

GANG LEUMO:

PENGETAHUAN MASYARAKAT ACEH
DI SEPUTARAN PASAR HEWAN



GANG LEUMO: PENGETAHUAN MASYARAKAT ACEH
DI SEPUTARAN PASAR HEWAN

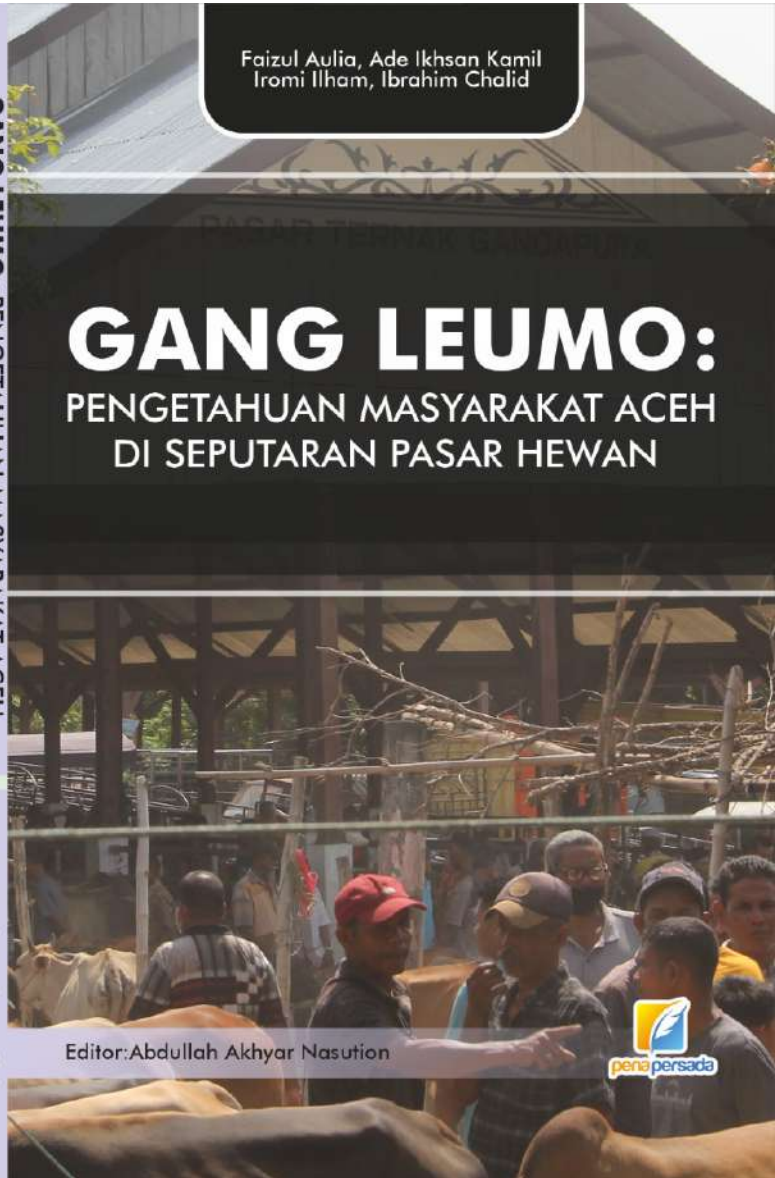
Faizul Aulia, dkk

Faizul Aulia, Ade Ikhsan Kamil
Iromi Ilham, Ibrahim Chalid

GANG LEUMO:

PENGETAHUAN MASYARAKAT ACEH
DI SEPUTARAN PASAR HEWAN

Editor: Abdullah Akhyar Nasution



**GANG LEUMO:
Pengetahuan Masyarakat Aceh
Di Seputaran Pasar Hewan**

**Faizul Aulia
Ade Ikhsan Kamil
Iromi Ilham
Ibrahim Chalid**



PT. PENA PERSADA KERTA UTAMA

**GANG LEUMO:
Pengetahuan Masyarakat Aceh
Di Seputaran Pasar Hewan**

Penulis:

Faizul Aulia
Ade Ikhsan Kamil
Iromi Ilham
Ibrahim Chalid

Editor:

Abdullah Akhyar Nasution

ISBN : 978-623-455-754-1

Design Cover :

Yanu Fariska Dewi

Layout :

Hasnah Aulia

PT. Pena Persada Kerta Utama

Redaksi:

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas
Jawa Tengah. Email: penerbit.penapersada@gmail.com
Website: penapersada.id. Phone: (0281) 7771388

Anggota IKAPI: 178/JTE/2019

All right reserved

Cetakan pertama: 2023

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang
memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa
izin penerbit

KATA PENGANTAR

Kondisi pasar tradisional yang saat ini, dan bahkan sejak lama hadir di tengah kehidupan masyarakat Aceh setidaknya dapat dibagi dalam dua kategori, pertama, pasar tradisional harian dan pasar tradisional mingguan. Jenis pasar pertama yang masih dijalankan oleh masyarakat sebagai penggerak aktivitas ekonomi. Pasar ini juga berfungsi sebagai sarana distribusi atas barang kebutuhan dan keperluan harian seperti seperti lauk bahan lauk pauk, sayur mayur, pakaian, buah-buahan dan sebagainya. Pasar ini kerap dijumpai di persimpangan suatu wilayah yang menghubungkan desa-desa dalam satu kawasan kecamatan atau *kemukiman*. Pasar model ini memiliki ciri khas bangunan yang sudah menetap dan tidak berpindah. Aktivitas dan transaksi ekonomi.

Adapun jenis pasar kedua, oleh masyarakat Aceh disebut sebagai *Uroe Peukan*. Sekalipun demikian, di beberapa daerah ada nyang menyebutnya dengan *Uroe Gantoe*. Aktivitas ekonomi di pasar ini terjadi hanya sekali seminggu sekali. Ciri lain pasar ini dapat dilihat dari bangunannya tidak menetap dan lokasi para pedagangnya yang kadang kala tidak sama di setiap hari pekannya.

Buku yang ada di hadapan anda saat ini merupakan hasil penelitian lapangan tahun 2021 tentang aktivitas pasar tradisional mingguan yang berlokasi di Desa Geureugok, Kecamatan Gandapura, Kabupaten Bireuen, Aceh. Buku ini diberi judul "*Gang Leumo: Pengetahuan Masyarakat Aceh di Seputar Pasar Hewan*" secara khusus melihat dimensi-dimensi pengetahuan dan praktik jual beli ternak oleh para pedagang ternak yang melakukan aktivitasnya di pasar ternak tradisional Gandapura.

Para pembaca akan mengetahui bagaimana pengetahuan yang hadir dan tersebar di "kepala" para pelaku ekonomi dalam menjalankan aktivitas ekonomi di pasar ternak. Sebagai kristalisasi pengalaman, "pengetahuan" yang tersebar tersebut secara langsung dan tidak langsung berperan sebagai referensi untuk bertindak dan mengambil keputusan. Se jauh pengamatan yang dilakukan, gambaran umum mengenai *Gang Leumo* (sebutan pasar

ternak ini) menjadi tumpu utama sebagai objek kajian yang menghimpun para pedagang dalam melakukan aktivitasnya. Walaupun di sepanjang Pesisir Timur Aceh, pasar ternak atau *Gang Leumo* ini ternyata masih dijumpai di beberapa wilayah. Narasi tentang keberadaan pengetahuan yang tersebar di *Gang Leumo* sebagai lokus penelitian, diasumsikan dapat menggambarkan kondisi umum pasar ternak mingguan di Aceh. Sembari itu, penggambaran aktivitas di *Gang Leumo* ini juga dapat menjadi deskripsi yang mewakili *Living Tradition* yang ada di tengah masyarakat Aceh dalam aktivitas perdagangan.

Referensi mengenai kehidupan pasar di Aceh sangatlah terbatas, walaupun beberapa peneliti seperti James Siegel yang melihat kondisi pasar tradisional di Bireuen sekitar tahun 1960-an. Begitu juga Hasan Saad yang melihat pola regenerasi para pedagang di Pidie yang bukunya terbit tahun 2003, dan Agung Suryo yang menerbitkan buku pada tahun 2007 mengenai *Uroe Peukan* pada masyarakat Aceh. Tidak terlepas bahwa buku-buku itu terbit kurun waktu satu dekade terakhir, bahkan lebih. Oleh sebab itu, buku ini menjadi suatu upaya bersama ketika melihat geliat ekonomi di pasar ternak yang dipraktikkan oleh masyarakat Aceh.

Beberapa nama yang disebutkan di sub bab buku ini merupakan informan yang dijumpai. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih terutama kepada Bapak Muslim, selaku pengelola pasar ternak ini, Bang Ridha, Bang Aziz, Bang Abdul, Bang Ahyar, Bapak Safwandi, Bapak Edwar, Bapak Manfalutfi, dan informan lain yang tidak mungkin penulis sebutkan di sini satu-satu. Mereka semua sudah mencurahkan informasi dan memberikan pembelajaran bagi penulis mengenai pengalaman-pengalamannya dalam berdagang ternak. Penulis juga mengucapkan rasa terima kasih kepada Bapak Dr. Abdullah Akhyar Nasution, S.Sos., M.Si yang telah bersedia menjadi editor dalam buku ini. Begitu juga beberapa kolega yang secara khusus telah membaca dan memberikan saran-sarannya untuk melengkapi hasil kajian yang telah dilakukan ini, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih.

Dengan bantuan, dorongan serta semangat yang diberikan oleh berbagai pihak, akhirnya buku ini dapat diselesaikan dari draf awal sampai dengan selesai. Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kata sempurna, maka dengan kelapangan hati, penulis mengharapkan kritikan dan saran dari Bapak/Ibu sekalian agar buku ini menjadi lebih baik dan dapat menjadi sumber referensi bagi masyarakat luas dan khususnya bagi peneliti yang bergerak pada isu yang sama di masa yang akan datang. Tiada kata yang dapat penulis ucapkan kepada semua pihak, selain kata "*Jazakallah khairan*" semoga Allah SWT memberikan balasan dan kebaikan yang berlipat ganda.

Lhokseumawe, 07 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II ETNOSAINS, PASAR TRADISIONAL DAN PELAKUNYA	10
A. Etnosains Sebagai Interpretasi Budaya.....	10
B. Sejarah Dagang Aceh.....	16
C. <i>Gang Leumo</i> : Pasar Tradisional Mingguan.....	20
D. Pengetahuan Pedagang Ternak	25
E. Nilai Dalam Berdagang.....	28
BAB III UROE PEUKAN : SELAYANG PANDANG DUNIA BISNIS DI BIREUEN	30
A. Sejarah Singkat Perdagangan di Bireuen.....	30
B. Gandapura dan <i>Uroe Peukan</i>	33
C. Mengenal <i>Gang Leumo</i> Geureugok	38
BAB IV DASAR DAN SUMBER PENGETAHUAN PEDAGANG	67
A. Keilmuan Berdagang Ternak	67
B. Klasifikasi Jenis Ternak	76
C. Karakteristik Hewan Ternak Jualan	94
Sumber: Analisis, 2021	103
D. Tipologi Harga	103
E. Bulan, Harga dan Pembeli.....	108
F. Peran dan Makna Pelaku Pasar	111
G. Etos Kerja Pedagang.....	114
BAB V STATEGI DAN PRAKTIK JUAL BELI TERNAK	128
A. Memahami Jual Beli Ternak	128
B. Strategi Jual Beli Ternak.....	133
C. Mencari Keuntungan.....	138
D. Dari Interaksi Ke Daya Tarik.....	140
E. Relasi Dalam Berdagang.....	143
F. Tawar Menawar	147
G. Akad Transaksi Penjualan	152
H. Transportasi Pengantaran Ternak	156

BAB VI SEBUAH REFLEKSI PENGETAHUAN DAGANG	
BIREUEN	158
DAFTAR PUSTAKA.....	166

**GANG LEUMO:
Pengetahuan Masyarakat Aceh
Di Seputaran Pasar Hewan**

BAB I

PENDAHULUAN

Sejak lahir, orang tua kita telah banyak memenuhi dan memfasilitasi berbagai kebutuhan anaknya. Mereka kerap keluar rumah untuk mencari sumber ekonomi agar anak-anaknya dapat menikmati makanan. Usaha tersebut dilakukan sebagai tanggung jawab yang sudah disepakati bersama dan terpola serta diwariskan secara turun temurun. Apa yang telah kita rasakan sampai saat ini merupakan hasil jerih payah orang tua dalam melangsungkan aktivitasnya untuk mencari sumber kebutuhan. Kita menyaksikan setiap hari orang tua melangsungkan aktivitas mereka untuk mencari kebutuhan ekonomi. Mereka telah mempraktikkan sub budaya dalam kehidupan sehari-harinya, yakni sistem mata pencaharian untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga.

Mata pencaharian menjadi salah satu unsur kebudayaan masyarakat di seluruh dunia. Sistem budaya ini dapat diartikan sebagai suatu usaha manusia dalam menghasilkan kebutuhan ekonomi yang dapat berfungsi sebagai penopang dalam memenuhi kehidupan, serta bertujuan untuk mencapai kebahagiaan dalam semua aspek, terutama aspek kesejahteraan hidup, psikologi dan kemandirian. Koentjaraningrat (1974:81-82) menjelaskan bahwa mata pencaharian merupakan suatu kegiatan manusia atau seorang individu dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Menurutnya, ada banyak mata pencaharian pada kebudayaan masyarakat yang terus berevolusi, seperti berburu, meramu, berternak, bertani dan mencari ikan, sehingga menurutnya, mata pencaharian menjadi salah satu unsur dari 7 (tujuh) unsur kebudayaan manusia.

Saat ini mata pencaharian terus berkembang sebagai upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat. Secara umum, ada dua sistem mata pencaharian yaitu; pertama, mata pencaharian tradisional sebagai kegiatan yang memanfaatkan sumber daya alam sekitar sebagai pemenuhan kebutuhan manusia (Kemong, 2015). Kedua, sistem mata pencaharian modern sebagai kegiatan yang difasilitasi

oleh teknologi informasi (Varasatiwi & Wulan, 2018). Walaupun demikian, dinamika perubahan mata pencaharian masyarakat tidak dapat digeneralkan karena sistem mata pencaharian modern dan sistem mata pencaharian tradisional terus hidup berdampingan dalam kehidupan masyarakat.

Indonesia yang terdiri dari berbagai suku bangsa memiliki nilai dan tradisi yang beragam. Keberagaman tersebut dapat berwujud dalam berbagai sistem, yakni sistem kepercayaan, sistem mata pencaharian, sistem bahasa, dan sistem pengetahuan yang berbeda di setiap tempatnya. Salah satu dalam memenuhi kebutuhan hidup, masyarakat memiliki sistem mata pencaharian yang berbeda berdasarkan tempat tinggal dan karakteristik sumber daya alam yang tersedia. Hal tersebut seperti sistem pertanian, perikanan, transportasi, perkebunan, peternakan, pariwisata, perindustrian, perhutanan, pertambangan dan lain sebagainya.

Berkaitan dengan hal ini, peternakan juga menjadi salah satu sub sistem mata pencaharian yang ada dalam kehidupan masyarakat (Nasution, 2019). Upaya dalam metode penggunaan dan pengolahan lahan, sistem peternakan merupakan segala urusan yang berkaitan dengan sumber daya fisik, benih, bibit dan/atau bakalan, pakan, alat peternakan, mesin peternakan, budidaya ternak, panen, pascapanen, pengolahan, pemasaran dan perusahaannya. Hal ini disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2009 tentang “Peternakan dan Kesehatan Ternak”, Bab 1, Pasal 1, Point (a).

Melihat sebagian besar dari kehidupan masyarakat yang notabenehnya merupakan masyarakat agraris, peternakan menyumbang pendapatan bagi perekonomian nasional serta dapat menyerap tenaga kerja yang signifikan. Hal tersebut ditunjukkan berdasarkan Survei Pertanian Antar Sensus 2018 bahwa jumlah rumah tangga yang berkiprah di bidang peternakan di Indonesia mencapai 13,56 juta rumah tangga pada tahun 2018 (BPS-RI: Peternakan Dalam Angka, 2020:1).

Berkaitan dengan peternakan sebagai salah satu sistem mata pencaharian di masyarakat agraris, ada tiga hal utama yang dapat dikategorikan sebagai faktor penentu dalam membangun usaha

peternakan, yaitu; kandang, sistem peternakan dan pasar (Santoso, *et.al.*, 2013). Upaya dalam menjaga dan menghasilkan ternak unggulan, ketiga faktor tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam menghasilkan ternak yang baik, sehingga dalam hal ini dapat memenuhi status gizi bagi masyarakat. Oleh sebab itu sistem peternakan tidak saja menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat, namun juga menjadi kebutuhan pangan yang selalu dibutuhkan.

Peranan pasar sebagai pusat perdagangan antara penjual dan pembeli menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari sistem peternakan itu sendiri. Para peternak biasanya membawa ternaknya ke pasar untuk dijual kepada masyarakat. Melihat peranan peternak tersebut dalam mendistribusikan ternak, selain mereka langsung menjual kepada masyarakat, di pasar juga tersedia para penampung atau agen yang siap menerima hewan ternak yang akan dijual, dengan demikian peternak dapat menjual ternaknya terlebih dahulu pada agen untuk mendapatkan hasil yang cepat. Peran agen dalam hal ini sebagai perantara, sehingga ia dapat membeli ternak pada seorang peternak, lalu agen yang banyak berperan di pasar untuk menjual ternak tersebut kepada masyarakat.

