yang dilakukan khususnya terkait dengan praktik penetapan harga jual. Wawancara dilakukan dengan memperhatikan situasi dan kondisi Papalele, jika memungkinkan wawancara dilakukan beriringan dengan aktivitas penjualan yang sedang berlangsung, namun di saat Papalele tidak sibuk dalam melayani pembeli. Akan tetapi jika tidak memungkinkan maka wawancara

dilakukan saat aktivitas penjualan sudah selesai. Dengan demikian, wawancara dilakukan tidak saja di lokasi tempat berlangsungnya aktivitas penjualan, akan tetapi juga berlangsung di warung makan yang berada di lingkungan pasar tempat Papalele beraktivitas. Selanjutnya terhadap informan pendukung, wawancara dilakukan melalui diskusi dengan mengacu pada hasil observasi peneliti terhadap aktivitas penjualan termasuk didalamnya praktik penetapan harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele.

Wawancara mendalam dilakukan peneliti dengan para informan penelitian untuk memahami berbagai aktivitas yang terkait dengan praktik penentuan harga jual yang diterapkan oleh komunitas Papalele. Peneliti menelusuri sejarah perkembangan praktik penentuan harga yang dilakukan oleh komunitas Papalele yang sudah dilakukan sejak dahulu hingga saat ini. Melalui wawancara peneliti dapat mengenali subjek dan merasakan apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari melalui perilaku dan ucapan para informan.

Wawancara dalam penelitian kualitatif berlangsung dari alur umum ke alur khusus, sehingga dalam penelitian ini wawancara tahap pertama hanya bertujuan untuk memberikan deskripsi dan orientasi awal peneliti tentang aktivitas jual beli yang bersifat umum yang dilakukan oleh komunitas Papalele sehari-hari. Tema-tema yang muncul pada tahap ini kemudian diperdalam dan dikonfirmasi pada wawancara berikutnya, demikian seterusnya hingga memperoleh jawaban dari pertanyaan dalam penelitian ini.

Upaya untuk memudahkan proses pengamatan, dokumentasi dan wawancara terhadap informan, peneliti berusaha mendapatkan akses kepada informan utama dan beberapa informan pendukung melalui hubungan keluarga peneliti. Dengan cara seperti ini peneliti dapat berbaur bersama dengan komunitas Papalele sebagai

informan utama dan informan pendukung. Adapun subjek informan dalam penelitian ini adalah :

Tabel 4.1
Daftar Informan Penelitian

No	Nama Informan	Keterangan
1.	Eteh Sapuleteh	Papalele yang berjualan sayur-sayuran, ubi dan lainnya secara <i>tandeng</i>
2.	Ibah	Papalele yang berjualan ubi dan keladi secara <i>tandeng</i>
3.	Siti Lewenusa	Papalele yang berjualan ikan secara <i>tandeng</i>
4.	Safiyah	Papalele yang berjualan ikan secara <i>tandeng</i>
5.	Ida	Papalele yang berjualan sayur-sayuran yang rempah-rempah secara <i>tandeng</i>
6.	Base	Papalele yang berjualan ikan secara <i>tandeng</i>
7.	Ani	Papalele yang berjualan sayur-sayuran secara <i>baronda</i>
8.	M. Hasib	Tokoh masyarakat yang memiliki pengetahuan tentang keberadaan komunitas Papalele (berjasa dalam sanitasi pasar)
9.	Yulius Lasamahu	Tokoh Masyarakat dan Saniri Negeri Amahai
10.	Pieter Soegijono	Dosen UKIM Ambon yang memiliki pengetahuan tentang komunitas Papalele (pernah melakukan penelitian tentang komunitas Papalele)

Sumber : Data diolah

4.3 Situs Penelitian dan Unit Analisis

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka ditetapkan lokasi dalam penelitian ini adalah di Masohi Kabupaten Maluku Tengah yang terkonsentrasi di Pasar Binaya. Adapun alasan pemilihan situs ini adalah karena di Pasar Binaya merupakan tempat terdapatnya aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Papalele dan di tempat inilah merupakan pusat konsentrasi komunitas Papalele yang berasal dari berbagai desa yang terdapat di kabupaten Maluku Tengah, selain itu alasan pemilihan lokasi penelitian ini adalah adanya kemudahan dalam mengakses para informan. Dengan demikian, pemilihan situs ini dianggap tepat untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Sesuai dengan tujuan penelitian, unit analisis pada penelitian ini adalah praktik penentuan harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele. Pemahaman terhadap praktik tersebut dapat membantu dalam menyingkap nilai-nilai budaya yang dianut oleh komunitas Papalele dalam menetapkan harga jual dari interaksi antara Papalele dan pembeli. Pintu masuk untuk memahami adanya nilai-nilai pembentuk harga jual dilakukan dengan cara pemahaman yang diperoleh melalui pengamatan langsung subjek komunitas Papalele dalam situs penelitian. Namun untuk mendukung pemahaman tersebut, maka informan pendukung juga dilibatkan untuk memahami praktik penentuan harga jual yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele. Informan pendukung yang dilibatkan adalah subjek individu di luar komunitas Papalele yang dianggap mengetahui praktik tersebut.

4.4 Analisis Data

Metode analisis dilakukan untuk memahami praktik penentuan harga jual yang diterapkan oleh komunitas Papalele. Analisis dilakukan berdasarkan kumpulan data yang diperoleh dari informan. Hal ini seperti yang ditegaskan oleh Muhadjir (2000:142) dan Kasiram (2010:355) yang menyatakan bahwa analisis data merupakan upaya pencarian dan penataan catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya secara sistematis yang bertujuan untuk mencari makna di balik data melalui pengakuan subyek pelakunya. Hal ini berguna agar peneliti dapat memperoleh pemahaman tentang realitas yang diteliti dan menyajikannya sebagai suatu temuan.

Terkait dengan analisis data, secara teknis proses analisis data dilakukan baik selama tahap pengumpulan data maupun setelah tahap pengumpulan data melalui wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, hal demikian dimungkinkan untuk dilakukan secara bersamaan, sehingga proses analisis tidak harus menunggu selesainya proses pengumpulan data. Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan

etnometodologi. Oleh karena itu proses analisis yang dilakukan ialah menggunakan konsep analisis yang dikemukakan Miles dan Huberman (1999:20 yang diacu Salim, 2006:22); Kasiram (2010:128-130) dan Moleong (2010:247) dengan tetap mengikuti kaidah dalam etnometodologi dengan memperhatikan indeksikalitas dan refleksikalitas. Indeksikalitas dan refleksikalitas merupakan konsep penting dalam etnometodologi (Gellner, 1975; Basrowi; Muhadjir, 2000:145; Sudikin, 2002:50; Coulon, 2008:38-53 serta Denzin dan Lincoln, 2009:339). Proses analisis mengalir dari tahap awal hingga tahap penarikan kesimpulan hasil penelitian. Proses analisis ini mencakup lima tahap, yaitu: a) reduksi data, b) penyajian data, c) indeksikalitas, d) reflektivitas dan e) penarikan kesimpulan.

Komponen-komponen analisis data yang terdiri dari reduksi, penyajian data, indeksikalitas, reflektivitas dan penarikan kesimpulan secara interaktif saling terkait antar satu dengan lainnya selama dan setelah pengumpulan data. Adapun sistematika lima tahapan analisis bahan empirik, yaitu *pertama*, peneliti melakukan reduksi data. Proses ini dilakukan dengan pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang diperoleh di lapangan. Reduksi data dapat pula diartikan sebagai proses penyempurnaan data yang dilakukan baik pada penyederhaan data yang kurang perlu dan tidak relevan, maupun terhadap penambahan data yang dirasa masih kurang. Pada tahapan ini, peneliti melakukan kategorisasi atau pengelompokan-pengelompokan data berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan praktik penentuan harga yang muncul dari hasil eksplorasi. Kategorisasi dilakukan dengan menelaah seluruh data yang terkumpul dari berbagai sumber hasil wawancara di lapangan. Kategorisasi ini diperlukan untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh makna dan menemukan pola praktik penentuan harga jual yang diterapkan Papalele sehingga menghasilkan temuan-temuan. Pada tahapan ini tanpa proses pemaknaan yang mendalam peneliti memfokuskan untuk

menemukan rangkaian serpihan-serpihan yang mengarah pada bingkai nilai-nilai budaya komunitas Papalele dalam membentuk harga jual.

Kedua, penyajian data. Penyajian data dalam penelitian ini berupa teks naratif dan foto-foto. Pada tahap ini peneliti menyajikan kumpulan informasi tersusun yang memungkinkan untuk dilakukan penarikan kesimpulan dengan mengkaitkan tema-tema yang telah ditetapkan sebelumnya pada tahapan reduksi data.

Ketiga, indeksikalitas. Untuk memperoleh makna mendalam dari data-data yang telah tersaji, maka penafsiran data dalam penelitian ini tidak terlepas dari kaidah yang digunakan dalam etnometodologi, yaitu dengan memperhatikan konsep indeksikalitas yang terdapat dalam informasi yang tersaji dalam bentuk manuskrip-manuskrip. Peneliti berupaya untuk memahami apa yang dilakukan oleh komunitas Papalele melalui kosa kata yang digunakan oleh informan dalam membangun dan memaknai realitas sosialnya. Realitas sosial yang terbentuk melalui bahasa menjadikan indeksikalitas mengarahkan pada kosa kata yang diungkapkan dalam berbagai situasi pada suatu konteks tertentu. Dalam sebuah kata sebenarnya tersimpul makna tertentu yang harus diramu sedemikian rupa oleh si pendengar (dalam hal ini oleh si peneliti), sehingga apa yang dituturkan oleh informan menjadi dipahami oleh orang lain. Tidak hanya itu, sebenarnya konsep indeksikalitas juga mengarah pada bahasa gerak tubuh informan, sehingga dalam proses ini peneliti juga memfokuskan pada bahasa tubuh yang diekspresikan oleh informan secara bersamaan di saat memberikan informasi. Indeksikalitas memberikan arti mendalam tentang cara berpikir dan bertindak pada suatu latar tertentu yang dilakukan oleh suatu individu dalam suatu kelompok masyarakat.