Pasar menurut Geertz (1977:30-31) berasal dari kata Bahasa Arab "Bazar" yang merupakan salah satu pranata ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat dan merupakan tradisi yang terus hidup di tengah - tengah masyarakat. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli di mana mereka melakukan transaksi serta menjalin komunikasi dan interaksi di antara keduanya. Secara umum, ada dua ciri khas yang dapat dikategorikan saat kita melihat pasar. Pertama, pasar tradisional di mana ciri khasnya adalah adanya interaksi antara pembeli dan penjual secara langsung. Model pasar tersebut harganya ditentukan oleh kesepakatan bersama dengan proses tawar menawar (Fatmasari, 2016; Sasanto & Yusuf, 2010). Jenis yang kedua adalah pasar modern yang ditandai dengan terbatasnya interaksi antara penjual dan pembeli secara langsung. Melihat model pasar seperti

ini, harga tidak ditentukan lagi oleh interaksi antara kedua pihak dan tidak ada tawar menawar harga (Sarwoko, 2008).

Kedua bentuk pasar yang telah dijelaskan di atas, saat ini masih dipraktekkan oleh masyarakat Indonesia terkhususnya masyarakat di Provinsi Aceh. Secara geografis, Provinsi Aceh merupakan provinsi yang terletak di ujung barat Indonesia yang memiliki 18 kabupaten dan 5 kota. Dalam kehidupan masyarakat Aceh, pasar sudah dikenal sejak zaman dahulu sebagai salah satu kegiatan masyarakat dalam aktivitas ekonomi. Kegiatan pasar yang ikut berperan penting dalam kehidupan masyarakat dari masa dahulu sampai dengan sekarang, juga terjadi pada kegiatan pasar ternak.

Pasar ternak merupakan salah satu model pasar tradisional yang saat ini masih dilaksanakan seminggu sekali di Aceh. Penjualan ternak seperti sapi, kerbau, kambing, kibas dan biri - biri masih dilakukan dalam model jual beli secara langsung. Kegiatan jual beli yang berdampak pada keputusan harga masih ditentukan oleh kesepakatan bersama di antara kedua pihak. Berkaitan dengan ketentuan harga yang ditentukan oleh keduanya, terdapat interaksi dan relasi yang terbangun di antara mereka dalam kegiatan pasar.

Beberapa kabupaten di Aceh memiliki pasar ternak tradisional yang secara dominan pasar tersebut terdapat di sepanjang pesisir pantai timur Aceh dan masih aktif sampai saat ini. Keberadaannya pasar tersebut, seperti; pasar ternak Geurugok (Bireuen) yang dilaksanakan setiap hari Selasa, pasar ternak Glumpang Payong (Bireuen) dilaksanakan pada hari Sabtu, pasar ternak Sibreh (Aceh Besar) dilaksanakan pada hari Rabu, pasar ternak Cempedak (Aceh Timur) dilaksanakan pada hari Minggu, dan pasar ternak Tualang Cut (Langsa) dilaksanakan pada hari Kamis. Kehadiran sejumlah pasar ini mempengaruhi perputaran aktivitas para penjual yang berkiprah dalam usaha dagang ternak, sehingga mereka dapat mengakses wilayah pasar tersebut setiap seminggu sekali untuk melakukan kegiatan penjualan.

Kehadiran pasar tradisional khususnya pasar ternak, selain sebagai mata pencaharian utama juga menjadi salah satu pranata ekonomi yang merupakan *living tradition* atau tradisi yang masih

hidup sampai saat ini. Kehadiran tersebut dapat membentuk suatu pengetahuan dan kecerdasan kolektif masyarakat, sehingga pasar dengan berbagai dinamikanya masih ada sampai saat ini dan kehadirannya menentukan sumber mata pencaharian masyarakat. Melihat berbagai interaksi yang terjadi di dalamnya pada masyarakat Aceh, kehadiran pasar ternak sangat signifikan serta kehadiran tersebut menjadi salah satu keistimewaan atau kekhususan dari institusi ekonomi yang ada pada masyarakat.

Pada perkembangan sekarang ini, studi terkait dengan dagang dan keberadaan pasar serta interaksi jual beli pada pasar tradisional menjadi salah satu core studi yang sering diteliti oleh para akademisi terkhususnya antropologi. Isu mengenai jual beli menjadi suatu isu yang menarik untuk dibahas dikarenakan sifat manusia yang senantiasa berpengaruh pada kebutuhan ekonomi dalam kesehariannya. Clifford Geertz (1977) dalam kurun tahun 1952-1954 dan tahun 1957-1958 melakukan penyelidikan pada dua kota di Indonesia yaitu Mojokuto (Jawa Timur) dan Tabanan (Bali). Pada penyelidikannya tersebut, Geertz melakukan perbandingan terkait dengan kehidupan masyarakat pedagang di Mojokuto dan masyarakat Ningrat di Tabanan yang memiliki pola pertumbuhan "*Entrepreneurs*" yang tampak sama, walaupun dua wilayah tersebut memiliki latar belakang kebudayaan dan struktur sosial yang berbeda. Geertz dalam upayanya melihat pengusaha di Kota Mojokuto muncul pada kaum santri yang berfikir maju, sehingga kaum tersebut memasuki sektor perdagangan, umumnya pedagang kecil yang bersamaan dengan pertumbuhan ekonomi yang terjadi di kota tersebut.

Berbeda di Kota Tabanan, golongan tersebut muncul pada kaum ningrat setelah terjadinya revolusi fisik yang membawa perubahan pada tahap yang fundamental dalam sikap hidup dan tingkah laku. Kedua kota ini saling bergerak maju di mana mereka menunjukkan tahap pertumbuhan yang sama dalam kehidupan ekonomi yang terikat dari kehidupan politik dan ekonomi nasional. Persamaan dalam kemunculan kaum *entrepreneurs* di dua daerah itu terlihat, kedua masyarakat tersebut tampak terjadi perubahan yang memungkinkan munculnya suatu "rasionalitas ekonomi" pada

kehidupan masyarakat. Selain itu, kedua masyarakat tersebut juga menimbulkan suatu proses pertumbuhan dari nilai - nilai baru, semacam “ekonomi etnik” yang memberi keleluasaan pada “rasionalitas ekonomi” sehingga mereka dapat memainkan peranan itu dalam kehidupan masyarakat.

Kemajuan ekonomi masyarakat di Mojokuto lebih berperan dalam suasana pasar. Mereka melakukan praktik perdagangan secara perorangan sehingga mampu mengorganisasikan ekonomi pasar. Berbanding terbalik di masyarakat Tabanan, lazimnya mereka memiliki kekuasaan melakukan pergerakan ekonomi pada masyarakat desa sebagai sumber modal ekonomi dengan membentuk kelompok seka.¹ Hasil dalam pembentukan kelompok tersebut membawa mereka pada kemajuan ekonomi masyarakat melalui desa dengan pola organisasi.

Irwan Abdullah (dalam Yani, 2009) melakukan kajian di suatu kota kecil Jatinom yang berada di Kabupaten Klaten (Jawa Tengah). Abdullah melihat suatu fenomena unik yang terjadi di tengah masyarakat di mana peran pedagang Cina yang kerap sekali muncul di permukaan tergantikan dengan pedagang muslim dengan semangat keagamaan. Pedagang muslim di Jatinom memiliki semangat ekonomi dan berdagang yang kuat, sehingga membentuk solidaritas di antara sesama pedagang yang terikat dalam kelompok keagamaan.

Hubungan keagamaan mendorong mereka terus bekerja sama untuk menggerakkan perdagangan di Jatinom, sehingga pada tarafnya sumber daya ekonomi mengalir dari satu orang ke orang lain. Kelompok agama seperti ini dapat menghadapi tekanan-tekanan dan juga berbagai ancaman serta gangguan yang datang, yang menghancurkan internal kelompok. Oleh sebab itu, setiap orang yang berperan dalam kelompok perdagangan tersebut berusaha memelihara sifat kohesi sosial karena berfungsi langsung terhadap keberlangsungan perdagangan.

¹ Kelompok Seka adalah kelompok sosial yang mengatur terkait politik, ekonomi, agama dan lainnya.

James T. Siegel (1969:199-222) melakukan eksplorasi pada perusahaan bus dan toko kain yang berada di Aceh. Siegel melihat pengusaha bisnis pada waktu itu tidak memiliki ciri - ciri korporat. Mereka melakukan usahanya dengan "kebersamaan" sehingga menimbulkan kerja sama antara satu pihak dengan pihak lainnya. Hubungan individu antar individu memberikan pengaruh langsung terhadap keberlangsungan usaha yang dirintis.

Toko Makmur dan Toko Saudara merupakan perusahaan bisnis kain yang melakukan aktivitas dagang di Bireuen. Pada kedua toko tersebut, seorang atasan akan berpengaruh terhadap bawahan terkait dengan perdagangan yang dilakukan. Begitu juga dengan bawahan melakukan kerja sama dalam berdagang di toko serta saat *Uroe Peukan*.² Keduanya saling berkesinambungan untuk memajukan toko dan meningkatkan mutu penjualan. Saat bawahan ingin keluar dari pekerjaannya, seorang atasan akan memberikan modal kepada karyawan yang keluar tersebut untuk membuka usahanya sendiri di wilayah lain. Modal tersebut akan diambil kembali setiap tahunnya seperti yang dilakukan oleh Abbas pemilik toko kain Makmur.

Berbeda pada Toko Saudara, Siegel menjelaskan bahwa pemilik toko memberi kredit kepada pedagang - pedagang kecil yang berada di sekitaran wilayah tersebut. Pembayaran kredit dilakukan seminggu sekali, misalnya minggu ini mengambil produk, minggu esoknya membayar sekaligus mengambil produk kembali. Pemilik toko mempercayai pedagang kecil ini apabila sudah saling mengenal di antara keduanya.

Selain toko kain yang dijelaskan, Siegel juga menjelaskan terkait perusahaan bus yang merupakan konsorsium pemilik bus. Setiap perusahaan bus tersebut memiliki direktur masing-masing yang mengamankan izin pemerintah untuk bus beroperasi pada sebuah rute. Pemilik bus melakukan waralaba dengan mitra perusahaan besar seperti Bus National. Dalam penjelasannya, satu

² *Uroe Peukan* merupakan pasar mingguan yang terlaksana seminggu sekali. Beberapa daerah menyebutnya dengan uroe gantoe atau *Uroe Peukan*. artinya pelaksanaan kegiatan pasar mingguan.

direktur memiliki lebih banyak bus, walaupun setiap pemilik bus tersebut memiliki urusan yang terpisah.

Pada perusahaan bus ini, Siegel menjelaskan bagaimana seorang kru mampu bertahan dan bekerja sama dengan pemilik bus di tempat mereka bekerja. Seorang kru selama dua tahun telah bekerja harus menjadi kernet³ terlebih dahulu, setelah dua tahun dalam pengalamannya ia sudah dapat belajar menjadi supir. Setiap bus yang beroperasi akan membawa empat kru, dua di antaranya mengurus penumpang serta mengecek tiket dan dua lainnya adalah supir. Rute yang dijalankan mulai dari Medan-Banda Aceh, Sigli-Medan, Bireuen-Medan, Sigli-Lhokseumawe, dan Bireuen-Lhokseumawe.

Hasan Saad (2003) melakukan kajian tentang semangat wirausaha pedagang Pidie yang terbentuk dalam kehidupan *Aneuk Keude*.⁴ Ia melihat budaya dagang Aceh dipengaruhi oleh tradisi aneuk keude. Memahami hal tersebut, peranan aneuk keude sebagai karyawan toko yang belajar pada majikannya adalah untuk memperoleh pengalaman dalam berdagang. Seorang karyawan yang mempelajari seluk beluk dagang pada seorang majikan, maka setelah memahami seluk beluk dagang tersebut, terkadang ia akan membuka usahanya sendiri di tempat lain dengan modal yang didapat dari majikan. Kajian tersebut menghasilkan sebuah buku yang berjudul "Bersama Induk Semang: Kearifan lokal dan semangat kewirausahaan pedagang Pidie, Aceh". Maksud dari induk semang sendiri adalah penjabaran dari seorang karyawan yang belajar berdagang pada seorang majikan. Upaya yang dilakukan oleh karyawan tersebut membawa pada perkembangan dirinya dalam dunia dagang.

Dalam memahami perilaku dan dimensi sosial masyarakat di pasar ternak tradisional, sistem mata pencaharian menjadi isu budaya yang terus berulang dipraktikkan oleh masyarakat. Dalam

³ Kernet merupakan penjabaran dari kru yang berprofesi mengurus penumpang dan perawatan bus.

⁴ *Aneuk Keude* dalam arti bahasa Indonesia yaitu "Anak Kedai" atau karyawan yang bekerja pada suatu toko dengan jangka panjang. Dalam hal ini aneuk keude menggeluti dan belajar terkait dengan kehidupan dagang pada seorang pemilik toko.

pasar ternak tradisional, praktik dan aktivitas sosial yang dilakukan telah memunculkan dimensi keberlanjutan dan eksistensi pasar sampai saat ini. Oleh sebab itu, kajian ini berangkat dari keinginan untuk mendokumentasikan Kkebudayaan masyarakat dalam sistem mata pencaharian melalui pasar ternak tradisional yang ada di suatu kecamatan di Aceh. Melalui pendekatan etnosains, kami berusaha menjelaskan pengetahuan dan praktik jual beli yang dilakukan dan dimiliki oleh pedagang di pasar ternak tradisional.

BAB II

ETNOSAINS, PASAR TRADISIONAL DAN PELAKUNYA

A. Etnosains Sebagai Interpretasi Budaya

Paradigma merupakan pola pikir yang menuju pada hubungan antara variabel yang akan diteliti, sehingga akan menjawab rumusan masalah dalam objek kajian (Sugiono, 2013:42). Menurut Ahimsa-Putra (2009:2) paradigma adalah seperangkat konsep yang saling berhubungan satu dengan yang lain secara logis yang membentuk sebuah kerangka pemikiran sehingga berfungsi untuk memahami, menafsirkan dan menjelaskan kenyataan dan/atau masalah yang dihadapi. Oleh sebab itu kajian ini menggunakan paradigma etnosains yang dalam kategorinya berusaha menarasikan realitas sosial yang dipraktikkan dalam pasar ternak tradisional sebagai pranata ekonomi masyarakat.

Paradigma etnosains sendiri berfokus menggali pengetahuan yang dimiliki oleh suatu kelompok masyarakat dalam ruang dan waktu tertentu. Berkaitan dengan hal ini, perilaku serta interaksi yang terjadi di pasar ternak tradisional merupakan suatu bagian yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat. Melalui perilaku serta interaksi tersebut, terdapat pengetahuan yang mendampingi pedagang dalam melakukan perdagangan pada aktivitas pasar. Oleh sebab itu, pemilihan paradigma etnosains ini adalah untuk mengungkapkan pengetahuan yang dimiliki oleh pedagang di pasar ternak tradisional tersebut.

Etnosains (*ethnoscience*) merupakan sebuah aliran baru dalam ilmu antropologi yang juga disebut sebagai antropologi kognitif (*cognitive anthropology*), atau etnografi baru (*The New Ethnography*). Memahami aliran ini, budaya dipusatkan pada sistem pengetahuan yang diperoleh oleh suatu masyarakat. Orang akan menggunakan pengetahuannya untuk

menginterpretasikan pengalaman sehingga melahirkan tingkah laku sosialnya (Spradley, 2007: xii-6).

Kata etno berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethnos* berarti "bangsa" dan *sains* (*scientia*) berasal dari kata latin berarti "pengetahuan" (Sudarmin: 2014:16). Menurut Sturtevant (1964: 99) etnosains dapat dipahami sebagai suatu sistem pengetahuan dan kognisi yang khas dari budaya tertentu. Secara etimologis, etnosains dapat berarti suatu ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh suatu komunitas budaya, sedangkan dalam konteks kajian lintas budaya, etnosains dapat dikaitkan dengan suatu ilmu yang mempelajari ataupun mengkaji mengenai sistem pengetahuan dan tipe-tipe kognitif budaya tertentu (Pardede: 2009:8). Berdasarkan pengertian di atas, secara pemahaman dapat diartikan bahwa etnosains sendiri merupakan suatu pengetahuan masyarakat lokal yang dimiliki oleh suatu kelompok tertentu. Melalui tatanan sikap, pola pikir dan pengalaman kelompok tersebut, mereka mampu mengkategorisasikan realitas sosialnya sehingga membentuk kognisi khas masyarakat.

Ahimsa-Putra (2011) dalam makalahnya memberi pemahaman mengenai kemunculan etnosains itu berawal dari cabang linguistik yang diterapkan oleh ahli antropologi dalam hal menggali etnografi pada suatu kebudayaan. Pada satu sisi etnografi yang telah dilakukan oleh ahli antropologi dalam mengkaji suatu perbandingan kelompok budaya, tidak seutuhnya mengeluarkan penjabaran kebudayaan dari dalam diri penuturnya. Hal ini menyebabkan kebudayaan tersebut banyak varian dari berbagai ahli antropologi dalam mendefinisikannya.

Pada makalahnya ia menjelaskan kebudayaan itu seperti bahasa, karena bahasa sejatinya adalah bagian dari kebudayaan. Penggunaan ilmu lain memberi corak tersendiri dalam membentuk suatu metode untuk melihat bahasa. Akhirnya ilmu linguistik dipercaya dapat melukiskan suatu gejala budaya. Pada cabang ilmu ini, fenologi deskriptif menjadi panduan yang digunakan sehingga di dalamnya dikenal dua cara untuk

mendeskripsikan bunyi bahasa atau fonem, yaitu secara fonetik dan fonemik. Pelukisan secara fonetis merupakan pelukisan menggunakan simbol – simbol bunyi bahasa yang dipakai oleh si peneliti bahasa. Berbeda dengan fonemis yang dapat dipahami sebagai pelukisan dengan menggunakan simbol – simbol bunyi bahasa, sebagaimana yang digunakan oleh si pemakai bahasa. Berkaitan dengan hal ini, si peneliti menggunakan konsep fonetis untuk menggambarkan bahasa yang diketahui secara universal, sedangkan pihak fonemis menggambarkan bahasa yang berada di lingkungannya.

Melihat perbedaan tersebut, terkadang pada pihak fonetis dan fonemis memiliki persamaan bahasa dalam penyebutan, tetapi peranan peneliti yang bersifat fonetis harus menjelaskan pengetahuan bahasa tersebut. Misalkan, kata “Tulang” dalam bahasa Indonesia dipercaya bahwa tulang merupakan bagian dari kerangka tubuh manusia dan kata tersebut diakui secara universal bagi masyarakat Indonesia. Berbeda jika misalnya kata “Tulang” pada Bahasa Batak yang diyakini sebagai penyebutan bagi seorang paman dari adik dan/atau abang dari emak.

Memahami cara pelukisan seperti fenologi di atas yang kemudian berusaha diikuti oleh tokoh antropologi untuk dapat memahami informannya secara lebih mendalam. Oleh sebab itu dalam antropologi cara tersebut dikenal sebagai pelukisan secara “Etic” dan “Emic”. Kedua bentuk tersebut sebenarnya diperkenalkan oleh Kenneth Pike, yang berasal dari “*phonetic*” dan “*phonemic*” (Headland, 2004:292). Ketika model etik dan emik ini dikenal dan diterapkan dalam ilmu antropologi, maka akan menghasilkan suatu deskripsi mengenai kebudayaan yang kompleks. Melihat perkembangan tersebut, akhirnya muncul suatu bentuk yang disebut dengan “*The New Ethnography*” atau etnografi baru. Tujuan dari etnografi baru ini berupaya untuk menghasilkan sebuah deskripsi kebudayaan yang lebih kompleksitas. Pada waktu itu aliran ini muncul di kalangan ahli Antropologi Amerika Serikat. Model ini menjadi sangat populer di tahun 60-70an.

Melihat model di atas yang menuntun peneliti berangkat dari “Dalam” untuk melukiskan suatu budaya, maka penggunaan model dasarnya lebih mengacu pada model emik. Berdasarkan model ini peneliti berusaha mendeskripsikan hal-hal yang diungkapkan/diketahui oleh si penuturnya. Upaya yang dilakukan peneliti tersebut dapat menjelaskan apa yang diketahui oleh suatu kelompok dan berusaha dijelaskan kepada masyarakat luar. Oleh sebab itu, si peneliti menggunakan model etik untuk memaknai atau memberi pemahaman kepada masyarakat luas atas pengetahuan yang didapat pada suatu kelompok masyarakat.

Berangkat dari penggunaan model linguistik yang berusaha mendeskripsikan kebudayaan yang sangat tersirat bentuknya, maka sangat penting bagi ahli antropologi untuk mendefinisikan kembali kebudayaan. Kebudayaan di sini sejatinya menerangkan sebuah bahasa, sedangkan bahasa itu sendiri merupakan segala aturan-aturan yang dapat diucapkan dalam bentuk bunyi bahasa (fonem). Tentunya aturan – aturan tersebut sangat berkaitan langsung bagaimana cara menyusun berbagai bunyi atau kata yang menjadi sebuah kalimat dan wacana, sehingga, saat memaparkan atau melukiskan kebudayaan, maka sejatinya tidak jauh dari memaparkan aturan-aturan dan cara-cara berperilaku untuk bertindak dalam situasi atau kondisi tertentu.

Penekanan bahasa yang menghasilkan bentuk-bentuk khusus dalam sebuah ungkapan, maka bunyi atau kata yang dikeluarkan menjadi wacana atau kalimat yang memberi keleluasaan pada suatu pengetahuan (*Knowledge*). Kebudayaan dapat diistilahkan sebagai pengetahuan yang terungkap atau tertulis yang berbentuk wacana. Berkaitan dengan hal tersebut, pengetahuan di sini menjadi bagian dalam ide atau pola pikir yang didapat melalui pengalaman masyarakat di suatu daerah.

Goodenough (dalam Ahimsa-Putra, 2011) menjelaskan bahwa:

“apapun yang diketahui dan dilakukan oleh seseorang, sejalan dengan cara yang dapat diterima oleh anggotanya. Jadi peran apapun yang mereka terima adalah salah satu dari diri mereka sendiri. Budaya menjadi bagian yang harus dipelajari, bukan sebagai perbedaan warisan biologis, namun menjadi sebuah produk akhir yaitu belajar menjadi pengetahuan”. (Terjemahan)

Berdasarkan penjelasan di atas, Goodenough berusaha menjelaskan bahwa budaya itu merupakan “pengetahuan” yang diperoleh melalui belajar. Oleh sebab itu, kebudayaan pada akhirnya adalah pengetahuan, maka disebutkan kembali bahwa:

“Budaya bukanlah fenomena material; tidak terdiri dari hal-hal, orang, perilaku atau emosi. Ini lebih merupakan pengorganisasian hal-hal. Ini adalah bentuk hal-hal yang ada dalam pikiran orang, model mereka untuk memahami, menghubungkan, dan menafsirkannya. Hal-hal yang dikatakan dan dilakukan orang, pengaturan dan peristiwa sosial mereka adalah produk - produk sampingan dari budaya mereka ketika mereka menerapkannya pada tugas untuk memahami dan menangani keadaan mereka..” (Terjemahan)

Sejatinya dalam kebudayaan tersebut menggambarkan bahwa kebudayaan bukanlah suatu fenomena material. Artinya semua hal yang dilakukan itu bukanlah suatu bentuk benda, orang, perilaku atau emosi. Hal ini lebih merupakan peorganisasian dalam bentuk pikiran manusia (*mind*). Maka segala sesuatu yang diketahui atau dipercayai oleh seseorang merupakan bentuk dari tingkah laku agar dapat diterima oleh kelompoknya. Oleh sebab itu orang mengatakan sesuatu dan atau melakukan pengaturan dalam kelompoknya, secara khusus mereka telah memberikan produk dari budaya mereka.

Disaat mereka menerapkannya, mereka mampu memahami dan menangani keadaan sosial. Mereka memiliki suatu sistem yang dapat mempersepsikan dan mengorganisasikan fenomena material atau hal yang dihadapinya, sehingga kebudayaan memberikan telusuran yang sangat luas dan berbeda-beda pada satu wilayah dengan wilayah lainnya. Pengetahuan di setiap wilayah memiliki ciri

khasnya masing-masing dan memiliki bentuk-bentuk yang beragam dan berbeda. Oleh sebab itu para ahli antropologi tidak mungkin mempelajarinya secara keseluruhan. Para ahli antropologi biasanya hanya mempelajari salah satu bidang tertentu dalam bentuk yang beragam itu. Kemudian muncul pengetahuan suatu suku bangsa mengenai berbagai hal dalam kehidupan mereka. Pengetahuan itu seperti; pengetahuan mengenai tanaman-tanaman, mengenai binatang mengenai musik dan sebagainya. Oleh sebab itu kemudian muncul istilah-istilah seperti etnobotani, etnozooologi, etnomusikologi, etnoekologi dan sebagainya (Ahimsa-Putra, 2011:13).

Memahami kajian etnosains ini, kebudayaan dilihat dari suatu pengetahuan lokal yang dimiliki oleh kelompok tertentu. Sebagai suatu pengetahuan yang menghasilkan bentuk budaya, maka hal yang menjadi prinsip utama dalam melihat pengetahuan adalah dimensi kognitif. Prinsip kognitif ini memusatkan perhatiannya pada sesuatu yang dipercayai dan diterima oleh masyarakat sebagai sesuatu yang sah dan benar. Oleh karena itu, hal-hal yang menjadi dasar atas kepercayaan dan penerimaan itu sejalan dengan pengalaman yang telah mereka lakukan (Spradly, 2007: 267).

Secara pemahaman, pendekatan etnosains di sini bertujuan untuk mengetahui gejala-gejala material/non material mana yang dianggap penting oleh seseorang atau kelompok masyarakat melalui pengetahuannya. Berdasarkan pengalaman yang dimilikinya mereka mampu mengorganisasikan berbagai gejala tersebut dalam suatu sistem pengetahuan. Jika gejala ini diketahui, maka akan terungkap pula berbagai prinsip yang mereka gunakan untuk memahami lingkungan dan situasi yang dihadapi, sehingga ini menjadi landasan bagi tingkah laku mereka dalam lingkungannya (Tyler dalam Kleden & Abdullah, 2017:399-400).

B. Sejarah Dagang Aceh

Aceh merupakan salah satu wilayah yang kaya akan hasil alam, mulai dari hasil pertanian, minyak bumi, hasil tambang dan lain sebagainya. Keistimewaan wilayah yang subur memperkenalkan Aceh pada pasar dunia di masa lalu. Ini terlihat bahwa wilayah Aceh pada zaman dahulu sering terdapat kunjungan para pengusaha luar yang hendak melakukan aktivitas perdagangan (Yunita, *et.al.*, 2015). Kunjungan tersebut tidak luput dari letak geografis wilayah Aceh, karena wilayah Aceh terbilang sangat strategis dan mudah untuk dijumpai oleh para pedagang luar yang melakukan perdagangan di jalur laut internasional.

Salah satu keistimewaan wilayah Aceh yang dilihat oleh para pedagang luar pada saat itu adalah adanya berbagai potensi penting bagi kebutuhan ekonomi masyarakat dunia seperti hasil tambang dan hasil pertanian yang berada di wilayah Aceh. Kekayaan alam yang melimpah mendorong para pedagang luar untuk terikat berdagang dengan masyarakat Aceh. Para pedagang luar seperti Arab, India dan Cina membawa produk - produk kerajinan dari wilayah mereka untuk ditukarkan dengan hasil alam yang ada di wilayah Aceh, seperti pakaian (India), kramik (Cina), dan kayu (Burma).

Jalur laut Selat Malaka merupakan jalur mudik para pelayar asing yang berlalu lalang menuju ke berbagai wilayah. Pedagang dari berbagai negara membawa beragam produk-produk dari negara asalnya untuk disalurkan ke wilayah lain. Beberapa pelayar Aceh saat itu juga sudah memperdagangkan rempah-rempah ke wilayah luar untuk ditukarkan dengan barang lainnya (Rambe, 2021). Pada masa itu, para pedagang yang berada di luar mengenal pedagang Aceh sebagai pedagang dari wilayah yang menghasilkan rempah - rempah yang berkualitas. Pedagang luar membangun hubungan dagang dengan masyarakat Aceh, sehingga kehadiran pedagang luar kala itu bertujuan sebagai kerja sama usaha dagang. Melalui hubungan dagang yang dilakukan dengan para pedagang luar,

pengaruh etos dagang luar mulai terasa dalam kehidupan pedagang lokal.

Aktivitas berdagang dapat memberikan transformasi budaya, ekonomi dan sosial yang erat bagi pedagang lokal melalui kontak dagang dan kerja sama usaha. Pengalaman tersebut telah merubah semangat dan mendukung peluang berkembangnya masyarakat. Perdagangan tidak semata-mata berimplikasi pada sisi ekonomi saja, tetapi telah berkembang pada sisi sosial dan kebudayaan secara lebih luas. Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa perdagangan dan kebudayaan saling terikat sangat erat dalam kehidupan masyarakat. Persentuhan budaya lokal dan budaya luar tersebut memberi perkembangan pada kemunculan akulturasi yang mewarnai kehidupan sosio-kultural masyarakat. Hal ini dikarenakan para pedagang luar yang datang ke wilayah Aceh bukan untuk berdagang saja tetapi mereka juga berusaha menjalin kedekatan yang baik dengan masyarakat lokal. Terlihat saat para pedagang asing yang datang ke wilayah Aceh menikah dengan perempuan setempat sehingga perpaduan budaya terjadi pada masyarakat.

Sekarang ini terdapat di beberapa wilayah - wilayah pesisir pantai dapat kita jumpai komunitas - komunitas keturunan Arab, India dan beberapa dari Persia. Wajah masyarakat di wilayah tersebut memiliki karakteristik tersendiri, begitu juga pada sisi budaya dan tradisi. Oleh karena itu keterbukaan masyarakat lokal di masa lalu dan kesediaan untuk menjalin hubungan dengan pedagang luar, "Aceh tercatat dalam sejarah sebagai pembuka gerbang kerjasama Nusantara dengan dunia luar melalui jalinan dagang". Masyarakat Aceh dianggap sebagai orang pertama di Nusantara yang menjalin kerja sama dengan pihak luar atau kerja sama internasional (Saad, 2003: 32-50). Kejayaan dagang pada masyarakat Aceh sudah dikenal sejak lama oleh para pedagang luar melalui kekayaan alam yang dihasilkan dan kekuatan kerajaan. Pada masa silam, masuknya pedagang luar ke wilayah Aceh melalui kontak perdagangan. Hal ini turut berpengaruh pada hasil

perkebunan Aceh yang kala itu menyumbang kesejahteraan dan kemakmuran bagi masyarakat (Setyawati, 2016).

Pada abad ke-16 para pedagang Aceh sudah sangat dikenal dalam dunia perdagangan internasional, khususnya di wilayah Asia Tenggara. Perkembangan dagang Aceh sangat maju karena terbukanya akses dagang yang sangat mudah. Wilayah Aceh menjadi basis kejayaan karena turut hadir kota – kota dagang di beberapa wilayah, seperti Perlak, Pasai, dan Pedir yang menjadi wilayah bandar. Pergerakan ekspor produk-produk pertanian ke wilayah luar melalui pelabuhan terbesar di Aceh, yaitu pelabuhan Pedir dan pelabuhan Pasai di antaranya seperti, lada, minyak dan kapur barus. Pada pelabuhan yang berada di pusat pemerintahan kerajaan, tidak terlalu beraktivitas dalam hal ekspor barang. Pelabuhan yang berada di wilayah Banda Aceh hanya pusat kedatangan masyarakat luar untuk mengunjungi Aceh, sehingga di wilayah tersebut banyak terdapat produk – produk yang dibawa oleh pedagang luar. Masyarakat Aceh juga menjajakan produk lokal seperti produk pertanian sehingga Anthony Reid (dalam Hadi, 2010:27) menyebut wilayah Banda Aceh sebagai wilayah “Imperium dagang”.

Sejarah kejayaan dagang Aceh menurut cerita dikaitkan dengan islam dan perdagangan. Masa kejayaan dagang Aceh pada waktu itu dipimpin oleh kerajaan islam yang sangat disegani oleh wilayah luar. Namun menurut catatan sejarah, bahwa hubungan perdagangan antara Arab, Parsia, Cina, Eropa dan lainnya dengan Nusantara sudah berjalan sejak sebelum kedatangan islam (Muchsini, 2018:220-224). Melihat sejarah silam, sekitar abad-15 hadir sebuah kerajaan besar di wilayah Aceh yaitu Kerajaan Aceh Darussalam atau Kesultanan Aceh. Kerajaan ini merupakan kerajaan islam yang membawa perubahan yang signifikan pada tatanan masyarakat Aceh. Pada abad 16, kerajaan ini sangat berjaya dikarenakan historis perdagangan dengan wilayah luar. Pada masa kejayaan dagang, kerajaan ini dipimpin oleh Sultan Iskandar Muda. Sultan telah membangun kekuatan dagang yang baik sehingga para

pedagang luar terkhusus pedagang muslim berminat untuk terus datang ke wilayah Aceh. Kerajaan ini mampu membangun kerja sama antara pedagang – pedagang yang ada di wilayah luar terkhusus pedagang muslim pada waktu itu.

Kesultanan Aceh memiliki kekuatan yang besar dikarenakan mampu menguasai kerajaan – kerajaan lainnya yang berada di Aceh. Pada akhir abad 15 Kesultanan Aceh sudah mampu menguasai pelabuhan – pelabuhan dagang di sebelah utara dan pantai timur Sumatera, sehingga memberi kekuatan bagi kerajaan ini. Upaya dari penguasaan ini, ada nilai politis yang dilihat oleh orang barat terhadap Kesultanan Aceh, sehingga pada perkembangannya Portugis berhasil menguasai Pelabuhan Malaka sebagai pusat aktivitas dagang kala itu. Tetapi, saat penguasaan itu terjadi, Kesultanan Aceh berusaha merebut kembali Pelabuhan Malaka dari tangan Portugis. Para saudagar muslim kala itu juga berpindah titik pusat perdagangan ke wilayah Aceh yang sebelumnya titik perdagangan berada di Malaka. Perpindahan ini dikarenakan terjadinya permusuhan di antara mereka dengan Portugis. Penguasaan Portugis telah mengganggu aktivitas jalur perdagangan menuju Samudera. Jalur perdagangan biasanya melewati Laut Merah, Kairo dan Laut Tengah berlangsung digeser melalui Jalur Tanjung Harapan (Afrika Selatan) sehingga menguntungkan pihak Portugis.

Kesultanan Aceh sebagai sebuah kesultanan islam menjadikan dirinya sebagai basis terkuat oposisi penguasa muslim dalam melawan Portugis di Asia Tenggara, sehingga menjadikan wilayah Aceh sebagai pelabuhan transit. Mereka membentuk sebuah jalur perdagangan baru melewati Laut Merah, Mesir, dan Mediterania. Jalur ini dibentuk dalam upaya menyaingi jalur Portugis di sekitar daerah Afrika. Pada waktu itu, lada, cengkeh, dan berbagai rempah-rempah lainnya adalah komoditas utama yang diperdagangkan dalam jalur baru ini, sehingga pada perkembangannya, pihak portugis berangsur – angsuran ingin menaklukan Aceh sampai terjadi peperangan di antara Kesultanan Aceh dan Portugis (Batubara, 2020).