Keempat, reflektivitas. Setelah data-data diberikan penafsiran dengan memperhatikan konsep indeksikalitas, maka selanjutnya interpretasi data dilakukan melalui proses reflektivitas. Reflektivitas mengarah pada makna yang dihasilkan

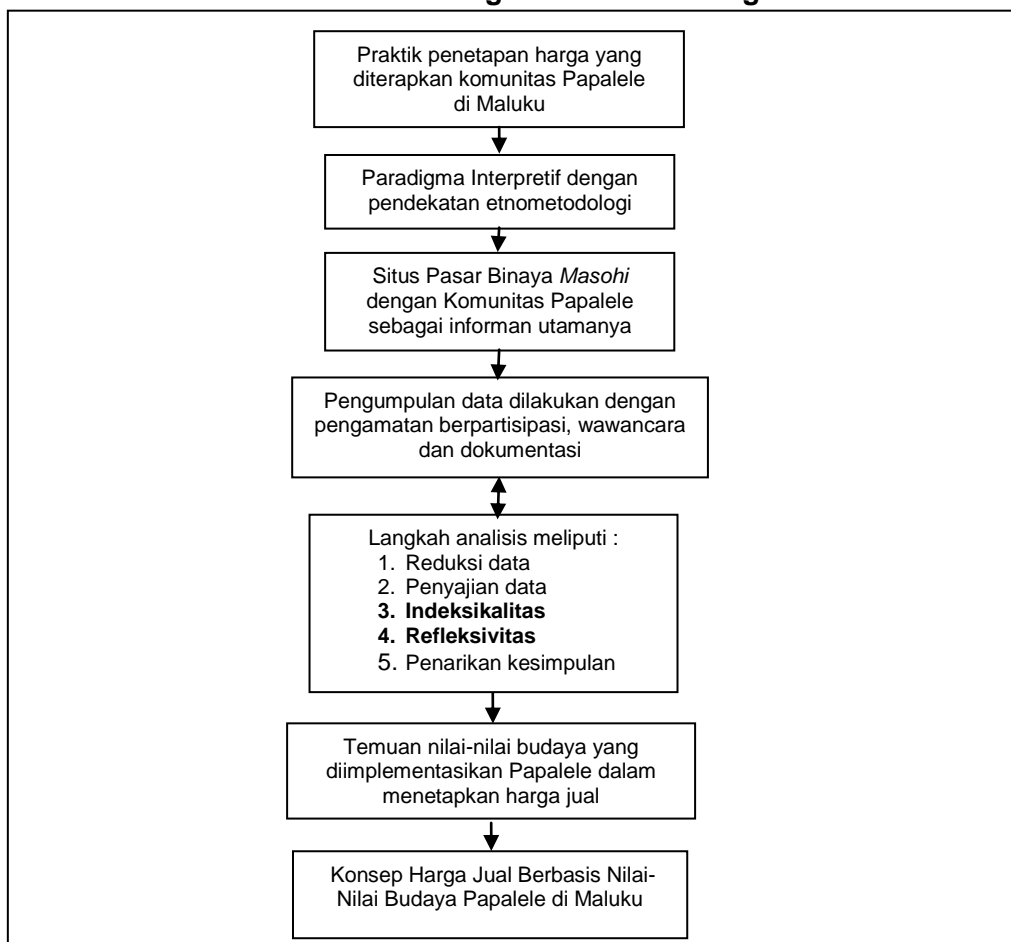
melalui penilaian (proses perenungan) yang dilakukan oleh peneliti terhadap makna perilaku komunitas Papalele terhadap praktik penetapan harga yang diimplementasikan untuk membuatnya menjadi terpahami atau bermakna bagi orang lain. Tahapan reflektivitas dilakukan untuk membangun makna yang tidak saja dalam wujud tersurat, namun juga secara tersirat pada praktik penentuan harga jual yang diterapkan oleh komunitas Papalele. Melalui proses indeksikalitas dan reflektivitas yang dilakukan maka akan melahirkan suatu temuan nilai-nilai kearifan lokal yang terinternalisasi dalam penetapan harga jual yang dianut oleh komunitas Papalele. Tahapan ini merupakan tahapan proses penelitian yang menghasilkan sebuah temuan berupa nilai-nilai budaya komunitas Papalele yang dianut dalam penetapan harga jual. Pemahaman makna atas implementasi penetapan harga jual pada komunitas Papalele akan melahirkan konsep harga jual yang baru yang beranjak dari nilai-nilai budaya yang dianut oleh Papalele.

Kelima, penarikan kesimpulan. Tahapan ini merupakan langkah terakhir dari proses penelitian yang menghasilkan sebuah temuan berupa konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya komunitas Papalele. Melalui pendekatan etnometodologi dilahirkan konsep harga jual yang utuh yang beranjak dari nilai-nilai budaya Papalele.

Untuk menjamin validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber data. Validitas membuktikan bahwa apa yang diamati oleh peneliti telah sesuai dengan realitas sesungguhnya dalam dunia nyata. Sebagaimana yang diungkapkan Nasution (2003:115-117) dan Bungin (2007:60), terdapat beberapa tipe triangulasi data yang dapat digunakan, salah satu diantaranya adalah yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu triangulasi sumber data. Tipe triangulasi sumber data yang digunakan dengan cara mengecek data yang diperoleh pada berbagai sumber data, di berbagai fase penelitian lapangan dan pada waktu yang berlainan. Misalnya, untuk mengecek kebenaran data yang diperoleh dari satu sumber, maka

peneliti menanyakan kembali pada sumber data yang lain. Demikian pula halnya terhadap data yang diperoleh pada suatu waktu tertentu akan ditanyakan lagi pada waktu yang berbeda. Dengan cara ini selain dapat mempertinggi validitas data juga memberi kedalaman hasil penelitian. Alur penelitian dan skema analisis data dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini:

Gambar 4.1
Alur Penelitian Dengan Etnometodologi



Sumber: Data diolah

BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Merentang Perjalanan menuju Pasar Binaya Masohi

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, bahwa 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, seperti Pasar Binaya Masohi merupakan pusat konsentrasi tempat Papalele melakukan aktivitas berjualan yang berasal dari berbagai negeri di Kabupaten Maluku Tengah. 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. Aktivitas yang terjadi setiap harinya dapat terlihat melalui gambar berikut ini. Gambar tersebut menunjukkan aktivitas yang terjadi dalam kesehariannya, antara calon pembeli, pembeli dengan para Papalele yang berjualan secara *tandeng* di Pasar Binaya Masohi. 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. Terlihat 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, “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?”.



Suasana Pasar Binaya Masohi

5.2 Berbeda-Beda dalam Kebersamaan

Selain komunitas Papalele juga terdapat pedagang lainnya yang non Papalele menjalani aktivitas berjualan di Pasar Binaya Masohi. Terlihat pada gambar di bawah ini aktivitas yang terjadi dalam kesehariannya di pasar Binaya Masohi. 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 gambar tersebut juga memperlihatkan bahwa ikan-ikan yang dijual oleh “tukang opor” disimpan dalam parteng (loyang/baskom) dan konteiner (para Papalele biasa menyebutnya).



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 seperti halnya dengan yang terdapat di daerah-daerah lainnya 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 untuk 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.



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 gambar 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*”. (Nursani)

(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)

Nursani, seorang Papalele yang memilih berjualan di pinggir jalan seputar pasar Binaya mengungkapkan tentang keberadaan mereka, sambil sesekali menata barang dagangannya agar terlihat lebih rapi. Nursani, seorang Papalele yang kesehariannya berjualan sayur-sayuran dan rempah-rempah ini berasal dari Airpapaya. Setiap harinya ia sangat setia duduk menunggu pembeli yang datang dan senantiasa berharap membeli beraneka sayuran dan rempah-rempah yang dijualnya.

Dari kutipan hasil wawancara di atas ungkapan indeksikalitas tentang kebersamaan secara eksplisit disampaikan oleh Nursani seorang Papalele yang kesehariannya berjualan sayur-sayuran dan rempah-rempah di Pasar Binaya. Makna dari ungkapan ini adalah bahwa nilai-nilai kebersamaan terinternalisasi dalam aktivitas mereka sebagai Papalele. Makna reflektivitas dari ungkapan "*Katong* Papalele di sini, seng beda-bedakan orang. Sama samua. Ada juga Papalele yang *su* lama di sini dari Bugis datang bajual di sini...." menunjukkan bahwa para penjual yang tergabung dalam komunitas Papalele tidak hanya berasal dari Maluku, namun juga dari berbagai penjuru daerah yang telah lama menetap di Maluku. Kata "di sini" pada konsep indeksikalitas tersebut mengarah pada tempat berjualan, yaitu di Pasar Binaya Masohi. Walaupun terlahir dari berbagai suku yang berbeda, komunitas ini melakukan aktivitas kesehariannya secara bersama-sama yang ditunjukkan pada proses pembelian barang dagangan yang akan dijualnya kembali. Hal ini terungkap melalui makna reflektivitas dari ungkapan "Biasanya *katong* sama-sama ambe barang dari *tukang opor* yang datang di sini...". Ini berarti, apa yang diutarakan oleh Nursani menunjukkan 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.

5.3 Nilai *Pela [Gandong]*: Kekuatan dalam Penetapan Harga

Gandonge..... sioh gandonge.....; mari beta gandong ale jua.....
katong dua..... cuma gandonge; satu hati..... satu jantungge....
(saudara.... oh saudara; mari saya.... gandong kamu juga....
kita berdua.... satu saudara; satu hati... satu rasa.....).
“Sebait petikan lagu *Pela Gandong*”

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 *pela [gandong]* yang melekat pada budaya Papalele dalam menetapkan harga jual. Untuk memahami penerapan nilai budaya tersebut, maka dilakukan analisis nilai terhadap proses pembelian barang dagangan, proses penjualan dan proses 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 komunitas tersebut sebagai bagian dari masyarakat Maluku yang menjunjung tinggi rasa persaudaraan.

5.4 Nilai *Pela [Gandong]* dalam Proses Pembelian

Sifat-sifat kapitalistik seperti individualisme, materialisme dan egoistik (Triuwono, 2006b dan Daito, 2011:1) tidak dapat dipungkiri telah mewarnai bahkan menggerogoti pola pikir bermasyarakat dewasa ini. Hanya saja, adanya nilai-nilai budaya Maluku yang memiliki karakteristik persaudaraan, yaitu budaya *pela [gandong]* mampu meredam sifat-sifat kapitalistik tersebut dalam interaksi komunitas Papalele. Wujud dari nilai ini 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 Tanjong, ikang *beta* ambe dolo di *bobo*, nanti pulang baru bayar”.(Safiyah)

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

Dari kutipan hasil wawancara di atas ungkapan indeksikalitas tentang ikatan rasa persaudaraan yang telah terjalin antar Papalele dan *bobo* secara eksplisit disampaikan oleh Safiyah. Makna dari apa yang diungkapkan Safiyah adalah bahwa hubungan yang dibangun Papalele tidak hanya sebatas antar sesama Papalele, tetapi juga dengan pedagang lainnya yang non Papalele. Makna reflektivitas dari ungkapan “*Beta* biasanya ambe ikang di Tanjong, ikang *beta* ambe dolo di *bobo*, nanti pulang baru bayar” menunjukkan bahwa Safiyah kerap kali membeli ikan di Negeri Tanjong yang dijual oleh *bobo*. Negeri Tanjong merupakan suatu desa di Maluku Tengah tempat berlabuhnya pedagang pengumpul atau *bobo* maupun nelayan tradisional untuk menjual ikan hasil tangkapannya. Sedangkan, *bobo* merupakan 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 gambar di bawah ini:



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 gambar berikut ini:



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 berjualan dapat berkelanjutan (*sustainability*) karena ikatan rasa saling percaya antar Papalele dan pedagang pengumpul. Modal kepercayaan (*trust*) yang terbangun antar mereka menjadikan pembayaran ikan yang dibeli oleh para Papalele tidak harus dibayar secara tunai pada saat ikan diserahkan, melainkan dibayar pada siang atau keesokan harinya tergantung dari hasil kesepakatan. “Hubungan istimewa” ini merupakan suatu tradisi yang telah berlangsung dari waktu ke waktu dan hanya terjalin pada komunitas Papalele dan pedagang pengumpul saja.

Informasi senada juga terungkap melalui penuturan dengan seorang Papalele yang berjualan ikan berikut ini:

“Beta ni... bali ikang di *bobo*. Abis bajual *katong* bayar *la!*” (Siti Lewenusa)

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

Walaupun pada kenyataannya hubungan dagang Papalele dan pedagang pengumpul bersifat transaksi jual beli secara tunai, namun adakalanya mereka

melakukannya secara hutang. Cara ini sudah terbangun dan terpelihara sejak lama, jauh sebelum peristiwa kerusuhan terjadi di Maluku.

Konsep indeksikalitas yang diungkapkan oleh Siti Lewenusa di atas secara reflektivitas menyiratkan bahwa sebagai seorang Papalele, mereka 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. Menurut Jackson & Alvarez (1991); Tung (1995); Hope-Pelled *et al.* (1999) dan Richard *et al.* (2002), ikatan kerjasama dalam membentuk jaringan merupakan pola strategi yang teramat penting dalam suatu organisasi. Pelled (1996) dan Hope-Pelled, *et al.* (1999) juga mengemukakan bahwa keragaman kelompok kerja yang terbentuk mempengaruhi hubungan sosial yang dibangun pada anggota kelompok. Keragaman kelompok yang terbangun pada komunitas Papalele dan pedagang pengumpul menciptakan suatu jaringan kerjasama dalam ikatan kepercayaan antar mereka. Hal ini membawa pada suatu ikatan yang saling menguntungkan dan berkontribusi terhadap keberlanjutan suatu transaksi dari waktu ke waktu.

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, pembayaran ikan yang dibeli dari pedagang pengumpul biasanya dilakukan pada waktu yang telah disepakati. Proses pembayaran seperti ini sudah menjadi suatu tradisi antara Papalele dan pedagang pengumpul dan tidak terjadi pada pedagang non Papalele yang lainnya. Kesepakatan antara pedagang pengumpul dan Papalele ini dilakukan secara lisan, tanpa adanya bukti secara tertulis berupa kuitansi. Selama ini transaksi tersebut hanya mengandalkan pada modal kepercayaan yang telah terbangun antar mereka.

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], Safiyah 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...)

Dari kutipan hasil wawancara di atas ungkapan indeksikalitas tentang ikatan kepercayaan yang telah terbina antar Papalele dan *bobo* secara eksplisit dituturkan oleh Safiyah. Ikatan kepercayaan yang telah terbina menjadikan Safiyah tidak memerlukan pencatatan terkait dengan jumlah hutang yang harus dibayarnya kepada pedagang pengumpul. Rasa saling percaya antar Papalele dan pedagang pengumpul yang dilandasi keyakinan terhadap kemampuan daya ingat yang dimiliki, menjadikan Safiyah tidak memerlukan bukti-bukti secara tertulis terkait dengan jumlah ikan yang harus dibayarkan kepada pedagang pengumpul setiap harinya. Peristiwa semacam ini merupakan cara Papalele menjalani aktivitasnya sehari-hari bila bersentuhan dengan pedagang pengumpul. Pola tradisi semacam ini telah mereka lakukan dari waktu ke waktu.

Mengandalkan daya ingat terhadap jumlah ikan yang dibeli secara kredit diartikan berbeda oleh Siti Lewenusa. Siti Lewenusa, 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)

Ungkapan indeksikalitas yang dituturkan oleh Safiyah dan Siti Lewenusa secara eksplisit menunjukkan bahwa realita yang terjadi pada Safiyah berbeda dengan yang terjadi pada Siti Lewenusa. Makna reflektivitas dari ungkapan ...”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” menunjukkan, karena setiap harinya Siti membeli ikan dari beberapa jaring *bobo*, maka Siti rutin mencatat jumlah ikan yang telah dibelinya termasuk jumlah hutang yang harus dibayar. Siti 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.

Selain itu catatan tersebut juga berperan sebagai dasar penentuan harga pokok ikan tersebut. Dari kutipan hasil wawancara di atas ungkapan indeksikalitas yang dituturkan oleh Safiyah dan Siti Lewenusa secara eksplisit menunjukkan bahwa dalam kesehariannya, kehidupan Papalele akan selalu “bersentuhan” dengan “dunia akuntansi”. Setiap harinya, Safiyah yang biasanya membeli ikan di *bobo* secara non tunai tidak melakukan pencatatan terhadap jumlah hutang yang harus dibayarnya kepada *bobo*, sehingga dapat dikatakan bahwa hutang ikan yang dimilikinya hanya “dicatat” di kemampuan daya ingat yang dimiliki. Hal ini dilakukan Safiyah karena jumlah ikan yang dibeli dari *bobo* hanya dalam jumlah yang terbatas, oleh karena itu ia tidak membutuhkan pencatatan secara tertulis karena ia mampu mengingat hutang ikan yang dimilikinya. Apa yang terjadi pada Safiyah berbeda halnya dengan yang dilakukan oleh Siti Lewenusa. Siti Lewenusa yang kesehariannya membeli ikan dari *bobo* juga secara non tunai tidak mampu mengingat satu per satu jumlah hutang

yang yang harus dibayarnya kepada bobo. Oleh karena itu secara rutin ia melakukan pencatatan hutang-hutang ikan yang dimilikinya agar tidak terjadi kesalahan dalam hal pembayaran hutang-hutang tersebut. Ini berarti, perbedaan corak “berakuntansi” yang dilakukan Safiyah dan Siti Lewenusa menggambarkan bahwa kebutuhan terhadap ilmu merupakan kebutuhan sosial tanpa adanya suatu desakan. Pada praktiknya, akuntansi senantiasa mengikuti proses interaksi sosial. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa akuntansi sebenarnya dibatasi oleh ruang dan waktu dimana ia berada.

Lingkungan sosial dan budaya akan selalu mempengaruhi praktik akuntansi yang dijalankan. Tali persaudaraan yang dibangun oleh pondasi modal kepercayaan memperkokoh timbulnya perasan positif pada Papalele dan pedagang pengumpul. Hal ini diperkuat oleh kejujuran yang dijunjung tinggi oleh 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 dalam diri mereka. Baldvinsdottir (2011) yang meminjam pendapat Giddens (1990) mengemukakan bahwa kepercayaan (*trust*) merupakan keyakinan yang hadir dalam diri seseorang terhadap hasil yang diperolehnya dari suatu kejadian. Keyakinan tersebut mengekspresikan iman dalam wujud kejujuran, cinta dan dalam prinsip-prinsip yang bersifat abstrak. Kejujuran di dalam membangun suatu hubungan kerja merupakan modal utama terbentuknya kepercayaan yang jauh melampaui bukti tertulis sebagai pegangan di dalam bertransaksi. Secarik kertas dalam wujud kuitansi tidak dipandang perlu untuk mengungkapkan transaksi secara non tunai antar Papalele dan pedagang pengumpul. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa 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 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 Pieter Soegijono |sambil menyandarkan tubuhnya ke badan kursi.

Dari hasil wawancara tersebut ungkapan indeksikalitas tentang bentuk penegasan terhadap keberadaan Papalele dalam aktivitas pembelian yang dilakukan secara eksplisit disampaikan oleh Bapak Pieter Soegijono. 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. Makna reflektivitas dari ungkapan “.....Yang ditonjolkan oleh Papalele adalah persaudaraan, *trust* dan jejaring. Bila Papalele ingkar janji.....konsekuensinya Papalele tidak lagi berdagang. Tapi kalo setia, mereka akan berkelanjutan” menunjukkan bahwa modal transaksi materi (uang) bukan segala-galanya bagi Papalele. Papalele meyakini, mereka dapat

bertahan karena kepercayaan yang mereka junjung tinggi. Kekuatan yang berperan di sini adalah kekuatan sosial budaya, yang menjadikan mereka *survive*. modal terbatas yang dimiliki Papalele tidak dapat dinilai sebagai kendala untuk melakukan aktivitas berjualan secara berkelanjutan. Bagi Papalele, yang terpenting adalah rasa persaudaraan yang dijunjung tinggi. Inilah yang merupakan strategi untuk membangun kepercayaan diantara mereka. Kepercayaan dalam balutan rasa persaudaraan diyakini dapat mengantarkan Papalele pada keberlanjutan usahanya dari waktu ke waktu.

Terkait dengan hal tersebut, Hinrichs (2000) dan Winter (2003) menyatakan 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, 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 memanifestasikan 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.

Proses transaksi yang terjadi pada Papalele dan pedagang pengumpul dapat berlangsung dari waktu ke waktu karena didukung oleh rasa saling percaya diantara mereka. Si pedagang pengumpul tidak ragu tidak terbayarnya hutang yang diberikan karena sang Papalele mempertaruhkan nama baiknya secara individu dan nama baik komunitasnya, yaitu "Papalele". Dalam hal ini, Gilson (2006) menyatakan bahwa tumbuhnya kepercayaan terjadi melalui proses hubungan perilaku pengambilan risiko yang menggambarkan bahwa suatu individu membiarkan diri mereka menjadi rentan dengan mempercayai mitra kerja mereka. Lebih lanjut, Cerri (2012) menyatakan bahwa konsep kepercayaan (*trust*) merupakan niat untuk menerima kerentanan yang didasarkan pada harapan positif dari niat tersebut. Interaksi sosial memberikan dasar untuk membangun kepercayaan yang solid serta mengurangi risiko. Suatu tindakan yang mengarah pada perilaku yang rentan dan niat untuk menerima kerentanan tersebut berakar pada harapan yang positif.

Hubungan yang telah terjalin antar Papalele dan pedagang pengumpul dipertegas oleh falsafah "*ina amah*" yang mengandung arti 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 didalamnya sarat dengan nilai kearifan lokal yang masih lestari hingga saat ini.

Apa yang telah diuraikan di atas menghasilkan poin penting untuk dicermati adalah bahwa dalam proses pembelian komoditas yang diperdagangkan oleh Papalele menggambarkan turut berperannya biaya terhadap proses terbentuknya harga jual. Besaran biaya yang telah dikorbankan oleh Papalele untuk memperoleh barang dagangannya baik dari jaring *bobo*, pedagang pengumpul ataupun dari

masnait merupakan salah satu pertimbangan Papalele di dalam menetapkan harga jual.

5.5 Nilai *Pela [Gandong]* dalam Berjualan

Beranjak dari penjelasan yang terkait dengan proses pembelian barang dagangan. Pada bagian ini akan diuraikan tentang nilai *pela [gandong]* yang menjadi penggerak aktivitas Papalele dalam melakukan transaksi penjualan. Seperti yang telah diungkapkan di atas bahwa rasa persaudaraan yang dijunjung tinggi merupakan daya perekat terbentuknya suatu hubungan saling menguntungkan yang terjadi pada Papalele dan pedagang pengumpul. Walaupun proses pembelian ikan dengan pedagang pengumpul ada juga yang dilakukan secara tunai, namun karena keterbatasan modal terkadang Papalele harus mengandalkan modal kepercayaan (*trust*) untuk membeli ikan dari pedagang pengumpul yang dilakukan secara kredit.

Implementasi nilai *pela [gandong]* tidak hanya menggambarkan jalinan Papalele dan pedagang pengumpul saja. Namun juga tercermin pada sesama Papalele, 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 Eteh Sapuleteh [sambil tersenyum tipis.

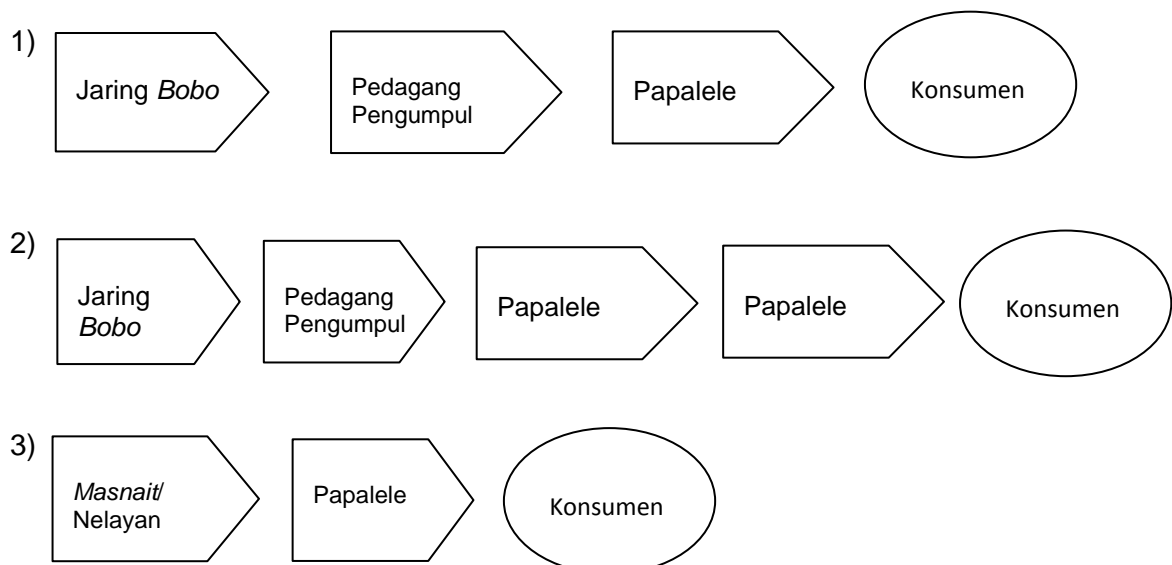
(.....setiap harinya...banyak pelanggan yang datang. Mereka ada yang menawar tetapi lebih banyak yang tidak menawar lagi. Bila mereka melakukan penawaran kami memberikan harga rasa....yang jelas kami masih memperoleh sedikit keuntungan).