C. *Gang Leumo*: Pasar Tradisional Mingguan

Pasar merupakan salah satu sarana bagi masyarakat dalam berinteraksi sosial. Kegiatan jual beli barang menjadi objek dalam interaksi masyarakat sehingga kegiatan itu dapat diistilahkan sebagai kegiatan pasar. Orang-orang akan berdatangan untuk membeli dan menjajakan barang dagangan di pasar guna untuk mendapatkan uang sebagai hasil dari penjualan dan mendapatkan barang dari hasil pembelian.

Pasar identik sebagai suatu proses atau tempat masyarakat dalam memasarkan suatu barang (Rizal, Mala, Yanti, Lumanauw, Saefudin, Wibawa, Rachman, 2013:14). Berkaitan dengan kategorinya, istilah tradisional kerap kali menjadi bentuk khas dewasa ini dalam melihat suasana pasar. Pemahaman tradisional dapat diartikan sebagai tindakan yang selalu berpegang teguh pada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun-temurun. Memahami pasar yang bersifat tradisional lebih menunjukkan bahwa aktivitas yang terjadi di dalamnya masih sangat sederhana dengan mengandalkan intuisi daripada pengetahuan lokal (Sutarso, 2017:1), sehingga dalam hal ini pasar tradisional dapat dipahami sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan ditandai terjadinya transaksi jual beli secara langsung dan biasanya terdapat proses tawar-menawar.

Secara antropologis, "Pasar tradisional merupakan salah satu gambaran representasi dari pranata budaya ekonomi lokal". Berkaitan dengan aktivitas yang terlaksana di pasar tradisional dapat menggambarkan bahwa masyarakat mampu mencari kebutuhan melalui perdagangan yang dilakukannya. Oleh sebab itu, ada beberapa aktor - aktor yang terlibat dalam kegiatan pasar tradisional, yaitu sebagai berikut:

1. Anggota masyarakat lokal; di mana mereka mengembangkan kolaborasi dalam tahap produksi.
2. Pedagang; di mana mereka akan menyalurkan komoditas kepada sentra-sentra pemasaran.

3. Penyediaan jalur transportasi; di mana mereka akan membawa komoditas dan mengisi rentang jalur dari penyebaran komoditas.

Kegiatan pasar yang melibatkan tiga aktor tersebut dapat menjalankan aktivitas-aktivitas dagang secara sempurna dikarenakan, Pertama, masyarakat yang menjual barang dan juga membeli barang. Kedua, pedagang yang dapat membeli barang dagangan dari masyarakat dan ditampung sehingga dijual kembali. Ketiga, jasa transportasi yang dapat membantu terlaksananya pengiriman barang. Berbagai aktivitas yang terlihat di sini bahwa pasar tradisional bukanlah sekedar sarana jual beli saja, artinya pasar tradisional juga tempat terselenggara sejumlah aktivitas yang sangat khas karena dilatarbelakangi oleh seperangkat nilai, norma dan etika serta dilembagakan dalam suatu proses sosial dalam suatu konteks budaya (Effendi, 2016:106-109).

Memahami konteks budaya itu sendiri, Pramudya (dalam Saudah, 2018: 133) memberikan gambaran terkait keunggulan pasar tradisional dalam perspektif budaya, di antaranya:

1. Hadirnya kesempatan tawar menawar yang bukan hanya bertujuan untuk beralihnya barang dari penjual ke pembeli, tetapi ada sentuhan humanis dengan saling bertegur sapa di antara keduanya, sehingga tercipta kedekatan secara emosional.
2. Timbul kedekatan dalam jangka waktu sekejap, karena komunikasi personal di antara kedua belah pihak, sehingga menumbuhkan predikat baru dalam sebuah hubungan.
3. Sangat terkait dengan kualitas yang merujuk pada jaminan kebaruan komoditas yang diperdagangkan. Jika pembeli jeli dan teliti, maka memungkinkan memperoleh kesempatan menyeleksi kualitas barang bagus serta murah.
4. Pasar tradisional memiliki jam operasional lebih panjang dari pada pasar modern.

5. Pembeli/konsumen dengan cepat memperoleh informasi harga, bahkan bisa membandingkan harga pedagang satu dengan pedagang lainnya.

Pasar tradisional banyak dilaksanakan di tempat – tempat tertentu sebagai sebuah upaya alternatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti pada suatu desa, kecamatan, kabupaten dan lain sebagainya. Berbicara dalam konteks pasar tradisional di Aceh, terdapat dua kategori pasar yang masih diterapkan sampai dengan sekarang oleh masyarakat, yaitu pasar harian dan pasar mingguan. Pada pasar harian biasanya aktivitas kegiatan dilakukan setiap hari dengan bangunan bersifat tetap sedangkan pasar yang dilaksanakan mingguan terjadi seminggu sekali dan biasanya bangunan penjualan dapat dipindah-pindah.

Aktivitas pasar tradisional yang bersifat mingguan ini, masyarakat yang berkunjung terlihat ramai karena aktivitasnya dipadati oleh masyarakat lokal dan masyarakat luar. Hal ini menunjukkan bahwa ada keikutsertaan masyarakat dari berbagai wilayah, baik desa maupun kecamatan yang berusaha mencari kebutuhan bagi dirinya. Seperti halnya pasar tradisional mingguan yang terjadi di Kecamatan Gandapura. Pada hari terlaksananya pasar mingguan ini, ada dua pusat keramaian sebagai titik aktivitas pasar, yaitu pada titik pusat dan pada titik gelanggang.

Gelanggang diistilahkan sebagai sebuah tempat yang dapat menampung manusia dengan jumlah yang banyak. Pemahaman gelanggang dapat diambil dari tempat atau ruang yang membentuk interaksi sosial pada suatu kegiatan yang berlangsung. Secara sederhana gelanggang adalah suatu tempat perkumpulan orang yang memiliki kegiatan yang sama. Kegiatan yang dilakukan secara bersama itu sebagai aktivitas harian dengan tujuan tertentu sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan.

Gelanggan dilihat sebagai sebuah tempat atau ruang yang memiliki kegunaannya tersendiri. Misalkan gelanggang olahraga yang dapat diartikan sebagai aktivitas olahraga yang dilakukan oleh pelaku olahraga. Gelanggan dagang yang dapat diartikan sebagai tempat untuk melakukan segala aktivitas dagang mencakup promosi barang atau mencari pasaran. Gelanggan pasar yang dapat dipahami sebagai suatu aktivitas pasar yang dilakukan oleh pelaku pasar.

Pada gelanggang pasar ini, aktivitas masyarakat lebih tergambar dalam kegiatan jual beli produk atau barang tertentu. Masyarakat dapat menjalankan aktivitasnya dalam mencari stok barang, memasarkan barang dan juga dapat menawarkan jasa transportasi serta jasa lainnya. Interaksi yang terjadi pada masyarakat yang melakukan kegiatan pasar pada suatu gelanggang dapat menggambarkan budaya pasar itu sendiri. Budaya ini muncul dari aktivitas masyarakat yang melakukan aktivitasnya secara berulang-ulang.

Gelanggan pasar ternak juga dipahami sebagai aktivitas masyarakat yang membentuk budaya dagang di suatu wilayah. Melalui interaksi yang terjadi, masyarakat dalam hal ini dapat berkumpul dan secara keseluruhan memiliki tujuan yang sama. Pada gelanggang pasar ternak, peranan penjual dan pembeli memberi keistimewaan tersendiri karena peranan itu membawa pengaruh pada hiruk-pikuk suasana pasar. Aktivitas yang terjadi di pasar adalah sebagai interaksi jual beli ternak, sehingga di dalamnya akan ada jenis - jenis ternak tertentu yang diperjualbelikan, tergantung kebutuhan masyarakat. Oleh sebab itu, gelanggang pasar ternak memberi interaksi yang membentuk budaya dagang bagi masyarakat.

Seputaran wilayah Bireuen, pasar ternak dikenal dengan sebutan "*Gang Leumo*⁵". Kata "*gang*" diambil dari sebutan kata gelanggang sedangkan kata "*leumo*" merupakan arti dari kata

⁵ *Gang Leumo* merupakan representasi dari pasar ternak tradisional. Biasanya banyak masyarakat menyebutkan pasar ternak ini sebagai *Gang Leumo* dan di akhirnya ditambah dengan nama wilayah. Sebagai contoh, "*Gang Leumo Geureugok*".

lembu/sapi. Berkaitan dengan hal ini, *Gang Leumo* dipahami sebagai tempat penjualan hewan ternak yang dilakukan oleh masyarakat sampai dengan sekarang ini. Oleh karena itu, aktivitas *Gang Leumo* berada pada suatu ruang atau suatu tempat sebagai sarana penjualan hewan ternak secara langsung dan bersama.

Objek *Gang Leumo* sebagai kajian dari pasar ternak tradisional terdapat di Desa Geurugok, Kecamatan Gandapura, Kabupaten Bireuen. Lokasi ini merupakan salah satu wilayah yang masih terdapat aktivitas penjualan ternak yang terlaksanakan dalam seminggu sekali sebagai representasi dari aktivitas masyarakat dalam sistem mata pencaharian dan keberadaannya berada di pesisir pantai timur Aceh. Pasar ini juga merupakan salah satu objek transaksi jual beli ternak dalam kategori besar sebagai suatu kategori pasar ternak yang ada di wilayah Aceh. Hal ini tidak terlepas atas banyaknya bangunan bangsal yang dibangun sehingga mampu menampung ribuan ternak seperti sapi, kerbau, kambing, kibas dan domba. Selain itu, kontruksi aktivitas masyarakat dalam kegiatan pasar juga ramai dan mereka merupakan para pengunjung (pembeli dan pedagang). Sebagai kategorinya *Gang Leumo* ini merupakan jenis pasar tradisional, karena terdapat proses interaksi langsung yang dilakukan oleh pelaku pasar. Artinya secara tidak langsung, ada pengetahuan yang dimiliki oleh setiap pelaku pasar saat menjalani aktivitas mereka di area pasar.

Sebagai bagian dari pasar mingguan, aktivitas di *Gang Leumo* sendiri terjadi secara langsung dan atau masyarakat saling berinteraksi secara *face to face*. Interaksi jual beli juga masih terjadi secara langsung dan masih diterapkannya proses tawar menawar. Kondisi *Gang Leumo* ketika berkunjung banyak kita jumpai para penjual yang menjajakan hewan ternak untuk diperjualbelikan kepada semua pembeli. Artinya dalam aktivitas penjualan terdapat interaksi antara penjual dan pembeli dalam memperoleh kebutuhan masing-masing.

D. Pengetahuan Pedagang Ternak

Sejalan dengan kondisi serta interaksi yang terjadi di pasar ternak Geurugok, dimensi kognitif para pedagang merupakan bagian utama yang membentuk perilaku berdagang. Kognitif diartikan sebagai bentuk “mengetahui” yang dimiliki oleh individu melalui kemampuan berfikir dan belajar, sehingga memiliki kemampuan daya ingat atas pengalaman yang dilalui (Hasmi, 2020:10-11). Oleh sebab itu, apa yang dimaksud dengan “mengetahui” di sini sama halnya dengan pengutaraan “pengetahuan” yang dimiliki oleh seorang individu dalam kehidupannya, sehingga Notoatmodja (dalam Masturoh & Anggita, 2018:4) menjelaskan bahwa pengetahuan tersebut dimulai dari “tahu” sehingga memperoleh “tahuan” yang secara sadar diposisikan dalam alam pikir manusia.

Menurut Nurmansyah, *et.al.*, (2019: 22) bahwa pengetahuan berkaitan dengan kegiatan mengetahui yang berkenaan pada sesuatu objek, artinya berkaitan dengan suatu hal atau peristiwa yang dialami oleh subjek. Pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang diperoleh dari pengalaman serta hubungan secara langsung dengan lingkungan hidupnya. Oleh sebab itu, pengetahuan dapat berbeda dari satu sub-kebudayaan dengan sub-kebudayaan lainnya, sehingga setiap wilayah memiliki ciri khas pengetahuan tersendiri (Ahimsa-Putra, *et.al.*, 2003: 72). Mereka memiliki himpunan pengetahuan masing-masing dalam menjalankan kehidupan seperti, pengetahuan tentang alam, tumbuh-tumbuhan, binatang, benda dan manusia yang ada di sekitarnya (Sumarto, 2019:149). Pengetahuan tersebut digunakan sebagai menginterpretasikan pengalaman dan melahirkan tingkah laku sosial (Spradley, 2007: 6). Oleh sebab itu, pengetahuan bukan saja melihat fenomena, namun sampai kepada makna berbagai fenomena tersebut, sehingga pengetahuan tersebut dimiliki oleh bersama.

Memahami hal ini, pengetahuan para pedagang ternak di sini berangkat dari dua aspek utama seperti, aspek gagasan/ide dan simbolik. Kedua aspek ini sangat mendukung keterkaitan tingkah laku pedagang di pasar. Terlebih lagi, kedua aspek ini

memberi corak tersendiri terhadap value sebagai penghimpun segala kegiatan jual beli yang dilakukan.

Pertama, gagasan/ide merupakan suatu pola berpikir atau pemahaman yang tersusun berbentuk rancangan dalam pikiran seseorang. Melalui gagasan ini, seseorang dapat menimbulkan suatu pemikiran yang dapat menjawab semua tantangan dalam kehidupannya. Bentuk ini hadir secara langsung dan berfokus pada suatu objek tertentu. Misalnya dalam pemahaman suatu objek pasar, individu akan memahami pasar sebagai bagian dari sarana jual beli yang dilakukan oleh masyarakat. Pada lokasi pasar akan terdapat berbagai jenis barang yang dijual berdasarkan kebutuhan masyarakat.

Gagasan/ide bernotabene pada bentuk abstrak, artinya ia tidak berbentuk benda yang dapat diraba dan dilihat secara langsung. Namun gagasan/ide ini berada pada alam pikiran seseorang yang dapat dilihat dari perilaku atau tindakan yang mereka lakukan. Melalui tindakan dan perilaku ini, seorang individu mampu mengejawantahkan pikiran-pikiran yang dimilikinya. Oleh sebab itu, hal-hal yang menjadi respon masalah atau memahami suatu objek dapat bersumber dari ide yang diperolehnya.

Menurut J.J. Hongmann (dalam Nurmansyah *at al.*, 2019: 75) bahwa gagasan/ide ini merupakan salah satu dari tiga wujud kebudayaan yang ada pada suatu kelompok pendukung budaya. Ia melihat bahwa wujud kebudayaan yang ada di masyarakat berimplikasi pada sebuah ide yang dimiliki oleh masyarakat tersebut. Artinya ide ini memberi kontribusi langsung terhadap perilaku yang bersumber dari alam pikiran manusia sebagai pendukung budaya. Melalui ide ini, manusia akan memperoleh pengetahuan sehingga dalam bentuknya dapat dilihat dari perilaku atau tindakan yang dilakukan.

Pada aktivitas pasar ternak Geurugok, gagasan/ide muncul melalui interaksi yang dilakukan. Melalui interaksi ini, ada tiga objek yang berkontribusi dalam pengungkapan gagasan/ide ini. Pertama, melalui perilaku yang dilakukan oleh para pedagang, artinya mereka mampu bertindak dengan

didampingi gagasan/ide yang dimilikinya. Kedua, melalui pemanfaatan objek, artinya mereka mampu memanfaatkan segala bentuk benda untuk kelancaran dagangnya sehingga pemanfaatan tersebut dilihat dari gagasan/ide yang dimilikinya. Ketiga, melalui komunikasi, artinya mereka saling memberi pandangan terhadap usaha dagangnya sebagai bentuk dari terobosan.

Kedua, dalam memperoleh unsur kognitif dari para pedagang, dimensi simbolik menjadi salah satu bagian yang terlihat secara langsung. Simbol sendiri dipahami sebagai segala tanda yang berbentuk, dapat dilihat, diraba dan dimengerti, sehingga memberi bentuk khas dalam kehidupan manusia. Hendro (2020: 160) menjelaskan bahwa implikasi simbol yang mengarah pada kondisi sosial suatu kelompok masyarakat hanya dapat dimengerti oleh anggota masyarakat yang memilikinya. Artinya simbol yang terbentuk tersebut merupakan suatu komunikasi yang secara konkret dilihat dari gerakan isyarat dan kata-kata dalam bahasa. Oleh sebab itu, sistem simbol yang dimaksudnya berfungsi sebagai identitas untuk mengikat anggota-anggota dalam suatu komunitas. Memahami permasalahan ini, simbol berimplikasi besar pada perolehan makna dari simbol itu sendiri (Spradley, 2007: 7).

Menurut Geertz (dalam Holilulloh, 2016:118) sistem makna dan simbol mampu memberi acuan dari kebudayaan bagi suatu kelompok budaya. Setiap manusia yang hidup berkelompok akan menghasilkan simbol, baik secara individu maupun secara kelompok yang berfungsi untuk mendefinisikan dunianya. Mereka dapat menyatakan perasaannya dan memberikan penilaian terhadap bentuk-bentuk dari simbol itu sendiri. Geertz (1986: 7) juga menjelaskan ada struktur simbolis yang terdapat dalam kelompok masyarakat yaitu, suatu sistem pemikiran serta gagasan umum yang terdapat dalam kata-kata, benda, dan perilaku yang sudah menjadi kebiasaan bersama.

Pada pasar ternak Geurugok, implikasi simbol dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu perilaku yang dilakukan oleh pelaku pasar, objek berbentuk benda yang terdapat di pasar dan

isi dari bahasan (omongan) para pedagang dalam ranah pasar. Melalui ketiga aspek ini, simbol-simbol yang diperoleh dalam aktivitas pasar dapat dimaknai melalui sistem pengetahuan yang dimiliki oleh pedagang. Oleh sebab itu, segala hal yang terbentuk melalui komunikasi-komunikasi, penggunaan benda serta pengaturan-pengaturan dalam sarana penjualan hewan memberi sumbangsih simbolis itu sendiri.

E. Nilai Dalam Berdagang

Bersamaan dengan gagasan/ide dan simbolik yang sudah dijelaskan di atas, maka nilai (*value*) menjadi corak dalam aspek evaluatif kegiatan. Artinya nilai ini menjadi salah satu pertimbangan dari bentuk kejadian atau lainnya yang berada di kehidupan manusia. Bentuk ini hadir setelah bentuk awal itu ada, artinya bentuk nilai akan diadopsikan setelah terjadinya kejadian atau hadirnya suatu benda. Oleh sebab itu, nilai ini mengarah pada keadaan sosial suatu masyarakat pada kehidupannya.

Sistem nilai membawa pengaruh pada tindakan individu, artinya sistem ini mengatur tindakan serta memperhitungkan segi-segi positif atau negatif yang diinginkan oleh seseorang. Menurut Belshaw (dalam Ahimsa-Putra *at. al.*, 2003:153), memperjelas bahwa terdapat dua kategori nilai yaitu: 1) nilai menjadi dasar tindakan aktual tertentu sehingga dengan demikian ia merupakan pola tingkah laku; 2) nilai yang terdapat pada pikiran manusia berupa prinsip etis dan ini menjadi tindakan tertentu. Dua kategori ini merupakan prinsip nilai yang memberi dampak pada aktivitas seseorang. Aktivitas ini dimaksudkan sebagai prinsip dari nilai yaitu tindakan dan tingkah laku.

Memahami sistem evaluatif yang menunjukkan nilai pada suatu objek, maka dalam pasar ternak Geurugok, nilai tersebut terbentuk dari tindakan yang dilakukan, tingkah laku atau perilaku yang terjadi serta tafsiran-tafsiran terkait suatu objek. Pedagang memiliki penilaian terhadap pembeli, penilaian terhadap ternak yang baik dan tidak dan penilaian terhadap

sikap dalam memahami masalah. Memahami hal tersebut, gagasan/ide dan simbolik saling beriringan dengan kehadiran nilai-nilai itu sendiri. Artinya ke tiga hal ini ada dalam aktivitas yang dilakukan oleh seorang pedagang di pasar ternak Geurugok. Oleh sebab itu, maka sistem nilai sendiri berimplikasi pada keseluruhan gagasan serta makna simbolik yang terdapat dalam kegiatan manusia, terkhususnya dalam kegiatan pasar ternak.

Memahami ketiga aspek yang sudah dijelaskan tersebut dapat diejawantahkan dalam dinamika pengetahuan para pedagang melalui; pertama, tindakan atau perilaku apa saja yang terjadi saat mereka melakukan aktivitas pasar. Kedua, bentuk objek yang digunakan dalam menjalankan aktivitas tersebut dengan kehadiran benda-benda yang memudahkan mereka menjalankan aktivitas pasar. Ketiga, isi bahasaan (omongan) yang mereka praktekkan saat melakukan interaksi yang terjadi di lingkungan pasar.

Melalui tahapan-tahapan di atas, narasi yang melabelkan pengetahuan berdagang ternak yang dipraktekkan oleh masyarakat lokal merupakan pola aktivitas budaya yang dilakukan saat terjadinya kegiatan pasar ternak. Hal ini terjadi berdasarkan pengalaman-pengalaman yang diperoleh sebagai bagian dari pengembangan usaha dagang yang dilakukan. Oleh karenanya, budaya merupakan produk dari pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat dalam melakukan kegiatan sosial yang terjadi di kehidupan pasar. Pengetahuan itu memberi implikasi langsung atas praktek yang terus berulang dalam menjalankan aktivitas pasar ternak yang mereka geluti.

BAB III

UROE PEUKAN : SELAYANG PANDANG DUNIA BISNIS DI BIREUEN

A. Sejarah Singkat Perdagangan di Bireuen

Kabupaten Bireuen merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Aceh. Kabupaten ini merupakan pemekaran dari Kabupaten Aceh Utara yang disahkan pada tanggal 4 Oktober 1999 (UU Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 1999). Terhitung sejak tahun 2004 wilayah Kabupaten Bireuen terdapat 17 kecamatan yang tersebar di beberapa titik (BPS Kabupaten Bireuen, 2021). Pusat Kota Bireuen berada di Kecamatan Jeumpa yang keberadaannya berada pada titik persimpangan tiga mengarah jalur menuju Kota Takengon, Lhokseumawe dan Banda Aceh.

Bireuen dikenal sebagai wilayah penghasil berbagai komoditas pertanian seperti coklat, pinang, kelapa, pisang dan lain sebagainya. Wilayah Bireuen berdekatan langsung dengan laut Selat Malaka dan berbatasan dengan Kabupaten Bener Meriah, Kabupaten Pidie Jaya dan Kabupaten Aceh Utara. Kondisi tanah di wilayah ini sangat memungkinkan dalam menghasilkan produk pertanian. Oleh karena itu, dengan hadirnya komoditas pertanian, wilayah Bireuen juga dikenal pada masa lampau.

Pada perkembangannya, pengalaman berdagang yang menyebar luas di kalangan masyarakat Aceh pada masa kejayaan dahulu, di mana masa - masa kejayaan dagang Kerajaan Aceh Darussalam yang membawa nama Aceh begitu dikenal pada abad-16. Sejalan dengan hal tersebut, masyarakat Aceh telah mencapai tahap kemajuan dalam mengelola usaha dagang, sehingga mereka mampu bekerja sama untuk menyukseskan usaha dagang yang digeluti. Begitu juga semangat para pedagang di wilayah Bireuen yang melakukan aktivitas berdagang secara “kebersamaan”.

Pada buku James T. Siegel (1969) yang berjudul *The Rope of God*, menjelaskan kondisi-kondisi bahwa Bireuen merupakan suatu kota yang berada di titik tengah sebagai tempat retribusi tembakau dan kopi. Komoditi ini dijelaskan oleh Siegel adalah hasil tanaman yang berada di dua wilayah subur, yaitu wilayah Bireuen dan dataran tinggi Gayo. Pada tahun 1960-an, kopi dan tembakau adalah komoditi ekspor utama yang dipasarkan ke luar daerah melalui pelabuhan di pantai timur Aceh.

Siegel juga menjelaskan bahwa wilayah Bireuen pada saat itu merupakan wilayah yang terdapat pasar mingguan di sepanjang pesisir laut pantai timur. Pasar mingguan ini dilaksanakan pada hari sabtu, masyarakat lokal menyebutnya dengan *Uroe Peukan*. Selain kegiatan ekspor produk pertanian, sejarah dagang di Bireuen juga dapat dilihat dari kegiatan *Uroe Peukan* yang dilaksanakan. Pada kegiatan *Uroe Peukan*, pedagang lokal dan pedagang luar menjajakan barang dagangannya seperti hasil alam (pertanian), hasil produksi (pernak-pernik) dan lain sebagainya.

Para pedagang juga menghabiskan minggunya berjualan di *Uroe Peukan* tetangga sebagai aktivitas mencari nafkah ekonomi bagi keluarga, seperti yang dijelaskan oleh salah seorang masyarakat di Kecamatan Peusangan (Munir Bahri, 62 Tahun) bahwa *Uroe Peukan* dipahaminya sebagai suatu hari pasaran (*uroe pasaran*) yang dilakukan sekali dalam seminggu. Ia merupakan anak dari seorang pedagang buah yang kala itu sering beraktivitas di *Uroe Peukan*.

Pada masa silam, ia membantu ayahandanya berjualan di *Uroe Peukan*. Saat itu wilayah yang sering didatanginya sebagai aktivitas berjualan di *Uroe Peukan* mencakup: wilayah Matang Glumpang II pada hari Kamis, wilayah Jeumpa di hari sabtu, wilayah Geurugok di hari selasa, dan wilayah Krukuk di hari minggu. Buah - buahan sebagai barang dagangan disimpan di *toeng* atau peti kayu yang diletakkan di pinggir jalur kereta api yang berdekatan dengan stasiunnya.⁶ Setiap *Uroe Peukan* tiba,

⁶ *Toeng* ini terbuat dari kayu yang berbentuk petak, namun beberapa berbentuk persegi panjang. Di sekitaran stasiun yang kala itu berada di seputaran

mereka membawa buah – buahan tersebut untuk dijual pada kegiatan pasar. Setelah subuh, ia menyiapkan buah – buahan dalam keranjang dan akan dijajakan dalam kegiatan pasar.

Pada saat terlaksananya *Uroe Peukan* di wilayah tetangga, ia membawa barang dagangan menggunakan jasa kereta api. Kegiatan yang dilaksanakan di *Uroe Peukan* adalah menjual barang dagangan yang dibawakan itu. Jika barang habis terjual, maka ia membawa uang hasil jualan dan apabila masih tersisa, ia membawa pulang kembali barang tersebut dan diletakkan di toeng kayu sehingga pada *Uroe Peukan* berikutnya di wilayah lain akan kembali dipasarkan. Saat mereka mendapatkan keuntungan, mereka menyisihkan modal untuk kembali mencari buah – buahan yang akan dijadikan sebagai barang dagangan di seputaran Matang Glumpang II. Kegiatan dagang ini secara berulang mereka lakukan hingga dalam keseharian mereka dapat memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

Saat ini di beberapa wilayah Kabupaten Bireuen memiliki aktivitas *Uroe Peukan* yang terlaksana seminggu sekali. Menurut informasi yang didapat, ada sekitan 8 (delapan) titik kegiatan *Uroe Peukan* di Kabupaten Bireuen, artinya dengan jumlah tersebut masyarakat terlihat aktif dalam meneruskan tradisi *Uroe Peukan* di sekitaran wilayahnya. Wilayah yang terhimpun melaksanakan aktivitas *Uroe Peukan* di kabupaten ini, seperti, hari Selasa di Geurugok/ Kecamatan Gandapura, hari Rabu di wilayah Kecamatan Juli, Kecamatan Peudada dan Kecamatan Samalanga, hari Kamis di wilayah Matang Geulumpang Dua/ Kecamatan Peusangan dan Kecamatan Jeunieb, hari Sabtu di wilayah Kecamatan Jeumpa dan hari Minggu di wilayah Kecamatan Kutablang.

Berkaitan dengan aktivitasnya, terdapat masyarakat yang mencari kebutuhan ekonomi dan kebutuhan rumah tangga di lokasi terlaksanya kegiatan pasar. Oleh sebab itu, aktivitas yang terjadi tersebut memiliki korelasi pada interaksi langsung antara penjual dan pembeli sehingga mereka dapat memutuskan harga

Matang Glumpang II. Terdapat puluhan toeng yang dimiliki oleh beberapa pedagang lainnya di lokasi tersebut.

barang secara langsung melalui tawar-menawar. Upaya dalam memahami hal ini, Suryo (2007:5) menjelaskan bahwa *Uroe Peukan* memiliki bentuk yang khas dan bentuk tersebut tumbuh serta berkembang, sehingga memiliki beberapa fungsi. Fungsi tersebut seperti, fungsi ekonomi, namun juga memiliki fungsi sosial seperti fungsi pertukaran informasi, fungsi rekreasi, fungsi pertemuan sosial dan lain sebagainya.

Budaya dagang mampu memancarkan pola interaksi secara bersama bagi para penggiat aktivitas dagang. Usaha dagang di wilayah Bireuen pada masa silam, hubungan di pasar tidak semata-merta siapa yang lebih berkuasa dia yang menentukan harga, tapi lebih halnya pada hubungan di antara individu sesama individu yang melakukan kegiatan di pasar. Oleh sebab itu dalam catatan Siegel (1969) menyebutkan bahwa aktivitas dagang di Bireuen dilakukan dengan "kebersamaan". Kebersamaan dalam hal ini dimaksudkan bahwa para pedagang mampu menjalin hubungan emosional untuk menjalankan relasi dagang di antara masyarakat dan bertujuan untuk meningkatkan mutu penjualan.

B. Gandapura dan *Uroe Peukan*

Gandapura merupakan sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Bireuen yang berbatasan di sebelah Utara dengan Selat Malaka, sebelah Timur dengan Kabupaten Aceh Utara, sebelah Selatan dengan Kecamatan Makmur dan di bagian Barat berbatasan dengan Kecamatan Kuta Blang. Wilayah ini memiliki luas keseluruhan 3.615 Ha yang terbagi 4 mukim dan memiliki sekitaran 40 desa (BPS Kabupaten Bireuen, 2020). Kecamatan ini apabila digambarkan secara geografis memiliki dua wilayah yang lingkungannya berbeda. Wilayah tersebut dapat dipusatkan pada jalan lintas nasional. Pertama, wilayah utara yang berdekatan dengan hamparan laut Selat Malaka, sehingga aktivitas laut begitu mewarnai hiruk-pikuk masyarakat. Kedua, wilayah selatan terlihat dengan aktivitas pertanian seperti perkebunan dan persawahan.

Pusat kecamatan berada di Desa Geurugok, tepatnya wilayah yang selalu dipadati oleh masyarakat guna untuk memperjualbelikan keperluan sehari - hari. Wilayah ini memiliki luas yang cukup dan memungkinkan untuk digunakan oleh masyarakat dalam berjualan. Setiap sekali dalam seminggu, di wilayah ini dilaksanakan hari pasar tradisional atau *Uroe Peukan*.

Kehadiran *Uroe Peukan* di Gandapura sudah terjadi pada masa sebelum kemerdekaan. Salah satu tokoh masyarakat setempat mengatakan bahwa *Uroe Peukan* di Gandapura merupakan hari berlangsungnya pasar tradisional di tengah masyarakat yang sudah lama bertahan sejak pemerintahan Ampon Chik.⁷ *Uroe Peukan* di sini dibentuk sebagai kegiatan pasar yang dikhususkan untuk rakyat dalam sarana jual beli barang (SerambiOneTv,17/06/21). *Uroe Peukan* merupakan hari yang ditunggu oleh masyarakat pada setiap minggunya untuk melakukan aktivitas pasar, baik membeli atau menjual barang. Pada kegiatan ini terdapat berbagai jenis barang dagangan seperti produk hasil pertanian, produk teknologi dan produk kerajinan.

Kegiatan *Uroe Peukan* di sini terlaksana pada hari Selasa dalam kurun waktu sekali seminggu. Banyak di antara pedagang yang berdatangan untuk melakukan aktivitas pasar, mulai dari pedagang lokal dan/atau pedagang luar. Artinya pada saat kegiatan pasar berlangsung, banyak di antara masyarakat lokal ataupun luar yang ikut melaksanakan kegiatan pasar dengan tujuan mendapatkan kebutuhan yang diperlukan. Ada berbagai barang dagangan yang dijajakan pada aktivitas *Uroe Peukan* seperti; pakaian, pernak-pernik, hasil pertanian, produk olahan, kendaraan bekas, produk kerajinan, ternak dan makanan.

⁷ Ampon Syik istilah lain dari sebutan *Ulee Balang* yang pada zaman dulu dikenal dengan *Ulee Balang* Peusangan. Masyarakat ada yang menyebutnya Nek Ben. Tugasnya adalah mengurus pemerintahan yang cakupannya adalah wilayah mukim.

Aktivitas *Uroe Peukan* bersifat tradisional dikarenakan masih berlakunya tawar menawar antara pembeli dan penjual. Suryo (2007:4) menjelaskan bahwa pasar tradisional yang digelar seminggu sekali (seperti *Uroe Peukan*) dikarenakan jauhnya masing-masing tempat untuk dijangkau oleh para pedagang,⁸ terbatasnya kebutuhan yang tersedia untuk masyarakat setempat pada beberapa produk/barang⁹ dan keterbatasan daya beli masyarakat setempat.¹⁰ Hingga terkadang di beberapa pelosok desa, kelurahan hingga kecamatan, keberadaan pasar tradisional seperti ini merupakan salah satu alternatif yang tersedia bagi masyarakat.

Memahami pasar di dalam kehidupan masyarakat desa yang masih berperan pada adat kebiasaan, norma dan aturan, maka pasar bukan hanya tempat memenuhi kegiatan ekonomi saja, melainkan sebagai tempat terlaksananya kegiatan sosial-budaya masyarakat. Artinya bahwa pasar tradisional adalah pasar yang memiliki keterikatan sendiri oleh masyarakat, sehingga pasar tradisional memiliki unsur/komponen yang saling ketergantungan di antara masing - masingnya seperti produksi, distribusi, transportasi, transaksi dan sebagainya. Oleh sebab itu, kegiatan pasar yang berlangsung ini dapat membangun interaksi antara pedagang dan pembeli secara langsung.

Pusat kegiatan *Uroe Peukan* di Geurugok berada langsung di pinggir jalan nasional lintas Banda Aceh - Medan. Ketika saat

⁸ Saat *Uroe Peukan* berlangsung, banyak terdapat pedagang dari luar daerah kecamatan yang melakukan aktivitas berdagang. Mereka berprofesi sebagai pedagang yang berpindah-pindah. Selain itu, pengunjung pasar juga mengunjungi *Uroe Peukan* ini dari luar wilayah kampung. Artinya pembeli yang membeli keperluan belanjaan di lokasi ini datang dari kampung tetangga. Oleh karena itu, wilayah peukan ini dibentuk pada wilayah per kecamatan yang berada di sekitaran jalan lintas, sehingga masyarakat dapat mengakses tempat tersebut dengan mudah.

⁹ Para pedagang membeli produk atau stok produk dari tempat lain dan dapat dibawa lagi ke *Uroe Peukan* semula untuk dijual. Dengan hal ini kebutuhan yang tersedia saat berlangsungnya *Uroe Peukan* akan selalu terjaga.