Spirit nilai *pela [gandong]* yang menjadi penggerak aktivitas Papalele dalam melakukan transaksi disampaikan oleh Eteh Sapuleteh pada uraian di atas. Ungkapan indeksikalitas yang berbunyi “.....tiap hari.....banya langganang yang datang. *Dong* ada yang batawar *mar* lebe banya yang *seng*. Kalo *dong* batawar *katong* kase harga rasa.....” menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan oleh

Papalele pada dasarnya didasari oleh spirit nilai-nilai persaudaraan didalamnya. Kata “*dong*” pada kalimat tersebut tertuju pada para konsumen yang membeli barang dagangan Eteh. Apa yang dituturkan Eteh menggambarkan bahwa setiap hari transaksi terjadi tanpa melalui proses penawaran. Bila penawaran terjadi, biasanya penawaran tersebut hanya mengarah pada kuantitas barang yang dijual, atau dengan kata lain penawaran tersebut tidak menyentuh pada nilai nominal dari harga jual yang ditetapkan oleh Papalele ke konsumen. Dan permintaan penawaran dapat diberikan oleh Papalele kepada pembeli di saat modal barang dagangan mereka telah kembali (*breakevent point*).

“Harga rasa” dalam hal ini berupa penambahan kuantitas barang dari transaksi yang terjadi atau biasa juga disebut dengan istilah bonus (yang diberikan kepada konsumen) di saat Papalele telah kembali modal. Pada proses transaksi ini, yang terpenting ialah baik Papalele atau pun para konsumennya tidak merasa dirugikan satu sama lain. Kebersamaan inilah yang merupakan hakikat dari “harga rasa” yang dimaksudkan oleh Eteh dalam penuturan Eteh di atas.

Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa Papalele merupakan komunitas pedagang kecil yang kesehariannya membeli barang dagangan untuk selanjutnya dijual kembali kepada konsumen. Untuk sampai ke tangan konsumen, maka 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*”.

Tak jarang masyarakat mengenal bahwa harga Papalele itu “mahal”. Seperti yang dituturkan oleh seorang masyarakat Maluku yang bernama Fany: “harga Papalele itu paling mahal...”. Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh Papalele itu sangat mahal. “Sangat mahal” dalam hal ini dimaksudkan karena untuk sampai ke tangan Papalele, maka Papalele harus melewati beberapa mata rantai, yaitu jaring *bobo* dan pedagang pengumpul. 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. Hasib |penuh semangat.

Ungkapan indeksikalitas tentang mahalnya harga yang ditetapkan Papalele secara eksplisit disampaikan oleh Bapak M. Hasib. Makna reflektivitas dari ungkapan ““.....biasanya harganya kalo pagi-pagi sedikit mahal, tapi sebenarnya tidak terlalu mahal juga karena mereka kan ambil ikan di *bobo*...” menunjukkan bahwa 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 sedikit 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”. (Ibah)

(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 reflektivitas dari ungkapan “...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.....” 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 *pengopor*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa harga pokok patatas per karung merupakan biaya pembelian patatas dari pedagang *pengopor* karena Ibah tidak menanggung biaya pengiriman. Selanjutnya, untuk menjual patatas per karung, Ibah menetapkan keuntungannya sekitar Rp.20.000,-. Jadi harga jual yang ditetapkan untuk penjualan patatas per karung adalah sebesar Rp. 165.000,00. Ini berarti, bahwa untuk menetapkan harga jual patatas per karung, maka harga jual tersebut berangkat dari besaran biaya pembelian dan besaran keuntungan yang diharapkan.

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 sedang sapuluh ribu, patatas basar-basar *katong* jual akang dua puluh ribu”. Secara reflektif ungkapan tersebut menyiratkan 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,-, per tempat, patatas yang ukurannya sedang dibandrol dengan harga Rp.10.000,- per tempat dan pada patatas besar harganya ditetapkan sebesar Rp.20.000,- per tempat. Dari hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa sudah menjadi tradisi, harga-harga (*patatas*) ini juga berlaku oleh Papalele lainnya yang menjual patatas di Pasar Binaya Masohi. Dalam tradisi ini perilaku yang ditunjukkan oleh Papalele dalam menetapkan harga sesungguhnya terinternalisasi oleh nilai-nilai kearifan lokal yang masih tetap dijunjung tinggi dalam komunitas ini. Nilai *pela [gandong]* diwujudkan dalam penetapan harga yang sama pada komoditas yang mereka jual, sehingga para Papalele yang berjualan patatas di Pasar Binaya menetapkan harga jual yang seragam untuk patatas-patatas mereka.

Informasi senada juga dinarasikan oleh Siti Lewenusa yang berjualan ikan berikut ini:

“Selesai bali langsung itung. Dalam satu *parteng katong* itung ikang barapa ekor, modal barapa, untungya 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, untungya 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, Siti Lewenusa menceritakan tentang nuansa “berakuntansi” para Papalele. Makna reflektivitas dari ungkapan indeksikalitas “Selesai bali langsung itung. Dalam satu *parteng katong* itung ikang barapa ekor, modal barapa, untungnya barapa....” yaitu setelah transaksi pembelian ikan dengan *bobo* selesai, maka para Papalele (*katong*) melakukan proses penghitungan ikan-ikan yang berada dalam loyang/baskom (*parteng*) untuk mengetahui jumlah ikan tersebut. Proses penghitungan ini dilakukan untuk dapat menentukan berapa jumlah modal dari ikan tersebut, sehingga dengan ditambah keuntungan yang diharapkan akan diperoleh harga jual ikan. Lebih lanjut, secara reflektif ungkapan indeksikalitas yang berbunyi “....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” menunjukkan contoh konkrit dari jenis ikan momar yang pada saat itu baru saja dibeli oleh Siti Lewenusa. Untuk menetapkan harga ikan momar, Siti Lewenusa 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 diperolehlah 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 dari hasil berjualan.

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. Seperti yang diungkapkan oleh Bies dan Shapiro (1988); dan Schweitzer dan Gibson (2007) yang menyatakan bahwa suatu harga dianggap wajar jika dipandang bahwa harga tersebut dapat diterima oleh masyarakat.

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 hal yang tidak berbeda dari apa yang diungkapkan oleh Eteh Sapuleteh:

“*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 Base |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”)

Pada pernyataan di atas, ungkapan indeksikalitas yang berbunyi “*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...” menunjukkan bahwa Base merupakan salah seorang Papalele yang telah berjualan selama kurun waktu lebih dari 10 tahun. Base yang

setiap hari menyandarkan hidupnya dengan berjualan ikan, sangat memahami keberadaan pembeli atau para pelanggan (*dong*).

Poin penting dari apa yang diungkapkan oleh Base juga tergambar melalui ungkapan indeksikalitas yang berbunyi "...Barang *katong pung* langganang su tau-tau harga, *katong* Papalele nih cuma ambe untung sadiki lai...". Secara reflektif konsep indeksikalitas tersebut menyiratkan bahwa masyarakat Maluku sangat toleran dengan harga yang ditawarkan oleh komunitas Papalele. Berdasarkan hasil wawancara dan hasil pengamatan peneliti dapat disimpulkan bahwa adanya penghargaan masyarakat Maluku terhadap harga yang ditetapkan Papalele karena harga jual yang ditetapkan terlahir dari adanya kepercayaan (*trust*) antar Papalele dan para pembeli. Harga yang terbentuk didasari oleh harga beli atau harga pokok barang yang dibelinya dari pedagang pengumpul ditambah dengan sedikit keuntungan.

Masih membekas dalam ingatan peneliti ketika Base 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 Base yang berseri-seri pada saat itu, sambil sedikit menerawang ia mengungkapkan, "Kalo orang Masohi sini tuh..., kalo su kase harga *dong seng* batawar *lai...*" Makna reflektivitas dari ungkapan tersebut menunjukkan bahwa antar Papalele dan pelanggannya 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 Base memberikan petunjuk bahwa bagi komunitas Papalele "saudara itu tidak bisa dipisahkan dari kehidupan bisnis".

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. Nilai-nilai tersebut tidak hanya ditujukan untuk pencapaian nilai ekonomi semata, namun juga untuk menghasilkan ikatan cinta dan kepercayaan (*trust*). 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 yang sebesar-besarnya tanpa mengindahkan nilai-nilai persaudaraan.

Sejalan dengan hal tersebut, menurut hasil pengamatan peneliti menunjukkan bahwa pola strategi Papalele yang berjualan ikan menorehkan kisah-kisah lainnya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh seorang Papalele yang berjualan ikan 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 penting masi ada saparo dari modal *beta* bawa pulang”, seru Base [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”).

Penjelasan tersebut menunjukkan tentang tradisi penetapan harga yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele. Secara reflektif, apa yang telah diungkapkan Base 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 atau harga pokok ikan yang dibelinya dari pedagang pengumpul, maka selanjutnya mereka akan berupaya untuk mencari keuntungan dari hasil penjualan ikan yang tersisa. Bila hari telah beranjak siang, para Papalele menjual ikan 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, seperti yang tercermin dari konsep indeksikalitas berikut “*mar* kalo *seng* bisa....biar *katong* rugi *seng* apa-apa yang panting masi ada saparo dari modal *beta* bawa pulang”. Menurut hasil pengamatan peneliti, secara lebih konkrit dapat digambarkan bahwa bila Sang Papalele belum kembali modal, Papalele menjual ikan momar satu tempat seharga Rp.10.000 untuk 5 ekor. Setelah modal Papalele telah kembali, maka ia bisa saja menjual ikan momar untuk satu tempat seharga Rp.10.000,00 dengan jumlah 7 ekor atau bahkan 8 ekor.

Tradisi yang dilakukan dari waktu ke waktu ini ditegaskan 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. Hasib)

Perilaku Papalele dalam penetapan harga memberikan pemahaman bahwa penetapan harga yang dianut oleh Papalele selain bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang bersifat materi berupa uang, juga bertujuan untuk menghasilkan

keuntungan non materi. Poin penting dari apa yang diungkapkan tersebut mencerminkan bahwa di balik nuansa penetapan harga tersebut sebetulnya mengarahkan pada makna tradisi yang dijalani untuk memberikan cinta Papalele kepada para pembelinya untuk berbagi rejeki. Nilai cinta kasih yang terdapat dalam harga memberikan kekuatan komunitas ini dalam menjalani kehidupannya sebagai Papalele. Bekerja dengan cinta menjadikan mereka 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 ataupun 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 yang tumbuh dan berkembang dalam lubuk sanubari setiap manusia bukan karena dorongan suatu kepentingan, melainkan didasari oleh kesadaran bahwa pada hakikatnya manusia itu sama. Dalam cinta tidak terdapat rasa iri, cemburu dan persaingan. Karena adanya cinta, maka terjalin ikatan persaudaraan yang kokoh dalam komunitas Papalele.

Spirit nilai *pela [gandong]* lainnya tercermin 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 Eteh Sapuleteh [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 terdapat 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 Siti Lewenusa 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 Siti Lewenusa 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 (*katong*) melakukan proses pembelian ikan dari pedagang pengumpul ataupun dari masnait secara bersama-sama. Selanjutnya ungkapan indeksikalitas yang dituturkan oleh Eteh Sapuleteh yang berbunyi “...Harga barang deng Papalele sama samua, *katong* baku tanya-tanya harga di sini....” menunjukkan bahwa secara reflektif ungkapan tersebut menyiratkan kebersamaan antar sesama Papalele (*katong*) yang 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 Eteh Sapuleteh 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. Tradisi ini senantiasa mewarnai kisah Papalele dalam menetapkan harga berbagai komoditas yang dijualnya. Menetapkan keseragaman harga pada suatu komoditas yang dijual merupakan sesuatu “yang seharusnya diinginkan”.

Selanjutnya, Eteh Sapuleteh di atas mengungkapkan konsep indeksikalitas yang berbunyi “...Harga barang deng Papalele sama samua, *katong* baku tanya-tanya harga di sini. *Katong seng* bole sandiri-sandiri, *katong seng* bole *parlente* deng tamang”. Dan ditambahkan melalui konsep indeksikalitas yang dinyatakan oleh Siti Lewenusa: “...katong su baku tau-tau harga, *seng* bisa bajual beda-beda, *seng* bisa... Samua musti sama, samua musti satu tujuan, *seng* mungkin beda-beda...”, secara reflektif menyiratkan bahwa harga tidak hanya dapat dipandang dari sesuatu yang bernilai uang saja, namun juga dapat dilukiskan melalui nilai-nilai non materi. Penetapan harga yang diterapkan Papalele senantiasa didasarkan pada kesepakatan bersama. Harga yang ditetapkan oleh komunitas Papalele dibentuk oleh nilai-nilai persaudaraan yang membentuk keseragaman harga barang dagangan sejenis. Keseragaman harga ini muncul karena kuatnya rasa persaudaraan pada komunitas ini. Keseragaman harga inilah yang menggambarkan terciptanya nilai keadilan antar sesama Papalele. Ini berarti bahwa untuk memperoleh keadilan, maka Papalele mengaplikasikannya melalui harga jual yang ditetapkan. Atau dapat dikatakan bahwa penetapan harga jual merupakan cara Papalele untuk memperoleh nilai keadilan.

Selain nilai keadilan, secara reflektif konsep indeksikalitas yang tercermin dari apa yang telah diungkapkan oleh Eteh Sapuleteh dan Siti Lewenusa di atas juga

menceminkan nilai kejujuran yang berperan pada proses terbentuknya harga jual. Nilai kejujuran dalam konteks budaya *pela [gandong]* ini ditujukan kepada sesama papalele dalam wujud keseragaman harga diantara mereka. Dalam proses penentuan harga, Eteh Sapuleteh dan Siti Lewenusu selalu menganggap mitranya yang tergabung dalam komunitas Papalele merupakan saudaranya sendiri. Rasa persaudaraan ini berlangsung selama proses usaha hingga pada proses penentuan harga. Rasa persaudaraan harus tetap mereka jaga dengan bersikap jujur kepada sesama Papalele. Karena Papalele yakin bahwa jika mereka berbohong, mereka akan mendapat “*bala*”. Jika bukan mereka, maka akan menimpah anak cucu mereka. Bentuk nilai kejujuran ini terbingkai dalam nilai budaya *pela [gandong]*.

Berangkat dari hasil wawancara dengan Eteh Sapuleteh dan Siti Lewenusu dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual yang diterapkan bertujuan untuk menghasilkan tiga hal, yaitu: uang, nilai keadilan dan nilai kejujuran. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penetapan harga jual yang diterapkan oleh Papalele tidak hanya ditujukan untuk pencapaian nilai materi (uang), namun juga merupakan upaya untuk menghasilkan nilai keadilan dan nilai kejujuran.

Keterbukaan informasi dalam melakukan aktivitas penjualan adalah sesuatu yang harus ditampakkan, meskipun dengan sejumlah risiko yang harus dihadapi. Implementasi dari kejujuran ini tidak serta merta akan terwujud pada setiap pribadi. Dibutuhkan keikhlasan karena tidak mungkin seseorang menggapai sifat jujur ini dalam pengertian yang hakiki, kecuali setelah berproses dalam pengumpulannya 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 diapun akan menuai hasil yang diharapkan.

Sikap jujur yang sesungguhnya secara otomatis akan membuahkan kepercayaan dalam jangka panjang dari pihak-pihak yang terlibat dalam bertransaksi. Sedikitnya, ada dua hal yang dapat “digarisbawahi” dari kisah-kisah yang telah diuraikan di atas, yaitu pertama: kejujuran akan menuai penghargaan berupa kepercayaan (*trust*) dan yang kedua: kejujuran tidaklah hanya dapat dimaknai secara sempit sebagai keselarasan antara kata dan perbuatan, kesesuaian antara kata dan fakta, namun juga memberikan makna “adil dalam bertindak”.

Menurut Widyosiswoyo (2004:114), keadilan mengandung pengertian sebagai suatu hal yang tidak berat sebelah, tidak memihak atau pun tidak bersikap sewenang-wenang. Konsep keadilan pada apa yang diungkapkan Asih Istiloli merupakan nilai keadilan antar Papalele dan pembeli yang terbentuk dalam harga jual. Sementara itu, konsep keadilan pada harga yang ditetapkan kepada sesama Papalele tercermin dari apa yang dituturkan oleh Eteh Sapuleteh.

5.6 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 Siti Lewenusa 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 Lewenusa yang bermaksud hendak membeli ikan untuk makan hari itu. Sebenarnya Siti Lewenusa 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 Siti Lewenusa. 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 Siti 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 Siti). Dari transaksi tersebut, uang hasil penjualan sebesar Rp.20.000,- tidak diambil oleh Siti Lewenusa akan tetapi diserahkan kepada pembeli yang sudah memborong ikan yang dibeli untuk hajatan.

Sejalan dengan hal tersebut, komunitas Papalele dapat dikatakan juga sangat terbiasa melakukan hal-hal yang dapat menyenangkan hati pembelinya. Dari hasil

pengamatan peneliti terlihat bahwa baik Papalele yang berjualan sayur-sayuran maupun Papalele yang menjual ikan selalu melakukan berbagai cara untuk menyenangkan 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.

Mereplay percakapan peneliti dengan seorang Papalele yang berjualan kangkung secara *baronda*. Setidaknya dapat melukiskan lebih jelas hal tersebut. Ketika suatu pagi sekitar jam 07.30 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 semacam ini dapat saja terjadi pada waktu yang berbeda antara Papalele dan para pembeli yang berbeda. Percakapan tersebut terjadi di awal

pertemuan peneliti dengan Ani seorang Papalele yang berjualan sayur-sayuran dengan cara *baronda*. Menurut peneliti, 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. Ungkapan indeksikalitas yang disampaikan Ani pada saat itu ““Ini ibue, *beta* tamba akang *par* ibu langkuas deng daong kamangi lai...., *seng* apa-apa, *beta pung* modal su bale”. Makna reflektivitas yang tersirat dari ungkapan tersebut pada peristiwa ini seolah tidak hanya berupa bentuk terima kasih Papalele kepada pembelinya. Namun, lebih pada isyarat “tanda hati” yang Papalele peruntukkan kepada pembeli. Boleh jadi, strategi ini merupakan cara efektif yang dilakukan oleh Papalele untuk menarik hati pelanggannya agar mau melakukan transaksi yang sama secara berulang-ulang dari waktu ke waktu. Seperti yang disinggung sebelumnya bahwa penetapan strategi ini dilakukan oleh Papalele apabila modal mereka telah kembali (*breakevent point*).

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 "*kepeleen*" 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 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. Hasib)

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 didalamnya 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” (Eteh Sapuleteh)

(“.....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 Eteh Sapuleteh: “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 Eteh Sapuleteh sebagai selisih antara modal yang telah dikeluarkan terhadap pendapatan yang diperoleh. Bila uang (*kepeng*) yang diperoleh Eteh Sapuleteh melebihi jumlah modal pembelian barang dagangan yang telah dikeluarkan, maka ia meyakini sebagai keuntungan yang didapatkan. “Modal” yang dimaksudkan Mama Eteh (panggilan peneliti terhadap beliau) adalah “harga pokok” barang dagangan yang dijualnya.

Secara reflektif, hasil wawancara tersebut sesungguhnya melukiskan “kehidupan berakuntansi” yang dilakoni oleh Mama Eteh. 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. Dalam konteks ini, seorang Eteh Sapuleteh 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 Ida |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 adalah gambaran bahwa sesungguhnya selain berjualan, komunitas Papalele juga melakukan aktivitas rutin lainnya, yaitu arisan. Mengikuti kegiatan arisan bagi mereka merupakan cara yang paling efektif untuk menyisihkan sebagian pendapatan dan memandangnya sebagai tabungan dari penghasilan yang diperolehnya setiap hari. Makna reflektivitas dari ungkapan “*Katong* di sini ada iko arisan biar sadiki-sadiki, itu untuk kase smangat *katong* bakarja, karna stiap hari harus bayar *katong pung* arisan...” menunjukkan bahwa kegiatan arisan sangat berperan untuk memacu semangat para Papalele (*katong*) dalam beraktivitas. Selanjutnya, konsep indeksikalitas yang berbunyi “.....Dari arisan itu *katong* anggap *katong pung* keuntungan bajual” secara reflektif menunjukkan bahwa karena keuntungan yang diperoleh dari aktivitas berjualan tidak diikuti dengan rekaman pencatatan di atas secarik kertas secara rutin, maka hal tersebut dapat tercatat melalui kegiatan arisan.

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 Ida sebenarnya juga ditegaskan melalui ekspresi wajah berseri-seri yang ia tampilkan. Penuturan Ida dan Mama Eteh 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 di atas, 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 sesama Papalele dan non Papalele serta kepada pelanggan.

5.7 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 begitu 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” (Yulius Lasamahu).

Dalam kutipan hasil wawancara di atas ungkapan indeksikalitas tentang hakikat nilai *pela [gandong]* secara eksplisit disampaikan oleh Bapak Yulius Lasamahu. Makna reflektivitas dari ungkapan “*Pela [gandong]* itu hubungan kekeluargaan antara satu desa dengan desa yang lainnya...” menggambarkan bahwa *pela* menunjukkan pola hubungan kekeluargaan yang terbangun antar satu desa dengan desa yang lainnya. Pada dasarnya, secara reflektif konsep indeksikalitas yang disampaikan oleh Bapak Yulius Lasamahu 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 Bapak Yulius Lasamahu di atas, melahirkan intisari kehidupan masyarakat Maluku yang pada dasarnya sama dengan yang diungkapkan oleh Andibya *et.al.* (2008:89-91). Andibya *et.al.* (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 Bapak Yulius Lasamahu 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 unik yang dimiliki masyarakat Maluku. *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 gondong*. 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 gondong* 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.