¹⁰ Dalam jangka waktu seminggu sekali, masyarakat setempat dapat menabung atau menyisihkan uang untuk keperluan belanja di *Uroe Peukan*. Dengan jadwal ini, mereka mampu menargetkan apa saja yang akan dibeli saat *Uroe Peukan* tiba, walaupun rencana yang ditargetkan akan bertambah dikemudian.

kegiatan berlangsung terkadang terjadi macet karena aktivitas pasar yang cukup padat. Kepadatan masyarakat dalam suasana pasar pada hari tersebut terhimpun dalam dua titik keramaian yaitu wilayah pusat dan wilayah gelanggang.

1. Wilayah pusat: terdapat di pinggir jalan lintas, di sini masyarakat membangun lapak yang berjajar untuk wilayah dagangannya, sehingga saat pengunjung pasar datang terjadi keramaian karena aktivitas pengunjung pasar yang berlalu lalang. Barang - barang yang diperjualkan mencakup kebutuhan sehari - hari masyarakat dan harganya tidak terlalu tinggi (*hana meuhai*).
2. Wilayah gelanggang: lokasi wilayah gelanggang terbagi dalam 3 (tiga) titik. Masyarakat menyebutnya dengan sebutan "gang". Pada saat kegiatan *Uroe Peukan* yang berlangsung di Gandapura ini, wilayah keramaian gang terjadi pada, gang honda (gelanggang kereta), gang itangen (gelanggang sepeda) dan *Gang Leumo* (gelanggang hewan ternak). Di lokasi ini, pedagang menjajakan barang dagangan yang bernilai (*meuyum*). Masyarakat juga memadati wilayah gang ini hanya sekedar berkunjung untuk melihat serta cek harga dan ada juga yang berkeinginan untuk membeli.



Gambar 3.1. Aktivitas Kegiatan *Uroe Peukan* di Geurugok
Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

3. Suasana yang ramai di beberapa titik pada wilayah tersebut memberi nuansa aktivitas pasar itu sendiri. Banyak masyarakat yang melakukan aktivitas pasar di sini karena bukan hanya masyarakat lokal saja yang beraktivitas, tetapi juga masyarakat luar yang ikut berperan.

Pada pasar mingguan ini terdapat penjual beras, rempah - rempah dan keperluan lainnya yang dijual sedikit lebih murah. Pada suatu hari, kami duduk di persimpangan jalan berdekatan dengan parkir kendaraan roda dua. Disana terlihat kendaraan tersusun dengan rapi yang disusun oleh seorang juru parkir yang memakai topi merah kusam. Kiri-kanan kami melihat kegiatan masyarakat melangsungkan aktivitas di *peukan* Geurugok. Ada yang mengunjungi lapak beras yang berada langsung di tepi jalan, ada yang melihat pakaian jadi yang digantung oleh para pedagang, ada yang melirik buah-buahan segar, dan ada yang sedang melangsungkan interaksi pada pedagang rempah-rempah. Mobil dan motor berjalan dengan lambat ketika melintasi area ini di hari Selasa. Masyarakat berlalulalang, ada yang baru mengunjungi pasar dan ada yang keluar dari pasar setelah membeli kebutuhan yang diinginkan. Pada area pusat *Uroe Peukan* menunjukkan kemacetan di beberapa area. Kemacetan ini disebabkan karena keberadaan para penjual yang saling berhadap-hadapan dan lokasi kegiatan pasar berdekatan dengan jalan lintas nasional membuat wilayah tersebut ramai. Sembari melihat kegiatan *Uroe Peukan*, kami juga melakukan proses dokumentasi gambar atau *Visual Picture* dengan fasilitas kamera *handphone* sebagai bentuk perekaman cerita dari kejadian yang terjadi.

Pada suatu waktu, kami berjumpa dengan seorang pengunjung pasar ketika kami ingin beranjak pergi menuju ke *Gang Leumo*. Ia seorang pria yang umurnya sekitar 42 tahun. Ia baru saja membeli keperluan dapur, bawang, cabe, kunyit, ikan, sayur, buah salak, dan popcorn yang diproses secara tradisional di *Peukan* ini. Awalnya kami melansungkan interaksi nonverbal dengan senyuman kepada pria ini, dan senyuman balasan juga

dipraktikkannya. Kami mulai berbicara ringan seputaran asal tinggal, aktivitas di pasar, dan beberapa mengenai aktivitas kami di sini. Ia seorang pria yang berasal dari Kutablang, daerah yang tidak begitu jauh dari lokasi ini. Biasanya ia membeli barang – barang di pasar ini dapat bertahan hingga seminggu kedepan. Sama seperti apa yang disampaikan Soryo (2007:15) bahwa *Uroe Peukan* merupakan suatu hari yang dinanti-nanti oleh masyarakat karena di hari tersebut terdapat kebutuhan-kebutuhan rumah tangga yang lebih lengkap daripada hari biasanya serta harga yang terjangkau lebih murah.

Suasana keramaian dalam aktivitas *Uroe Peukan* di Gandapura juga terlihat di wilayah gelanggang hewan di bagian Selatan Geurugok. Gelanggang ini merupakan sebuah pasar ternak yang cukup dikenal oleh masyarakat setempat. Ketika aktivitas pasar berlangsung, terdapat banyak pengunjung yang berperan dalam melakukan interaksi jual beli di lokasi gelanggang ini. Pengunjung tersebut berasal dari berbagai daerah di seputaran pesisir Aceh. Kehadiran pengunjung ini menjadi warna tersendiri sebagai salah satu titik aktivitas keramaian di lokasi tersebut. Oleh sebab itu, kehadiran para pengunjung tersebut membawa peranan tersendiri terhadap fungsi pasar hewan bagi masyarakat dalam upaya menjalankan aktivitas sosial dan ekonomi.

C. Mengenal Gang Leumo Geureugok

Ternak merupakan hewan yang dipelihara oleh masyarakat guna untuk memenuhi sumber protein hewani. Konsumsi protein hewani di Aceh memberi pengaruh langsung pada keadaan pasar ternak. Upaya distribusi ternak melalui pasar serta pedagang yang berprofesi sebagai penjual ternak memiliki andil tersendiri atas keberlangsungan sumber protein hewani bagi masyarakat.

Pasar ternak atau *Gang Leumo* dikenal sebagai suatu tempat transaksi jual beli ternak yang dilakukan oleh masyarakat Aceh. Pasar ternak menjadi perbincangan yang khas bagi para pedagang lokal dalam menyalurkan hewan ternak ke

beberapa titik pasar. Tercatat dalam Renja (2019) Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Aceh terkait dengan lokasi pasar di wilayah Aceh yang tersebar dalam beberapa titik kabupaten di Aceh. Lihat tabel 3.1. di bawah terkait dengan lokasi pasar hewan tersebut.

Jalur menuju ke lokasi *Gang Leumo* harus melewati Jalan Glee Kuprai yang dapat dilintasi dengan mudah. Jalan tidak terlalu sempit dan tidak terlalu besar dengan kondisi sudah membaik, artinya hanya beberapa titik saja yang terlihat berlobang. Awal masuk simpang jalan tersebut, pada bagian kanan terdapat masjid serta panti asuhan dan pada bagian kiri merupakan kedai kopi. Sepanjang jalan tersebut terdapat bangunan toko, rumah, persawahan, sekolah dan puskesmas. Pada lokasi *Gang Leumo* terdapat dua pintu akses, tembok pembatas, lokasi pengambilan retribusi, parkir kendaraan, bangsal, warung, toilet/kamar mandi, mushola, timbangan digital, pos pelayanan pembuatan surat, pondok, pengikat bambu, sumur bor, jalan lintas penghubung yang beraspal, pepohonan dan hiruk pikuk pelaku pasar.

Tabel. 3.1. Lokasi Pasar Ternak Yang Berada di Aceh

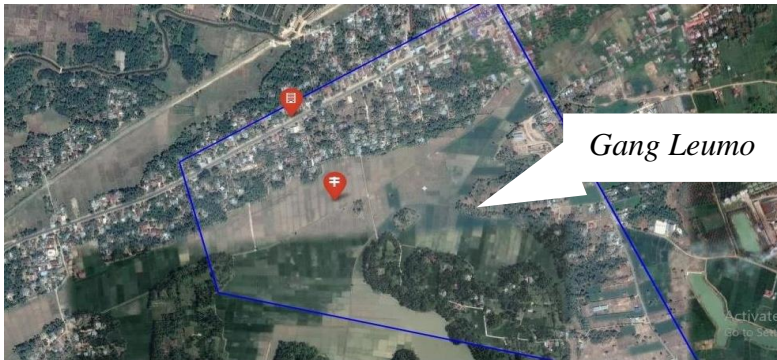
No.	Kabupaten/Kota	Lokasi	Hari Pasar	Keterangan
1.	Banda Aceh	Ulee Kareng	-	Tidak Aktif
2.	Aceh Besar	Sibreh Seulimum Cot Iri Krung Barona Jaya	Rabu Senin Sabtu	Aktif
3.	Pidie	Padang Tiji Beureunun Kota Mini	Selasa Sabtu	Aktif
4.	Pidie Jaya	Bandar Dua	Rabu	Aktif
5.	Bireuen	Glumpang Payong Geurugok	Sabtu Selasa	Aktif
6.	Aceh Utara	Panton Labu	Minggu	Aktif
7.	Lhokseumawe	Alue Awe Kp.Mesjid	Senin	Aktif
8.	Bener Meriah	-	-	Belum Ada
9.	Aceh Tengah	Pegasing	-	Tidak Fungsi
10.	Gayo Lues	-	-	Belum Ada
11.	Aceh Tenggara	-	Sabtu	Aktif
12.	Aceh Jaya	Pasie Jaya Lamno Krueng Sabee Panga	Jum'at Minggu Sabtu Minggu	Aktif
13.	Aceh Barat	-	-	Belum Ada
14.	Nagan Raya	-	-	Belum Ada
15.	Aceh Barat Daya	-	-	Belum Ada
16.	Aceh Selatan	-	-	Belum Ada
17.	Subussalam	-	-	Belum Ada
18.	Aceh Singkil	-	-	Belum Ada
19.	Aceh Timur	Buket Pala, Idi Rayeuk	Senin	Aktif
20.	Langsa	-	-	Tidak Fungsi
21.	Aceh Tamiang	Tualang Cut	Kamis	Aktif
22.	Sabang	-	-	Belum Ada
23.	Simeulue	-	-	Belum Ada

Sumber: Perubahan Rencana Kerja (Renja) 2019, Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Aceh

Aktivitas jual beli ternak telah menjadi suatu kegiatan sosial bagi para pedagang, karena dalam proses penyaluran hewan ternak terdapat interaksi langsung di dalamnya. Mereka saling terhubung antara penjual dan pembeli sebagai suatu kegiatan pasar, sehingga *Gang Leumo* menjadi suatu objek yang banyak dikunjungi oleh para pedagang dan pembeli untuk bertransaksi jual beli hewan ternak. Artinya di saat masyarakat ingin mencari hewan ternak, mereka dapat mengakses ke lokasi *Gang Leumo* untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkannya.

Secara pengertian yang disebutkan di atas, *Gang Leumo* dapat disimpulkan sebagai salah satu tempat yang dikenal oleh masyarakat sebagai wilayah penjualan hewan ternak. Ketika diartikan ke dalam bahasa Indonesia, *Gang Leumo* berarti “gelanggang lembu”. Pengertian ini memberi gambaran pada aktivitas yang terjadi di lokasi pasar, bahwa *Gang Leumo* ini dapat direpresentasikan pada warna dan hiruk pikuk yang dapat dilabelkan kegiatan *Uroe Peukan*. Artinya di lokasi ini, masyarakat melakukan kegiatan jual beli hewan ternak secara langsung.

Berdasarkan letak geografis Kecamatan Gandapura, wilayah *Gang Leumo* terletak di Desa Geurugok yang berbatasan langsung dengan Desa Keude Lapang. Lokasi ini berjarak sekitar 100 meter dari pusat keramaian *Uroe Peukan* atau 27 km dari pusat Kota Bireuen. Untuk menuju ke pasar ini, masyarakat harus melalui simpang Jalan Glee Kuprai yang berada di perbatasan antara Desa Geurugok dan Keude Lapang. Kondisi jalan mudah untuk dilintasi oleh kendaraan, seperti sepeda motor, becak, mobil kecil dan semi besar, sehingga untuk mengangkut ternak, pedagang bisa dengan mudah mengakses jalur menuju ke lokasi penjualan. Untuk mengetahui letak lokasi *Gang Leumo*, lihat Gambar. 3.2. di bawah ini.



Sumber: Peta Aset Geurugok, Sistem Informasi Gampong (SIGAP)

Gambar 3.2. Peta Lokasi Keberadaan *Gang Leumo* di Desa Geurugok

Lokasi *Gang Leumo* sendiri berhadapan langsung dengan SMK Negeri 1 Gandapura dan berdekatan dengan Pusat Kesehatan Hewan (Puskesmas). *Gang Leumo* ini dikelilingi oleh tembok sebagai pembatas, sehingga aktivitas pasar tidak terlihat langsung dan tidak menimbulkan kemacetan. Ketika sampai ke lokasi, terdapat dua pintu akses untuk memasuki pasar ternak ini. Kedua pintu akses tersebut dijaga oleh petugas tiket yang memungut biaya retribusi pada setiap hewan yang keluar. Fungsi pintu akses ini tidak dikhususkan mana pintu masuk dan mana pintu keluar. Hal ini dibuat sebagai bentuk kenyamanan pengunjung baik itu pedagang maupun pembeli.

Mengenai pintu akses ini, pengunjung dapat dengan mudah masuk dari arah mana saja. Pihak pengelola tidak membatasi pengunjungnya harus masuk dari satu pintu dan keluar dari pintu yang lain. Pembebasan akses masuk seperti ini agar pengunjung merasa aman dan nyaman. Kadang kala seorang pedagang membawa lembunya ke lapak mereka, misalnya lapak tersebut berdekatan dengan pintu akses kedua, maka mereka masuk dari pintu akses kedua karena jarak yang ditempuh tidak jauh. Begitu juga bagi para pembeli, kadang kala mereka ingin melihat kambing para penjual yang berada

berdekatan di bagian pintu akses utama, maka mereka masuk melalui pintu akses utama. Perihal ini memang sudah dilakukan sejak dari awal pembangunan pasar sampai dengan sekarang.

Luas keseluruhan *Gang Leumo* ini sekitaran 2 hektar dengan batasan yang dikelilingi oleh tembok. Sebelum pembangunan pasar ini dilakukan, tanah di wilayah ini adalah milik masyarakat setempat. Namun tahun 2009 terjadi pembebasan lahan untuk pembangun pasar hewan yang berkelanjutan. Sejak awal tahun 2000 sampai dengan 2008, tanah di wilayah *Gang Leumo* ini disewa oleh Pemda sebagai wilayah pasar. Saat itu pembangunan belum dilakukan, tembok pembatas belum dibangun, tapi biaya retribusi sudah dikutip bagi hewan yang keluar. Wilayah di sekitaran *Gang Leumo* ditumbuhi pohon - pohon dan semak belukar, maka itu menjadi pembatas bagi wilayah yang disewa. Saat itu, para pedagang hanya mengikat bambu - bambu untuk penyanggah bagi hewan yang dijaja sehingga lokasi tersebut menjadi lapak. Pada tahun 2009 Pemda bergerak untuk melakukan pembebasan lahan untuk dijadikan pasar hewan berkelanjutan. Setelah tahun tersebut, pembangunan dilakukan dari tahap per tahap sampai rancangan pembangunannya selesai.

1. Sejarah

Hewan ternak merupakan peliharaan yang sangat diminati oleh masyarakat Aceh khususnya di wilayah Bireuen. Salah satu minat masyarakat dalam memelihara ternak adalah untuk diperjualbelikan kembali, seperti ternak kambing, kibas, biri-biri, sapi, dan kerbau. Wilayah Bireuen memiliki dua pasar ternak yang masih aktif dari dulu sampai dengan sekarang, salah satu di antaranya adalah pasar ternak yang berada di Kecamatan Gandapura. Kehadiran pasar ternak ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat di masa lalu. Saat *Uroe Peukan* berlangsung, kegiatan pasaran ternak turut menjadi bagian dalam aktivitas jual beli yang dilakukan oleh masyarakat. Pasar ternak ini merupakan sarana distribusi ternak yang dilakukan oleh masyarakat di masa lalu dan sampai dengan sekarang. Pasar ini telah hadir sejak

kehadiran *Uroe Peukan* di Gandapura ini. Seorang pedagang menceritakan bahwa pada zaman kakeknya dahulu, mereka membeli ternak pada masyarakat di wilayah pergunungan dan setelahnya menjual kembali saat terlaksananya *Uroe Peukan*.

Diceritakan oleh seorang pengelola pasar melalui informasi yang didapat dari masyarakat, pada zaman dahulu, wilayah pasar hewan Gandapura berada di beberapa titik sebelum lokasi sekarang ini. Awalnya sekitaran tahun 60-an letak wilayah pasar hewan berdekatan dengan jalan raya, di mana wilayah tersebut berseblahan langsung dengan titik pusat kegiatan *Uroe Peukan*. Sekarang ini wilayah itu sudah didirikan sekolah SMP Negeri 1 Gandapura. Pada saat terlaksana kegiatan pasar, di lokasi tersebut para pedagang kambing dan lembu mengikat hewan yang dijual. Kedua jenis hewan itu dipisah pada kelompok masing - masing yang berada pada satu lokasi yang sama. Artinya, pedagang kambing akan mengikat kambingnya secara bersama pada satu titik dan pedagang lembu juga melakukan hal yang sama.