5.7.1 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 didalamnya. Berdasarkan uraian tentang proses pembelian barang dagangan, penjualan dan perolehan keuntungan di atas, maka dapat dijelaskan analisis nilai *pela [gandong]* dalam kaidah indeksikalitas dan reflektivitas dalam tabel 5.1 berikut ini:

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

Tahapan	Bentuk	Data	Indeksikalitas	Reflektivitas
Menggali Nilai <i>Pela [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: “Beta biasanya ambe ikang di Tanjong, ikang <i>beta</i> ambe dolo di <i>bobo</i> , nanti pulang baru bayar” (Safiyah) “Beta ni... bali ikang di <i>bobo</i> . Abis bajual <i>katong</i> bayar <i>lai</i> ” (Siti Lewenusa) “.....habis dulu baru dibayar. Itu model yang mereka lakukan. Yang ditonjolkan oleh Papalele adalah persaudaraan, <i>trust</i> dan jejaring” (Pieter Soegijono)	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 pemahaman bahwa selain unsur biaya yang bersifat materi (uang), biaya non materi dalam wujud nilai <i>pela [gandong]</i> juga berperan pada proses terbentuknya harga, dalam hal ini nilai kepercayaan (<i>trust</i>) dan kejujuran.
	Melakukan proses penjualan. Dalam aktivitas ini, para Papalele bersentuhan dengan para	Ungkapan para informan: “.....tiap hari.....banya langganang yang datang. <i>Dong</i> ada yang batawar <i>mar</i>	Secara eksplisit para informan menyatakan bahwa masyarakat Maluku sangat	Makna yang terkandung dari harga jual yang terbentuk adalah bahwa selain unsur biaya, harga yang ditetapkan

	pelanggan eksternal.	lebe banya yang <i>seng. Kalo dong</i> batawar <i>katong</i> kase harga rasa..... <i>katong</i>	toleran dengan harga yang ditetapkan oleh komunitas	Papalele terlahir dari adanya kepercayaan (<i>trust</i>) dari para pembeli (masyarakat
--	----------------------	---	---	--

Tahapan	Bentuk	Data	Indeksikalitas	Refleksivitas
---------	--------	------	----------------	---------------

<p>Menggali Nilai <i>Pela</i> [<i>Gandong</i>]</p>	<p>Melakukan proses penjualan. Dalam aktivitas ini, para Papalele bersentuhan dengan para pelanggan eksternal.</p>	<p>kase yang panting masih dapa untung sadiki”, kata Eteh Sapuleteh sambil tersenyum tipis</p> <p>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 sadiki <i>lai...</i> yang panting lancar suda...”, ujar Base dengan ekspresi wajah yang berseri-seri, sambil sedikit menerawang</p> <p>“.....<i>mar</i> kalo dari pagi, <i>beta su</i> dapa untung, siang-siang <i>beta</i> kase harga modal <i>sa...</i>, <i>mar</i> kalo <i>seng</i> bisa....biar <i>katong</i> rugi <i>seng</i> apa-apa yang panting masi ada saparo dari modal <i>beta</i> bawa pulang”, seru Base dengan mimik wajah yang serius, sembari sesekali mengedarkan arah pandangannya pada orang-orang yang melintas tepat di depannya.</p> <p>“Ambe akang tiga ribu <i>jua</i>”,... Ini ibue, <i>beta</i> tamba akang <i>par</i> ibu langkuas deng daong kamangi lai...., <i>seng</i> apa-apa, <i>beta pung</i> modal su bale”(Ani)</p> <p>“.....biasanya harganya kalo pagi-pagi sedikit mahal, tapi sebenarnya tidak terlalu mahal juga karena mereka kan</p>	<p>Papalele, sehingga setiap harinya sebagian besar transaksi terjadi tanpa melalui proses penawaran harga dari pihak konsumen.</p> <p>Secara eksplisit para informan menyatakan bahwa tradisi penetapan harga yang dianut Papalele bila modal mereka telah kembali (<i>breakevent point</i>), besaran harga “sama dengan modal atau lebih rendah dari modal”.</p>	<p>Maluku) kepada Papalele.</p> <p>Makna yang terkandung dari harga jual yang terbentuk adalah bahwa selain unsur biaya, harga yang ditetapkan Papalele terlahir dari adanya nilai cinta kasih</p>
--	--	--	--	--

		ambil ikan di <i>bobo</i> . Mereka kan mau dapat untung juga”(M.Hasib)		
--	--	--	--	--

Tahapan	Bentuk	Data	Indeksikalitas	Refleksivitas
Menggali Nilai <i>Pela [Gandong]</i>	Melakukan proses penjualan. Dalam aktivitas ini, para Papalele bersentuhan dengan para	“...tapi kalo sudah siang-siang mereka sudah kasih murah, karena sudah kembali modal dan mereka mau		

	pelanggan eksternal.	menghabiskan ikan yang dijual". (M. Hasib)		
		<p>Ungkapan para informan: “<i>Katong</i> bali ikang sama-sama, jadi <i>katong</i> 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 Siti Lewenusu tegas</p> <p>“.....ini samua <i>katong</i> sama-sama ba’ambe, jadi <i>dong pung</i> harga sama lai. Harga deng Papalele sama samua, <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 Eteh Sapuleteh sambil menampakkan sekulum senyum di sudut bibirnya</p>	<p>Secara eksplisit para informan menyatakan bahwa penetapan harga yang diimplementasikan berawal dari adanya tradisi musyawarah yang dilakukan antar sesama Papalele. Wujud dari harga yang seragam terhadap komoditas yang dijualnya merupakan hasil proses musyawarah yang dilakukan, sehingga tidak terjadi perbedaan harga antar sesama Papalele. Dan mereka tidak boleh saling berdusta satu sama lain terhadap harga tersebut.</p>	<p>Makna yang terkandung dari harga jual yang terbentuk adalah bahwa selain unsur biaya, harga yang ditetapkan Papalele terlahir dari adanya nilai-nilai keadilan dan kejujuran. Nilai kejujuran dalam konteks budaya <i>pela [gandong]</i> ini ditujukan kepada sesama Papalele</p>
	Menggali informasi berkaitan dengan pemahaman keuntungan dalam perspektif Papalele	<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 tergantung dari jenis jualannya, dan masyarakat Maluku</p>	<p>Secara eksplisit para informan menyatakan bahwa keuntungan dapat dirasakan melalui rupiah demi rupiah yang dikumpulkannya dari hasil berjualan. Selain keuntungan dalam bentuk uang, jalinan persaudaraan yang terbina dalam wujud kebersamaan merupakan suatu keuntungan dalam konteks non materi.</p>	<p>Keuntungan yang diperoleh dari hasil berjualan tidak hanya tercermin melalui nilai rupiah saja, namun juga terlahir melalui hubungan persaudaraan yang selalu terjaga. Ikatan rasa persaudaraan antar sesama Papalele yang terjalin semakin</p>

Tahapan	Bentuk	Data	Indeksikalitas	Refleksivitas
Menggali Nilai <i>Pela [Gandong]</i>	Menggali informasi berkaitan dengan	ini sudah sangat memaklumi. Jadi kalau misalnya, Papalele		erat mampu menumbuhkan semangat mereka

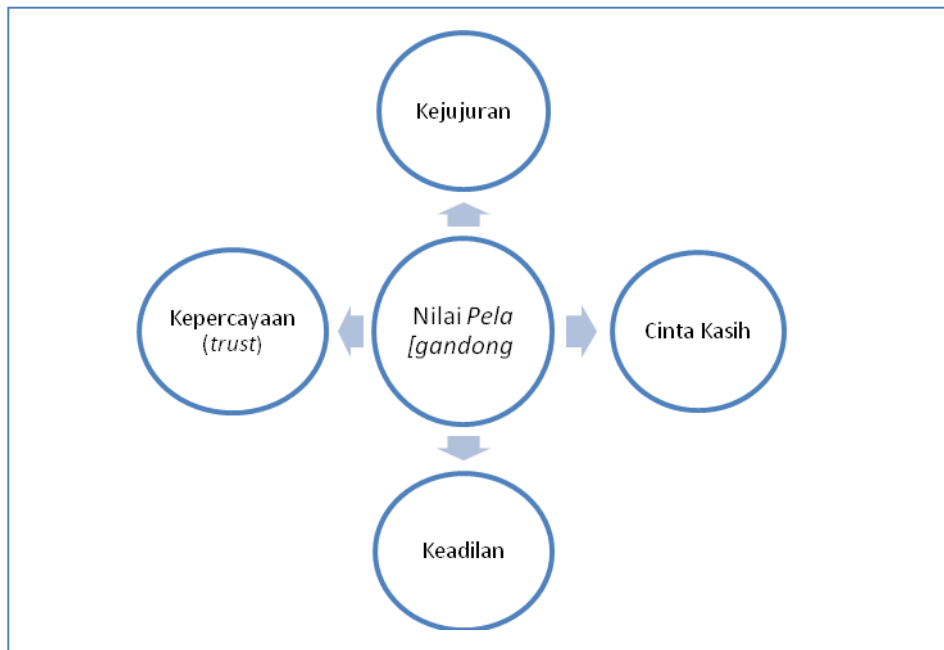
	<p>pemahaman keuntungan dalam perspektif Papalele</p>	<p>yang berjualan ikan harganya sekitar Rp.10.000,- atau Rp.20.000,- saja. Maka Papalele yang menjual ikan sejenis akan memperlakukan harga yang sama. Mereka saling menghormati satu sama lain”(M.Hasib)</p> <p>“.....<i>beta</i> baru bisa tau <i>beta 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 semua” (Eteh Sapuleteh)</p> <p>“<i>Katong</i> di sini ada iko arisan biar sadiki-sadiki, itu untuk kase smangat <i>katong</i> bakarja, karna stiap hari harus bayar <i>katong pung</i> arisan. Dari arisan itu <i>katong</i> anggap <i>katong pung</i> keuntungan bajual”, ujar Ida dengan ekspresi wajah yang berseri-seri sambil sesekali mengusap-usap perutnya yang sedang hamil.</p>	<p>untuk bekerja tanpa mengenal lelah.</p>
--	---	--	--

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 perolehan keuntungan dalam komunitas Papalele. Internalisasi nilai *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. Penjelmaan budaya *pela [gandong]* yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele dapat digambarkan berikut ini:

Gambar 5.1
Nilai *Pela [Gandong]* dalam Budaya Papalele

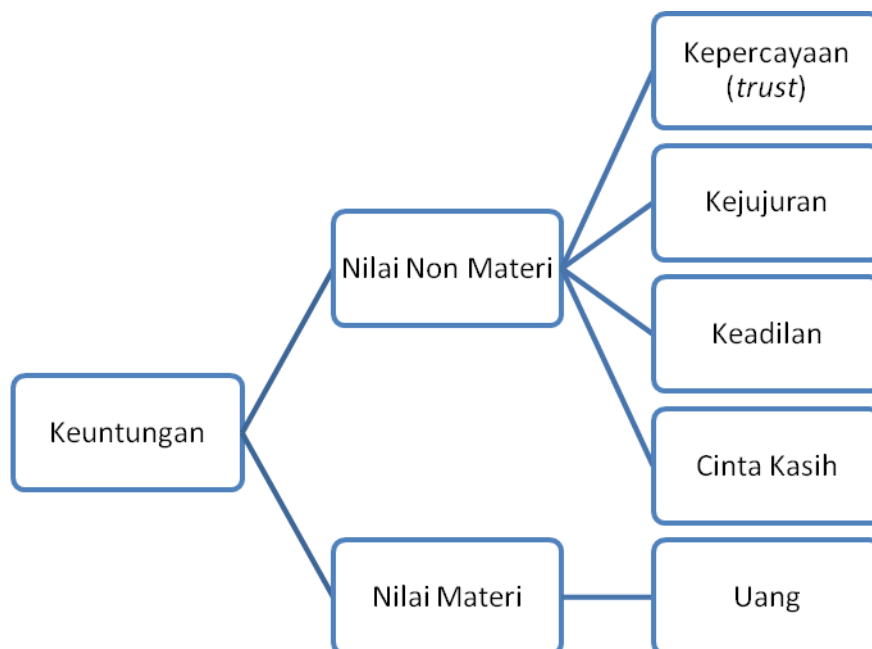


Sumber: Data diolah

Dari gambar di atas jelaslah, bahwa budaya *pela [gandong]* yang telah mengakar sejak ratusan bahkan ribuan tahun yang lalu 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”. Kalau digambarkan keuntungan yang terlahir dari budaya *pela [gandong]* yang melekat pada tradisi Papalele menetapkan harga adalah sebagai berikut:

Gambar 5.2
Keuntungan dalam Nilai *Pela [Gandong]*

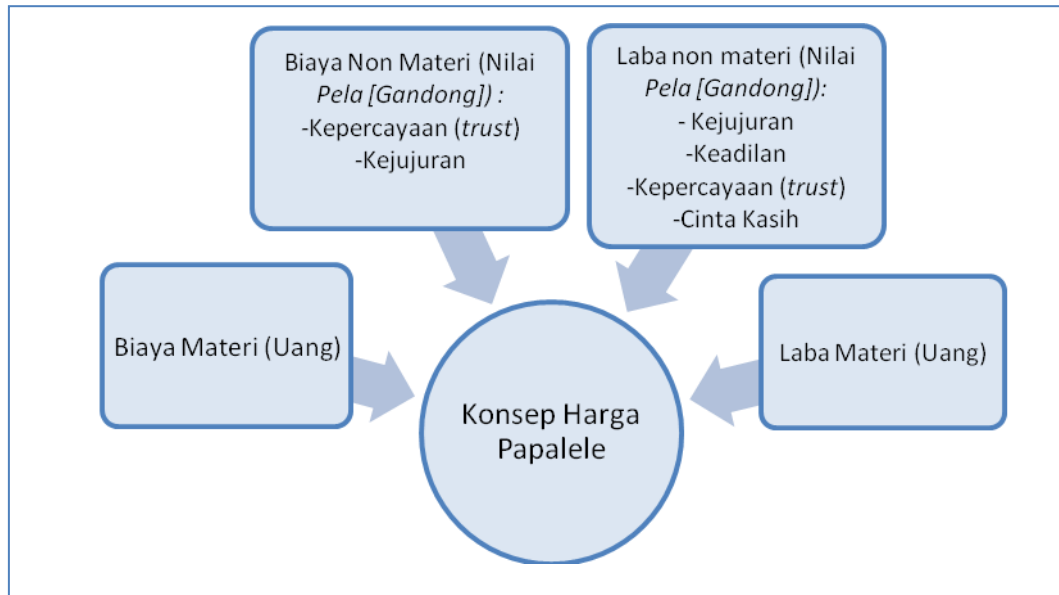


Sumber: Data diolah

Gambar di atas memberikan isyarat bahwa keuntungan dalam pandangan komunitas Papalele yang terbentuk dari budaya *pela [gandong]* terdiri dari nilai materi maupun dalam wujud non materi. Penambahan modal dalam nilai non materi diekspresikan melalui kejujuran, kepercayaan (*trust*), keadilan dan cinta kasih. Sementara itu, keuntungan yang dihasilkan dalam wujud materi, yaitu berupa uang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kedua nilai ini memperlihatkan perjuangan Papalele dalam menjalani tradisi penetapan harga. Sementara itu, mencermati tradisi dalam budaya *pela [gandong]* yang diimplementasikan oleh komunitas Papalele

dalam menetapkan harga jual seperti yang telah diuraikan di atas, maka konsep harga Papalele dapat digambarkan berikut ini:

Gambar 5.3
Konsep Harga Jual Berbasis Nilai Budaya Papalele



Sumber: Data diolah

Secara esensial, gambar 5.3 menjelaskan bahwa unsur-unsur pembentuk harga jual yang diterapkan Papalele terdiri dari biaya dan laba yang bersifat materi berupa uang dan non materi. Biaya bersifat non materi berupa nilai kepercayaan (*trust*) dan kejujuran. Laba yang bersifat non materi dalam hal ini berupa nilai-nilai kejujuran, kepercayaan (*trust*), keadilan dan cinta kasih. Berangkat dari unsur-unsur yang membentuk harga Papalele dapat dikatakan bahwa tujuan dari penetapan harga yang diimplementasi Papalele adalah tidak terlepas dari upaya untuk menghasilkan laba yang bersifat materi dan laba yang bersifat non materi, seperti yang telah diungkapkan sebelumnya. Dalam konsep harga Papalele unsur-unsur biaya, laba materi dan laba non materi merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan.

BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN

7.1 Simpulan

Penelitian ini telah menjawab pertanyaan: bagaimanakah konsep harga jual berbasis nilai-nilai budaya komunitas Papalele di Maluku? Papalele dengan segala keterbatasan yang dimiliki cenderung memilih untuk saling bekerjasama antar sesama Papalele. Karena bagi Papalele, tradisi kebersamaan yang terbangun sangat berperan dan menjadi kekuatan 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 tergambarkan mulai dari aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Papalele dalam kesehariannya. Nilai-nilai budaya yang melekat dalam praktik penentuan harga Papalele, yakni nilai *pela [gandong]*. 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*). Hadirnya nilai-nilai tersebut, melukiskan bahwa dalam menetapkan harga Papalele tidaklah hanya bersandarkan semata-mata pada nilai materi, namun juga non materi.

7.2 Saran

Beberapa hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini, adalah: *pertama*, 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 memfokuskan secara seksama komunitas Papalele yang berjualan secara *baronda*. Dengan demikian, tidak tertutup kemungkinan terdapatnya beberapa peristiwa penting yang tidak dapat

peneliti ikuti khususnya aktivitas yang dilakukan oleh komunitas Papalele yang berjualan secara *baronda*.

Daftar Pustaka

- Alimuddin, 2011, Konsep Harga Jual Mashlahah Berbasis Nilai-Nilai Islam, Disertasi, Program Pascasarjana, Universitas Brawijaya, Malang.
- Andibya, Budut W., Budi Nugroho, Budi Santoso, Budi Sucahyono, Iman Firdaus, Dan Muhammad 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
- Atkinson, P., 1988, Ethnomethodology: A Critical Review, *Journal Annual Reviews Sociology*, Vol.14, 441-465
- Baldvinsdottir, G., Andreas Hagberg, Inga Lill Johansson, Kristina Jonall And Jan Marton, 2011, Accounting Research And Trust: A Literature Review, *Qualitative Research In Accounting & Management*, Vol.4, pp.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, Nada N., Sisodia, Rajendra S., And Sheth Jagdish N., 2009, Developing A Model Of Antecedents To Consumers Perceptions and Evaluations Of Price Unfairness, *Journal of Business Research* 62, 761–767
- Benito, Óscar G., María Pilar Martínez Ruiz And Alejandro Mollá Descals, 2010, Retail Pricing Decisions And Product Category Competitive Structure, *Decision Support Systems*, Volume 49, 110–119
- Bies, R.J. And D.L. Shapiro, 1988, Voice And Justification: Their Influence On Procedural Fairness Judgments, *Academy of Management Journal*, Vol. 31 No. 3, pp. 676-85.
- Blog 0403-Kliping Internet Provinsi Maluku, 2011, Profil Kabupaten Maluku Tengah, <http://informasi-maluku.blogspot.com>, Senin, 07 Februari 2011
- 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
- Cadilhon, Jean J., Andrew P. Fearnle Poole, Phan Thi Giac Tam, Paule Moustier, Nigel 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* 10/3, 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, pp.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, 298–306
- Charles, R., Duke, 1994, Matching Appropriate Pricing Strategy With Markets And Objectives, *The Journal Of Product And Brand Management*, Vol. 3, No.2, 15
- Coulon, A., 2008, Etnometodologi, Cetakan Ketiga, Penerbit Lengge:Kelompok Kajian Studi Kultural (KKSK) Jakarta dan Yayasan Lengge Mataram, Penerjemah Jimmy Ph.PAAT.
- Daito, A., 2011, Pencarian Ilmu Melalui Pendekatan Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Edisi Pertama, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Denzin, Norman K., And Yvonna S. Lincoln, 2009, Handbook Of Qualitative Research, Cetakan I, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta, Penerjemah Dariyatno, Badrus Samsul Fata, Abi, John Rinaldi
- Djamhuri, A., 2011, Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Berbagai Paradigma Dalam Kajian Akuntansi, *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Volume 2, Nomor 1.
- Dias, Alcina Augusta de Sena P., and Lucia Lima Rondrigues, 2010, Quality: The Cost Of A Competitive Strategy Enabling A Price, *Interdisciplinary Studies Journal*, Vol. 1, No. 1
- Emzir, 2010, Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data, Cetakan ke 1, Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Ferguson, Jodie L., 2013, Implementing Price Increases In turbulent Economies: Pricing Approaches For Reducing Perceptions Of Price Unfairness, *Journal of Business Research*
- Garrison, H., Ray, 1998, Akuntansi Manajemen, Konsep Untuk Perencanaan, Pengendalian, dan Pengambilan Keputusan, Jilid 2, Penerbit ITB, Bandung, (Alih Bahasa: Kusnedi)
- Garrison, H., Ray, Eric W. Noreen, And Peter C. Braver, 2006, *Managerial Accounting*, Seventh Edition, McGraw-Hill/Irwin, New York
- Gilson, L., 2006, Trust In Health Care: Theoretical Perspectives And Research Needs, *Journal Of Health Organization And Management*, Vol. 20, No. 5, pp. 359-375
- Gray, S. J., 1988, Towards A Theory Of Cultural Influences On The Development Of Accounting Systems Internationally, *Abacus*, 24, 1–15.
- Grewal, D., Kent B. Monroe and 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), p. 46–59

- Hansen, D. R. And M. M. Mowen, 2000, *Management Accounting*, 5th edition, Cincinnati.
- Hansen, D. R. And M. M. Mowen, 2001, *Manajemen Biaya, Akuntansi dan Pengendalian*, Edisi Peryama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Hardesty, David M., William O. Bearden, Kelly L. Haws And Blair Kidwell, 2012, Enhancing Perceptions of Price–Value Associated With Price-Matching Guarantees, *Journal of Business Research*, Vol. 65, 1096–1101
- Have, P., 2004, *Understanding Qualitative Research And Ethnomethodology*, Sage Publications.
- Herrmann, A., Lan Xia, Kent B. Monroe and Frank 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, 49–58
- Hinterhuber, A., 2004, Towards Value-Based Pricing-An Integrative Framework For Decision Making, *Industrial Marketing Management*, Vol. 33, 765– 778
- Hinterhuber, Andreas, 2008, Customer Value-Based Pricing Strategies: Why Companies Resist, *Journal Of Business Strategy*, Vol.29, No.4, 41-50
- Hinrichs, C., 2000, Embeddedness And Local Food Systems: Notes One Two Types Of Direct Agricultural Markets, *Journal Of Rural Studies*, Vol.16, No.3, pp.295-303
- Hirshleifer, J., 1985, *Teori Harga Dan Penerapannya*, Edisi Ketiga, Penerbit Erlangga, (Alih Bahasa: Kusnedi)
- 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, pp. 1-28.
- Horngren, Charles T, 1984, *Pengantar Akuntansi Manajemen*, Edisi Keenam, Jilid 1, Penerjemah: Moh. Badjuri, Kusnedi, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Horngren, Charles T., Gary L. Sundem and William Stratton, 2002, *Introduction To Management Accounting*, Chapter 1-19, Twelfth Edition, Pearson Education, Inc., New Jersey
- Hwang, B., Jack Tsai, Hsiao-Cheng Yu and Shih-Chi 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, 231–243
- Jackson, S.E., And 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, pp.13-29.

- Kalita, Jukti K., Sharan Jagpal and Donald R. Lehmann, 2004, Do High Prices Signal High Quality? A Theoretical Model And Empirical Results, *The Journal Of Product And Brand Management*, Volume 13, 279-288.
- Kasiram, M., 2010, Metodologi Penelitian:Kualitatif-Kuantitatif, Cetakan II, Penerbit UIN-MALIKI PRESS
- Landsburg, Steven L., 2008, Price Theory And Applications, Seventh Edition, University Of Rochester
- 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
- Marhari, Oci T., 2012, Manajemen Bisnis Modern: Ala Nabi Muhammad SAW, Penerbit Al Maghfirah
- Moleong, Lexy J., 2005, Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi, Cetakan keduapuluh satu, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Muhadjir, N., 2000, Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasin, Yogyakarta.
- Moleong, Lexy J., 2010, Metodologi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi, Cetakan keduapuluh tujuh, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Monroe, Kent B., and Jennifer L. Cox, 2001, Pricing Practises That Endager Profits: How Do Buyers Perceive And Respond To Pricing?, *Marketing Management*, Vol.10, No.3, ProQuest, 42
- Muhadjir, N., 2000, Metodologi Penelitian Kualitatif, Rake Sarasin, Yogyakarta.
- Mulyadi, 2001, Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat dan Rekayasa, Cetakan ke-3, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Pal, B., Shib Sankar Sana, Kripasindhu Chaudhuri, 2012, Economic Modelling, Multi-item EOQ Model While Demand Is Sales Price and Price Break Sensitive, *Economic Modelling*, Vol. 29, 2283–2288
- Pelled, L.H., 1996, Demographic Diversity, Conflict And Work Group Outcomes: An Intervening Process Theory, *Organization Science*, Vol. 7 No. 6, pp. 615-31.
- Pellinen, J., 2003, Making Price Decisions In Tourism Enterprises, *Hospitality Management* 22, 217–235, *International Journal Hospitality Management*
- Poloma, Margaret M., 2007, Sosiologi Kontemporer, Edisi I, Penerbit PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, diterjemahkan oleh Tim Penerjemah, Yasogama
- Richard, O.C., T.A. Kochan, And A. McMillan-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, pp. 265-91.
- Ritzer, G., And Douglas J. Goodman, 2010, *Teori Sosiologi*, Cetakan Keempat, Penerbit Kreasi Wacana
- 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
- Samuelson, Paul A., dan William D. Nordhaus, 2003, *Ilmu Mikroekonomi*, Edisi Tujuh Belas, PT Media Global Edukasi, Jakarta, (Alih Bahasa : Nur Rosyidah, Anna Elly, dan Bosco Carvallo)
- Scarnati, James T., 1997, *Beyond Technical Competence: Honesty And Integrity*, *Career Development International* 2/1, pp.24-27
- Schweitzer, M.E. And Gibson, D.E., 2007, *Fairness, Feelings, And Ethical Decision-Making: Consequences Of Violating Community Standards Of Fairness*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 77, pp. 287-301.
- Shipley, D., And Jobber, D., 2001, *Integrative Pricing Via The Pricing Wheel*, *Industrial Marketing Management*, Vol. 30, 301–314.
- Snelgrove, Todd, 2012, *Value Pricing When You Understand Your Customers: Total Cost Of Ownership Past, Present And Future*, *Journal of Revenue and Pricing Management*, Vol. 11, 76–80.
- Stiving, M., 2000, *Price Endings When Prices Signal Quality*, *Management Science*; Dec 2000; 46, 12; ABI/INFORM Complete pg. 1617
- Sujarwa, 1999, *Manusia Dan Fenomena Budaya: Menuju Perspektif Moralitas Agama*, Cetakan I, Penerbit Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
- Sulistiyawaty dan Agnes 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
- Sutrisno, Mudji, Putranto, Hendar, 2005, *Teori-Teori Kebudayaan*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Suwardjono, 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
- Tim Penyusun al-Mukmin, 1999, *Tragedi Ambon*, Cetakan Pertama, Penerbit Al-Mukmin, Jakarta-Timur.

- 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.
- Tung, R., 1995, Guest Editor's Introduction: Strategic Human Resource Challenge: Managing Diversity, *International Journal Of Human Resource Management*, Vol. 6 No. 3, pp. 482-93.
- 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 Deensive Localism, *Journal Of Rural Studies*, Vol.19 No.1, pp.23-32
- Yuliana, Oviliani Yenty, Siana Halim, Yohan Wahyudi, 2002, Pendekatan Model Matematis Untuk Menentukan Persentase Markup Harga Jual Produk, *Jurnal Teknik Industri*, Vol.4, No.2, 58-72.

Lampiran 1:

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
Ikang	: ikan
Ilang	: hilang
Iko	: ikut
<i>Jua</i>	: juga
<i>Katong</i>	: kami
Kacili	: kecil
Kadua	: kedua
Kaluarga	: keluarga
<i>Keku</i>	: jinjing
<i>Kepeng</i>	: uang
Kase	: memberi
<i>Kole-kole</i>	: perahu/kapal tradisional yang digunakan oleh nelayan untuk menangkap ikan
<i>Kobong</i>	: kebun
Ka	: ke
Kontener	: tempat ikan berbentuk persegi panjang berbahan styrofoam
<i>Laeng</i>	: lain
Lai	: lagi
Lia	: lihat
Makang	: makan
<i>Mar</i>	: tetapi
Mancari	: mencari
<i>Masnait</i>	: peserta dari jaring <i>bobu</i> yang terdiri dari 5 orang atau lebih

	untuk mencari ikan
Mo	: mau
Negeri	: desa
Negeri Sarani	: desa yang penduduknya beragama Kristen
Negeri Salam	: desa yang penduduknya beragama Islam
Negeri Tanjung	: suatu desa di Maluku Tengah tempat berlabuhnya pedagang pengumpul maupun nelayan tradisional untuk menjual ikan hasil tangkapannya
Olal	: loyang atau bakul yang terbuat dari pelepah sagu
<i>papinyo</i>	: ketimun
patatas	: ubi
Paling barat	: 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
Pambali	: pembeli
<i>Sa</i>	: saja
Sadiki	: sedikit
Sanang	: senang/gembira
Sasadiki	: sedikit-sedikit
Sayor	: sayur
<i>Seng</i>	: tidak
<i>Su</i>	: sudah
<i>Sontong</i>	: cumi-cumi
<i>Tandeng</i>	: berjualan dengan cara menetap di suatu tempat untuk menunggu pembeli
Tamang	: teman
Tukang opor	: pemasok/pedagang pengumpul
Tampa	: tempat
Tatinggal	: tertinggal
Turun dari rumah	: meninggalkan rumah
<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

Lampiran 2.**BIODATA PENELITI****A. Identitas Diri**

1	Nama Lengkap	Tri Handayani Amaliah, SE, Ak., M.Si
2	Jenis kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP	19721207 200312 2 001
5	NIDN	0007127205
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Makassar, 07 Desember 1972
7	E-mail	tri.handayani.amaliah@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	081244696112
9	Alamat Kantor	Jln Jenderal Sudirman No. 6 Kota Gorontalo
10	Nomor Telepon/Fax	(0435) 821125/ (0435) 821752
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1 = 25 Orang; S-2 = 0 ; S-3 = 0
13	Mata Kuliah yang diampuh	1. Akuntansi Manajemen
		2. Metode Penelitian
		3. Sistem Informasi Akuntansi

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Hasanuddin Makassar	Universitas Padjadjaran Bandung	Universitas Brawijaya, Malang
Bidang Ilmu	Ilmu Akuntansi	Akuntansi	Akuntansi

Tahun Masuk-Lulus	1994-1999	2005 sd 2007	2011 sd sekarang
Judul Skripsi/Thesis/Disertasi	Struktur Pengendalian Intern Pada Asuransi Jiwasraya Makassar	Pengaruh Implementasi Faktor-Faktor Total Quality Management Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Bandung	Konsep Harga Jual Berbasis Nilai-Nilai Budaya Komunitas Papalele Masyarakat Maluku
Nama Pembimbing/Promotor	Ratna Ayu Damayanti, SE, M.Soc, Sc., Ak,	Dr. Sumarno Zain, SE, MBA, Ak Tettet Fitrijanti, SE, M.Si, Ak	Prof. Dr. Made Sudarma, SE.,MM.,Ak, CPA Ali Djamhuri, SE, Ak.,M.Com.,Ph.D Dr. Rosidi, SE,MM,Ak.

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jmh (Juta Rp)
1	2009	Pengaruh faktor-faktor total quality management terhadap kinerja keuangan.(survey pada PDAM Kota Gorontalo)	FEB UNG	4.500.000,-
2.	2010	Pengaruh pembiayaan mudharabah terhadap profitabilitas pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Gorontalo	IMHERE	30.000.000,-

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 tahun terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Tempat
1	2009	Pelatihan penyusunan laporan keuangan pada UMKM Binaan Jasa Raharja	Kota Gorontalo
2	2010	Pelatihan penyusunan laporan keuangan pada UMKM Binaan Jasa Raharja	Kota Gorontalo
3	2010	Pelatihan penyusunan laporan keuangan pada BKM di kelurahan leato kecamatan kota timur kota Gorontalo	kelurahan Leato kecamatan kota Timur kota Gorontalo

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal 5 tahun terakhir

No.	Tahun	Judul artikel ilmiah	Volume/Nomor	Nama Jurnal
1.	2008	Implementasi Total Quality Management Pada Organisasi Publik	Edisi Volume 1, Nomor 2/Mei 2008. ISSN Nomor 1979-1607	Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Oikos Nomos
2.	2009	Activity Based Management (ABM): Suatu Strategi Manajemen Kontemporer Dalam Menghadapi <i>Competitive Advantage</i>	Edisi Volume 2, Nomor 1/Januari 2009. ISSN Nomor 1979-1607	Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Oikos Nomos
3.	2009	Target Costing	Volume 4, Nomor 2, Juli 2009. ISSN Nomor 1907-5324	Jurnal Ichsan Gorontalo
4	2010	Akuntansi Manajemen Dalam Kaitannya Dengan Implementasi Strategi	Edisi Volume 3, Nomor 4 September 2010. ISSN Nomor 1979-5262	Jurnal Pelangi Ilmu

5	2011	Pengaruh Faktor-Faktor Total Quality Management (TQM) Terhadap Kinerja Keuangan Pada PDAM Kota Gorontalo	Edisi Volume 4, Nomor 1/Januari 2011. ISSN Nomor 1979-1607	Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Oikos Nomos
---	------	--	--	--

F. Pengalaman Penulisan Bahan Ajar dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Penerbit
1	Bahan ajar mata kuliah akuntansi manajemen	2009	-
2	Bahan ajar mata kuliah Sistem Informasi Akuntansi	2010	-

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima risikonya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sesungguhnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Penelitian Disertasi Doktor.

Malang, 07 Juli 2014

Pengusul,



Tri Handayani Amaliah, SE, Ak., M.Si
NIP. 19721207 200312 2 001

Lampiran 3: Formulir Evaluasi Atas Capaian Luaran

FORMULIR EVALUASI ATAS CAPAIAN LUARAN KEGIATAN

Ketua : Tri Handayani Amaliah, SE., Ak., M.Si
 Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Gorontalo
 Judul : Konsep Harga Jual Berbasis Nilai-Nilai Budaya Papalele Masyarakat Maluku
 Waktu Kegiatan : tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

Luaran yang direncanakan dan capaian tertulis dalam proposal awal:

No	Luaran yang Direncanakan	Capaian
1	Jurnal Internasional	-

PUBLIKASI ILMIAH

	Keterangan
Artikel Jurnal	
Nama Jurnal yang dituju	
Kualifikasi jurnal	Jurnal Internasional
<i>Impact factor</i> jurnal	
Judul artikel	Konsep Harga Jual Papalele Dalam Lingkup Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Maluku
Status Naskah	
- Draft Artikel	√
- Sudah dikirim ke jurnal	
- Sudah ditelaah	
- Sudah direvisi	
- Revisi sudah dikirim ulang	
- Sudah diterima	
- Sudah terbit	