Setelah itu, wilayah pasar hewan dipindah lokasi berdekatan langsung dengan Jalan Gle Kuprai. Perpindahan lokasi ini diperkirakan terjadi sekitar tahun 90-an yang lokasinya berada di depan Pusat Kesehatan Hewan (Puskesmas) sekarang ini. Tetapi keberadaan *Gang Leumo* di lokasi ini tidak terlalu lama karena berdekatan langsung dengan jalan akses ke arah desa di wilayah selatan Gandapura. Artinya, di lokasi tersebut berdekatan dengan jalan sehingga menimbulkan kemacetan saat terjadinya kegiatan pasar.

Setelah lokasi yang berdekatan dengan Jalan Glee Kuprai, posisi *Gang Leumo* dipindah ke lokasi sekarang ini. Pemindahan itu terjadi kira - kira sebelum tahun 2000-an. Pada waktu itu penjualan hewan ternak juga dikelompokkan seperti sebelumnya, antara penjual kambing dan penjual lembu. Kondisi pasar saat itu ramai karena berada pada satu

titik penjualan. Saat itu belum dibangun tembok sebagai pembatas sehingga memungkinkan terlihat hiruk pikuk kegiatan pasar. Pada lokasi tersebut terdapat ikatan bambu yang bersambungan yang dibuat langsung oleh pedagang sebagai lapak untuk pengikatan ternak jualan mereka.

Ketika kami duduk di sebuah warung kopi yang berdekatan dengan area ini, kami berjumpa dengan seorang masyarakat. Namanya Safwan (57 tahun) bercerita kepada kami bahwa sekitaran tahun 2000, kondisi *Gang Leumo* berada di bagian titik pintu akses utama. Pada kala itu, para pedagang lembu dan kambing berada pada lokasi yang sama dengan perbedaan titik kelompok. Untuk pedagang lembu, mereka mengikat bambu-bambu sebagai lapak jualan atau lokasi penjualannya. Sedangkan pedagang kambing hanya mengikat pada kayu pancang atau kayu yang ditanam tegak. Lokasi kegiatan pasar terjadi di bawah pohon asam jawa dan wilayahnya tidak begitu luas seperti sekarang.

2. Pembangunan

Ada dua wilayah yang terbagi pada lokasi *Gang Leumo* ini: pertama, wilayah bawah dikhususkan untuk penjualan ternak kecil, seperti kambing, kibas, domba dan biri-biri. Kedua, wilayah atas dikhususkan untuk ternak besar seperti lembu dan kerbau. Wilayah ini menjadi pemisah para pedagang yang menjual ternak kecil dan besar. Artinya para pedagang ternak di lokasi ini berada pada dua titik (lokasi atas dan lokasi bawah) yang menjadi pusat penjualan ternak.

Pembangunan awal *Gang Leumo* ini diselesaikan pada tahun 2014, di mana pada saat itu dibangun tembok pembatas yang mengelilingi wilayah *Gang Leumo*. Selain itu, juga dibangun 2 bangsal yaitu 1 bangsal untuk lembu yang berada di bagian atas dan 1 bangsal kambing yang berada di bagian bawah. Pada tahap ini, juga dibangun sebuah mushola yang berada di bagian atas. Setelah pembangunan pertama selesai, lalu pada tahun 2016 telah terlaksana pembangunan kedua. Pada tahun tersebut ditambah 1 bangsal untuk lembu yang berada di wilayah atas, lalu

bangunan pos pelayanan pembuatan surat, toilet, kamar mandi dan tempat wudhu yang masing - masing juga berada di bagian atas.

Pada tahun 2018 juga terdapat penambahan bangunan kembali. Pembangunan ini terhimpun pada tahap ketiga pembangunan. Pada tahun tersebut, ada 3 bangsal yang menjadi tambahan, 1 untuk bangsal kambing yang berada di bagian bawah dan 2 untuk bangsal lembu yang berada di bagian atas. Selain itu, juga dibangun timbangan digital yang berada di bagian atas dan jalan aspal yang menyambungkan antara pintu akses utama dengan pintu akses kedua. Setelah pembangunan ketiga pada tahun 2018, pembangunan keempat diselesaikan pada tahun 2020 dengan dibangun 2 bangsal, 1 untuk bangsal kambing yang berada di bagian bawah dan 1 untuk bangsal lembu yang berada di bagian atas. Selain itu juga dibangun akses air bersih dengan penggalian sumur bor yang berada di dua titik, satu di bagian bawah yang berdekatan dengan bangsal kambing dan satu lagi di bagian atas yang berdekatan dengan bangsal lembu.

Semua pembangunan tersebut, sumber alokasi dana didapat dari Pemda Aceh yaitu Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Aceh. Penataan pasar ini sangat kompleks, baik dari segi infrastruktur, wilayah akses dan penataan pedagang. Pembangunan yang dilakukan ini mendorong kegiatan pasar lebih berkembang dan terorganisir. Pedagang dan pengunjung dapat dengan mudah melakukan aktivitas pasar.

3. Fasilitas

Pada wilayah *Gang Leumo* ini terdapat fasilitas untuk para pedagang dan para pembeli yang beraktivitas dalam kegiatan pasar. Fasilitas ini memudahkan para pengunjung pasar melakukan aktivitas pasar dan lebih terorganisir. Berikut ini adalah fasilitas yang terdapat di *Gang Leumo*:

a. Bangsal Penjualan Ternak

Bangsal merupakan titik penjualan hewan di *Gang Leumo* ini. Biasanya para pedagang menyebutnya dengan

sebutan “*Sal*”. Letak bangsal dibagi menjadi dua, yaitu bangsal ternak kecil seperti kambing, kibas, biri-biri dan domba. Lokasinya berada di bagian bawah berdekatan langsung dengan pintu masuk bagian utama, sedangkan bangsal untuk ternak besar seperti lembu dan kerbau berada di bagian atas.

Berdasarkan penyebutan pedagang, bangsal untuk ternak kecil disebut dengan “*Sal Kameng*” dan untuk ternak besar disebut “*Sal Leumo*”. Ada sekitar 8 (delapan) bangsal yang tersedia di pasar ini sebagai titik penjualan hewan. Dari ke-8 bangsal tersebut, 3 (tiga) di antaranya adalah bangsal untuk bagian ternak kecil dan 5 (lima) lainnya adalah bangsal bagi ternak besar dengan 4 (empat) kali tahapan pembangunan yang dilaksanakan untuk kemajuan pasar. Jadi dalam hal ini, di wilayah bagian atas berdiri 5 bangsal yang diaplikasikan untuk ternak besar dan di bagian bawah berdiri 3 bangsal untuk ternak kecil. Pada los bangsal terdapat para pedagang yang sedang menunggu pembeli. Pembeli dapat berjalan di seputaran bangsal untuk melihat ternak yang diperdagangkan. Jika para pembeli tertarik mereka akan menanyakan terkait ternak tersebut pada para pedagang.

Untuk peletakan ternak di sini, para pedagang bebas dalam menentukan di mana mereka akan meletakkannya. Artinya para pedagang dapat dengan bebas menentukan di mana ia akan mengikat hewan yang diperdagangkan pada titik bangsal. Tidak ada batasan akses bagi para pedagang di sini dalam larangan mengikat lembu di wilayah bangsal. Semua pedagang bebas menentukan titik lokasi jualan di wilayah bangsal. Tetapi para pedagang memiliki etikanya sendiri, terkadang jika seorang pedagang sudah sering meletakkan hewannya di satu titik tertentu, maka para pedagang lainnya tidak lagi meletakkan hewan di titik tersebut. Mereka mencari lapak lain untuk titik

penjualannya, sehingga para pedagang selalu akur antara sesamanya.¹¹

b. Pengikat Bambu (*Peudeng Tring*)

Selain bangsal, di *Gang Leumo* ini juga terdapat bambu yang diikat secara berkesinambungan sebagai tempat penjualan ternak. Wilayah ini tidak memiliki atap karena untuk memudahkan para pengunjung melihat hewan yang dijual oleh pedagang. Bambu ini dibuat berdekatan langsung dengan bangsal hewan besar yang berada di bagian atas dan diaplikasikan untuk ternak lembu.

Menurut cerita yang disampaikan oleh pedagang, pengikat bambu ini sudah lama digunakan sebagai bagian lapak. Sebelum pembangunan *Gang Leumo* ini, pengikat bambu menjadi bagian titik pusat penjualan pada masa lalu. Oleh sebab itu, pedagang merasa terbiasa mengikat lembu dagangannya pada pengikat bambu ini.¹²

Saat berjalan kegiatan pasar, wilayah ini juga menjadi tempat berlalu lalang para pengunjung pasar. Rangkaian bambu ini dibuat oleh pedagang itu sendiri yang menjadi basis lapak penjualnya. Ketika kami berdiri disebuah lapak bambu ini, seorang pedagang menjelaskan kepada kami perihal lokasi lapak di area bambu ini. Ia menceritakan bahwa pengikatan bambu tersebut dibangun oleh ayahnya pada waktu dulu. Pengikatan itu merupakan basis lapak sebagai titik penjualan lembunya. Pada lapak tersebut tidak dibolehkan pedagang lain yang mengikat lembunya,

¹¹ Memahami akur dan tidak akur di sini lebih pada pendekatan emosional para pedagang. Tidak semua pedagang merasa aman jika lokasi lapaknya diganggu, karena lapak tersebut merupakan salah satu tempat bagi pedagang yang sudah terbangun kerja sama antara penjual. Artinya mereka sudah memiliki langganan tersendiri. Walaupun langganan ini tidak sering mengunjungi pasar, namun jika sewaktu-waktu mereka datang ke pasar, maka dalam halnya akan mengunjungi lapak tersebut.

¹² Setelah bangsal dibangun, beberapa pedagang memindahkan lokasi jualan ke bangunan bangsal. Namun sebaliknya, beberapa lainnya juga masih mengikat lembunya pada pengikat bambu.

hanya saja bila ada perizinan dari mereka. Berkaitan dengan hal ini, artinya merekalah yang boleh mengikat lembu di tempat itu, sedangkan pedagang lain berada di lapaknya masing - masing. Biasanya jika pedagang lain membawa lembu dengan jumlah banyak, kadang mereka (pedagang lain) meminta izin pada pemilik lapak untuk mengikat lembu, dan apabila lapak tersebut ada yang kosong biasanya mereka mengizinkan untuk pengikatan lembu. Tetapi bila lapak mereka penuh, terkadang mereka tidak mengizinkannya.

Wilayah area bambu ini memiliki tiga titik, pertama berada berdampingan dengan bangsal lembu belakang di bagian atas yang berposisi panjang dan memiliki ruas setiap bagiannya antara 2 x 3 meter. Bagian kedua berada di depan bangsal lembu atas yang posisinya terbelah menjadi dua karena akses jalan para pengunjung. Pada posisi pertama berdekatan dengan jalan aspal yang memiliki pondok dan sebuah pohon untuk berteduh. Posisi kedua berdekatan dengan timbangan digital. Bagian ketiga berdekatan dengan pohon bambu dan berada pada dua sisi yang dipisahkan oleh akses jalan para pengunjung.

c. Warung

Pada pasar ternak ini terdapat warung yang menjual minuman dan makanan. Letak warung tersebut tidak jauh dari keberadaan bangsal dan bambu ikatan dengan posisi berjajar antara satu dengan lainnya. Selain berjajar terdapat juga warung yang terpisah yang posisinya berada di sisi pinggir akses jalan. Warung ini dikelola oleh masyarakat sekitar tanpa dipungut biaya oleh para pengelola pasar. Masyarakat yang berjualan di warung ini hanya menjaga kebersihan di lokasi warungnya. Warung ini berbentuk petak dengan bangunannya berjajar. Bangunannya sangat sederhana, artinya warung ini dibangun dengan peralatan sederhana seperti kayu untuk tiang penyanggah dan beratap rumbia.

Pada warung ini mereka menyediakan makanan yang disajikan untuk sarapan dan makan siang bagi para pedagang dan pembeli. Ada beberapa lauk makanan yang disediakan, mulai dengan kari kambing, ikan dan telur sambal, ikan panggang, pepes ikan dan sayuran berkuah. Terlihat menu tersebut sebagian besar merupakan representasi dari menu di rumah.

Selain warung makanan, terdapat juga warung yang khusus menjual minuman. Warung tersebut menyediakan minuman kopi, teh dan minuman sasetan. Pengunjung yang melakukan kegiatan di sini dapat berbincang sejenak di warung sembari menikmati minuman yang dipesan beserta tempat istirahat bagi para pedagang ternak dan pembeli. Pihak pengelola tidak memungut biaya apapun bagi pedagang warung karena bangunannya mereka bangun sendiri. Namun pihak pengelola hanya mengarahkan bagian mana yang dapat dibangun warung pada awal pengelolaan. Untuk membangun warung di sini, masyarakat harus meminta perizinan terlebih dahulu kepada pihak pengelola.

Pada wilayah *Gang Leumo* ini terdapat 11 warung yang terbagi di beberapa titik. Titik pertama menyatu dengan tembok pembatas wilayah *Gang Leumo* atau berada berdekatan dengan pintu akses utama. Pada titik ini terdapat 3 warung yang menyediakan makan dan minuman. Titik kedua berada berdekatan dengan bangsal lembu bagian atas pertama apabila pengunjung masuk dari pintu utama. Pada titik ini terdapat 3 warung yang menyediakan makanan dan minuman.

Titik ketiga berdekatan dengan jalan aspal yang berada di wilayah atas *Gang Leumo*, lokasi tersebut berhadapan langsung dengan bambu ikat di bagian pohon bambu. Pada titik tersebut terdapat 2 warung yang menyediakan minuman. Titik keempat berada pada lokasi bambu ikat tepat di sekitaran pohon bambu arah kedalam lokasi penjualan lembu. Pada titik itu terdapat 1 warung

yang menyediakan minuman. Titik kelima berada di lokasi bambu ikat yang berdekatan dengan bangsal lembu bagian belakang. Pada titik tersebut terdapat 2 warung yang menyediakan makanan dan minuman.

Suasana di warung – warung banyak dipadati oleh para pedagang hewan yang duduk bersantai sembari beristirahat sejenak. Sambil menikmati minuman atau mengkonsumsi makanan, para pedagang bercerita di antara sesamanya terkait hewan yang dibeli atau dijual. Bagi pedagang yang posisi lapaknya berada di dekat warung, kadang mereka duduk bersantai sembari menunggu pembeli datang di warung tersebut.

d. Pos Pengambilan Biaya Retribusi

Pada pasar hewan ini terdapat pos pengambilan biaya retribusi bagi setiap hewan yang keluar dari wilayah *Gang Leumo*. Ada dua titik pos pengambilan biaya retribusi, pertama berada di lokasi pintu akses utama dan yang kedua berada di pintu akses kedua. Pada lokasinya dijaga oleh petugas pengutipan retribusi yaitu dari pihak pengelola pasar (*Gang Leumo*).

Kumpulan dana biaya retribusi ini menjadi bagian dari aset pendapatan daerah. Artinya hasil dari pengumpulan biaya ini akan menjadi bagian dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Bireuen. Pihak pengelola dalam setiap minggunya akan melaporkan jumlah uang masuk di pasar ternak Geurugok. Proses pelaporan hanya membawa hasil uang yang didapat setiap kali aktivitas pasar berlangsung. Uang tersebut dibawa ke kantor Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Bireuen oleh pengelola pasar.

Setiap hewan yang keluar dari pasar ini, pemilik harus membayar biaya retribusi sebesar: kambing, kibas dan biri-biri senilai Rp.2.000 dan lembu atau kerbau senilai Rp.7.000. Pembayaran ini dilakukan dengan mendatangi pos pembayaran retribusi yang ada dilokasi

bangsal. Proses pembayaran tersebut dilakukan oleh seorang pemilik hewan. Apabila saat masuk ke lokasi pasar hewan tersebut dimiliki oleh pedagang, namun saat keluar sudah berpindah hak kepemilikan, maka pembayaran biaya ini disepakati oleh keduanya. Artinya mereka melakukan kesepakatan untuk membayar biaya retribusi ini supaya hewan yang dijual dapat dibawa pulang.

Retribusi dimaksudkan sebagai pungutan uang oleh pemerintah sebagai bentuk balas jasa. Berkaitan dengan hal ini, fasilitas *Gang Leumo* merupakan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah daerah, maka pengambilan retribusi dilakukan agar pendapatan daerah terus berkembang. Selain itu, pengembangan tempat ini juga sebagai bentuk dari sistem penataan para pedagang yang melakukan aktivitas dagang ternak.



Gambar 3.3. Tiket Retribusi Hewan Ternak
Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

Pengambilan retribusi pada pasar hewan ternak tertera dalam Qanun Kabupaten Bireuen Nomor 6 Tahun 2014 tentang “Retribusi Tempat Pelelangan Hewan Ternak”. Pada Qanun tersebut membahas terkait dengan pengambilan retribusi beserta tahapan untuk melaksanakan retribusi pada tempat pelelangan hewan ternak. Dalam bab I membahas terkait dengan ketentuan umum, bab II membahas terkait penggunaan tempat

pelelangan hewan ternak, bab III membahas terkait nama, objek dan subjek retribusi, bab IV membahas terkait golongan retribusi, bab V membahas terkait cara mengukur tingkat penggunaan jasa, bab VI membahas terkait prinsip dan sasaran penetapan struktur dan besarnya tarif retribusi, bab VII pembahasan terkait struktur dan besarnya tarif, bab VIII membahas terkait wilayah pungutan, bab IX membahas terkait tata cara pemungutan, pembayaran dan tagihan, bab X membahas terkait keberatan retribusi, bab XI membahas terkait pengambilan kelebihan pembayaran, bab XII membahas terkait pengurangan, keringanan, dan pembebasan retribusi, bab XIII membahas tentang kadaluarsa penagihan, bab XIV membahas terkait sanksi pidana retribusi, bab XV membahas terkait sanksi administrasi, bab XVI membahas terkait penyidikan dan Bab XVII adalah ketentuan penutup.

e. Parkir Kendaraan

Parkir menjadi bagian yang harus dilihat dalam sebuah pembangunan sebagai pemetaan tata area ruang. Pada wilayah *Gang Leumo* ini, terdapat tiga lokasi parkir yang tersedia bagi para pengunjung. Pertama, lokasi parkir berdekatan dengan pintu bagian utama dengan wilayah yang cukup luas dan berada di bawah pepohonan sehingga suasana parkir tidak panas. Pada lokasi ini, diberlakukan parkir bagi kendaraan roda dua dan roda empat.

Kedua, lokasi parkir berdekatan dengan pintu akses bagian kedua. Pada lokasi tersebut diberlakukan parkir kendaraan roda dua dan roda empat. Ketiga, lokasi parkir berada berdekatan dengan bangsal atas. Parkir di wilayah ini dikhususkan bagi kendaraan roda empat yang dibawa oleh pedagang lembu. Mereka memarkirkan kendaraannya langsung berdekatan dengan bangsal

karena untuk memudahkan pemindahan hewan ternak ke wilayah lapak.

Untuk pengelolaan parkir ini, pihak pengelola pasar memberi kebebasan bagi masyarakat setempat untuk memungut biaya parkir kendaraan. Biaya parkir bagi kendaraan roda dua ditetapkan senilai Rp. 3.000 dan kendaraan roda empat sekitaran Rp. 5.000 dalam jangka waktu sekali parkir. Namun bagi pedagang yang kendaraannya berada pada titik parkir ketiga, tidak dipungut parkir karena sudah berada dalam lingkup tengah. Pada titik itu, tidak ada penjagaan oleh petugas parkir hanya saja para pemilik kendaraan yang menjaganya sendiri. Selain itu, alasan lain para pedagang tidak dipungut parkir karena mereka sudah membayar biaya retribusi hewan yang sudah ditentukan oleh pengelola pasar.

f. Toilet dan Kamar Mandi (MCK)

Pada tempat sosial yang bernuansa keramaian, fasilitas toilet dan kamar mandi atau MCK menjadi fasilitas yang umum terlihat di mana saja. Hal tersebut dikarenakan toilet menjadi tempat pembuangan hadas bagi manusia yang tidak dapat ditunda dengan jangka waktu yang lama. Pada wilayah *Gang Leumo* ini, toilet berada di bagian atas dan berdekatan dengan tembok pembatas. Selain difungsikan untuk toilet, pengunjung juga dapat mandi di tempat ini karena fasilitas air bersih sudah tersedia. Untuk perawatan toilet, ada pengambilan iuran uang bagi setiap pengguna toilet yang dapat dimasukkan pada kotak yang telah tersedia. Iuran ini dikutip sebagai uang perawatan toilet yang dikelola oleh masyarakat setempat. Hasil dari iuran digunakan oleh masyarakat tersebut sebagai uang perawatan toilet.

Masyarakat menjaga kebersihan toilet agar saat pengunjung menggunakan fasilitas toilet merasa nyaman. Pengutipan iuran yang dilakukan adalah sebagai bentuk balas jasa yang telah merawat kebersihan toilet. Jumlah

uang yang dimasukkan oleh pengguna toilet ke kotak kayu nilainya tidaklah menentu. Apabila pengunjung ingin membayar Rp.1000, maka hal itu tidak jadi masalah, demikian juga apabila pengguna toilet membayar lebih.

g. Timbangan Digital

Pada pasar ternak ini terdapat bangunan yang dipergunakan sebagai tempat beroperasi timbangan digital. Target penggunaan timbangan ini adalah untuk mengetahui hasil berat keseluruhan ternak yang diperjualbelikan. Melalui timbangan ini para pembeli dapat mengetahui pasti berapa bobot ternak yang akan dibeli dan perkiraan daging yang akan diperoleh.

Timbangan ini dikategorikan sebagai timbangan modern yang dapat mengukur berat keseluruhan secara digital. Lembu atau kambing hanya diletakkan di atas bidang timbangan yang sudah disediakan, lalu secara otomatis tekanan berat dari timbangan akan langsung muncul di layar. Saat ini timbangan jenis ini dioperasikan apabila terdapat pembeli yang ingin menimbang lembu dan ingin mengetahui berapa bobot keseluruhan.

Timbangan digital lebih banyak diperuntukkan bagi lembu - lembu berukuran besar. Hal ini dilakukan karena pembeli ingin mengetahui besaran daging atau jumlah daging yang akan dibeli.¹³ Lembu - lembu besar biasanya dibeli oleh usaha rumah potong untuk menjual dagingnya. Namun untuk pembeli biasa, mereka tidak melakukan tahap timbangan seperti ini, mereka lebih melihat dari ukuran hewannya saja.

h. Mushola dan Tempat Wudhu

Pengunjung pasar ternak ini sebagian besar dan bahkan dapat dikatakan semuanya beragama Islam.

¹³ Timbangan untuk melihat bobot daging keseluruhan dimaksudkan sebagai bentuk untuk melihat karkas daging. Karkas dipahami sebagai luaran pemisah bagian daging yang telah disembelih. Artinya karkas ini dihitung setelah pemisahan bagian kelapa, ekor, kulit, kaki dan isi didalam perut hewan (Suryani; dkk, 2012:124); (Balai Informasi Pertanian, 1993). Dengan upaya ini, pembeli akan dapat memetakan harga untuk pembelian seekor ternak melalui karkas ini.

Mushola yang dibangun diperuntukkan bagi para pengunjung pasar sebagai tempat beribadah. Pengunjung dapat dengan mudah mengakses ke lokasi ini karena terlihat jelas dari kejauhan apabila sedang berada di wilayah atas.

Mushola ini terletak berdekatan dengan tempat wudhu dan tidak jauh dari toilet yang juga berada di sudut tembok pembatas. Mushola ini berukuran 3 x 4 meter dengan kapasitas 20 jamaah. Saat waktu dzuhur dan ashar banyak dari para pengunjung yang melakukan aktivitas ibadah secara bergantian. Sebelum beribadah mereka menyucikan diri dari hadas kotoran hewan terlebih dahulu dengan air yang telah disediakan di kamar mandi atau toilet. Setelah itu mereka mengambil wudhu dan melaksanakan ibadah shalat yang telah diwajibkan dalam agamanya.

i. Pos Pelayanan Pembuatan Surat

Kepemilikan hewan ternak menjadi salah satu bagian untuk keterbukaan kepemilikan atau hak milik di pasar ternak ini. Upaya kepemilikan ini terhimpun pada surat kepemilikan yang dikantongi oleh para pemilik ternak. Melalui surat yang dibawanya itu, pemilik ternak dapat dengan aman melakukan transaksi jual beli ternak. Sebagai salah satu bagian dari sarana, pos pelayanan pembuatan surat menjadi suatu fasilitas yang dapat memudahkan para pedagang dalam pembuatan surat ternak.¹⁴ Apabila para pedagang tidak memiliki surat ini, maka pedagang dapat membuat surat tersebut di pos yang berada di lokasi pasar ini. Begitu juga dengan berganti hak kepemilikan ternak, maka pemilik baru dapat membuat suratnya di pos ini.¹⁵

¹⁴ Surat ternak merupakan bentuk dari surat hak kepemilikan. Surat ini hanya terdapat pada ternak besar saja, artinya ternak besar adalah ternak yang memiliki harga tinggi. Di pasar ternak ini, surat ternak disebut sebagai "*Surat Leumo*".

¹⁵ Untuk pengurusan surat ini dilakukan dengan kesepakatan bersama antara pembeli dan penjual.

Untuk membuat surat ternak ini, pemilik harus memiliki surat keterangan kepemilikan ternak yang dikeluarkan dari pemerintahan gampong atau desa.¹⁶ Artinya, para pemilik terlebih dahulu harus menunjukkan surat keterangan kepemilikan dari desa. Namun, apabila surat yang dibuat sebagai bentuk dari pergantian kepemilikan, maka pemilik hanya membawa surat kepemilikan sebelumnya pada petugas. Surat pengantar dari pemerintahan desa ini bertujuan sebagai surat keterangan dari pihak desa bahwasanya masyarakat di desa tersebut memiliki ternak. Surat keterangan ini ditandatangani oleh kepala desa atau keuchik. Melalui surat keterangan ini, upaya pembuatan surat yang dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten menjadi mudah, karena akan terhindar dari legalitas pencurian ternak.

Harga pembuatan surat ini berkisar Rp.13.000 (Tiga belas ribu) per lembar. Harga ini sudah ditetapkan dalam Qanun Kabupaten Bireuen Nomor 6 Tahun 2014. Oleh sebab itu, harga tersebut merupakan harga tetap, artinya pengelola tidak boleh menaikkan biaya pembuatan surat ini, kecuali terdapat Qanun baru yang menjelaskan terkait kenaikan harga tersebut. Uang hasil dari pembuatan surat ini dimasukkan ke dalam PAD Kabupaten Bireuen melalui Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan.

Selain itu, di pos pembuatan surat ini juga tersedia layanan pembuatan surat kesehatan hewan. Para pemilik¹⁷ dapat membuat surat kesehatan hewan di lokasi pasar setelah pemeriksaan kesehatan dilakukan oleh

¹⁶ Surat keterangan ini diurus oleh pemilik ternak pada kantor keuchik di gampongnya. Dengan surat keterangan kepemilikan yang dikeluarkan oleh gampong, pemilik sudah dapat membuat surat ternak yang dikeluarkan oleh pemerintah kabupaten di lokasi pasar.

¹⁷ Pemilik di sini merupakan orang yang sudah beralih tangan hak kepemilikan hewan atau belum. Artinya ini dimaksudkan bagi para pembeli atau penjual hewan ternak.

petugas.¹⁸ Ini berupaya agar pembeli dapat membeli ternak dengan keadaan sehat. Artinya ternak tersebut bebas dari penyakit dengan dibuktikan surat kesehatan ternak tersebut. Pada setiap lembar surat yang dikeluarkan, juga berfungsi sebagai surat keterangan jalan atau surat pengantar. Berdasarkan kehadiran surat ini, pemilik akan aman membawa hewan ternaknya ke luar kota.

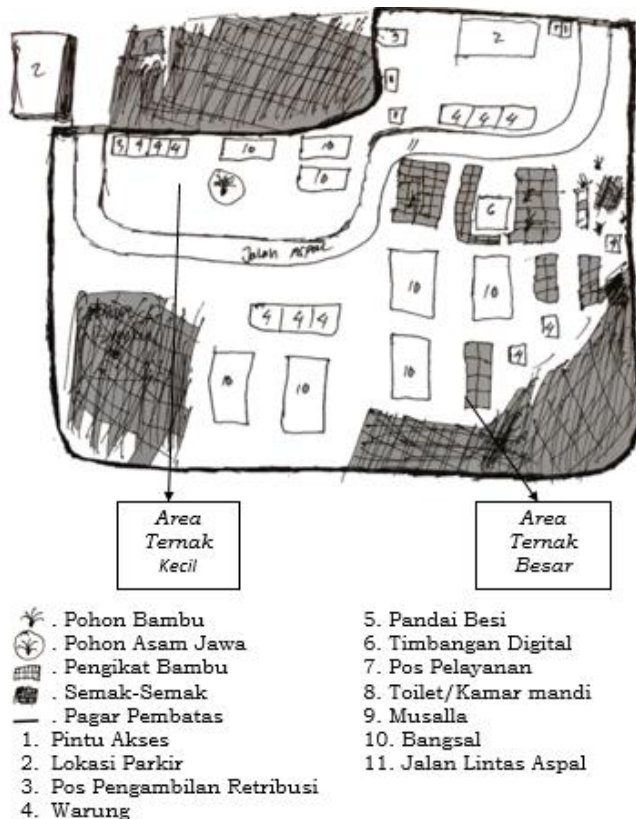
Selain sebagai surat keterangan hewan tersebut sehat, surat itu juga merupakan surat keterangan lalu lintas. Artinya para pedagang akan membawa surat ini apabila menyalurkan ternak tersebut ke daerah luar. Pada surat ini tertera tentang kelayakan penyaluran, dibuktikan dengan kesehatan ternak. Oleh sebab itu, surat ini penting bagi para pedagang dan pembeli apabila membawa ternaknya ke wilayah luar daerah lain.

Surat ini dikeluarkan oleh Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan, UPT Pusat Kesehatan Hewan Gandapura. Pada surat ini diterangkan bahwa ternak yang disalurkan telah melakukan pemeriksaan kesehatan. Terdapat keterangan mengenai jenis ternak yang diperiksa dan banyak ternak tersebut. Selain itu terdapat keterangan kepemilikan ternak terkait nama pemilik, pekerjaan pemilik dan alamat pemilik. Pada bagian terakhir, diterangkan kembali kemana tujuan ternak disalurkan. Ini mencakup dari daerah asal pengangkutan ternak dan tujuan pengangkutan ternak. Selain itu juga diterangkan mengenai jenis pengangkutan yang digunakan melalui keterangan plat nomor seri kendaraan. Setelah itu, surat ini ditandatangani oleh dua orang penanggung jawab. Pertama dari Kepala UPT Puskeswan Gandapura dan yang kedua ditandatangani oleh petugas

¹⁸ Proses pembuatan surat layanan kesehatan hewan ini tidak berlaku untuk semua hewan yang diperjualbelikan di pasar ini. Hal ini dikarenakan ada beberapa hewan dari luar yang sudah memiliki surat keterangan sehat.

yang ditunjuk. Setelah ditandatangani, surat ini di stempel untuk legalitas keaslian surat tersebut.

Semua fasilitas yang telah dijelaskan di atas dapat diakses dengan mudah oleh para pengunjung pasar. Melalui kehadiran fasilitas ini, pengunjung pasar memiliki kemudahan dalam urusan jual beli ternak yang dilakukan. Untuk lebih dalam melihat fasilitas yang terdapat di *Gang Leumo* ini, di bawah digambarkan sebuah skema lokasi keberadaan fasilitas tersebut. Adapun skema lokasi fasilitas tersebut dapat dilihat pada gambar 3.2 di bawah.



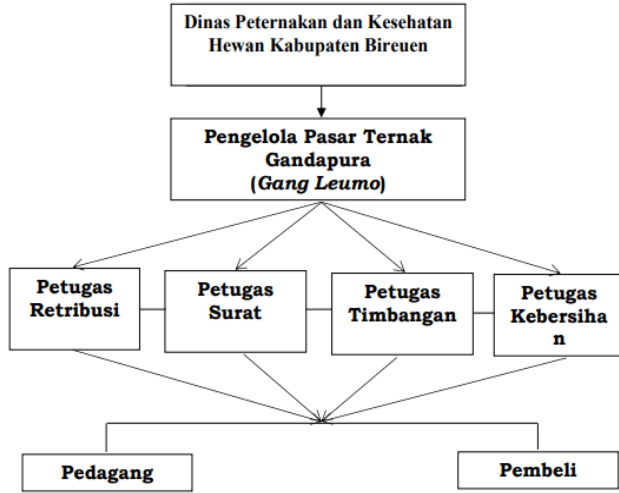
Gambar 3.4. Letak Lokasi Fasilitas di Pasar Ternak Gandapura (*Gang Leumo*)

Sumber: Analisis, 2021

4. Struktur Organisasi

Gang Leumo ini berada di bawah Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Bireuen. Saat aktivitas berlangsung, terdapat petugas pengelola yang bekerja sebagai bentuk kelancaran kegiatan pasar. Berkaitan dengan mekanisme pelaksanaan kegiatan pasar, pengelola membentuk team untuk menangani beberapa titik penjagaan atau lebih tepatnya disebut petugas. Terdapat empat petugas yang menjadi penanggung jawab di beberapa lokasi seperti, petugas pengambilan retribusi, petugas timbangan digital dan petugas pengeluaran surat untuk hewan. Adapun struktur organisasi kerja *Gang Leumo* dapat dilihat pada Bagan 1 di bawah.

Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan (PKH) Kabupaten Bireuen menjadi penanggung jawab atas wilayah yang dikelola sebagai tempat pelelangan hewan ternak. Untuk melancarkan aktivitas tempat pelelangan hewan ini, pihak Dinas PKH membentuk ketua pengelola yang bertanggung jawab mengurus pasar ternak ini, sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pengelola pasar dibentuk dari anggota Dinas PKH di Kabupaten Bireuen. Berdasarkan tugas dan pelaksanaannya, pihak pengelola harus mengurus dan merawat pasar. Artinya apabila terdapat kekurangan maka pengelola harus aktif lapor. Selain itu, pihak pengelola juga menjalankan pungutan biaya retribusi bagi hewan yang masuk atau keluar di pasar ini. Juga mengecek kesehatan hewan bila diperlukan, menjaga timbangan dan mengeluarkan surat yang ditandatangani oleh petugas terkait untuk hewan yang sudah diperjualbelikan.



Gambar 3.5. Struktur Organisasi Kerja di Pasar Hewan Gandapura (Gang Leumo)
Sumber: Analisis, 2021

Ketika pelaksanaan pasar yang tidak mampu terapung sendiri, pengelola membentuk team untuk kelancaran pengelolaan pasar. Ada petugas - petugas yang mengurus di beberapa titik seperti petugas retribusi hewan, petugas surat, petugas timbangan dan petugas kebersihan. Untuk petugas retribusi hewan terdiri dari 2 orang karena terdapat dua pintu akses, petugas surat 1 orang, petugas timbangan 1 orang dan petugas kebersihan 1 orang. Untuk lebih memahami tugas dari masing - masing bagiannya, lihat tabel di bawah ini:

**Tabel. 3.2. Team Kerja Pengelolaan Pasar Ternak Gandapura
(Gang Leumo)**

Team Kerja Pasar Hewan Gandapuran (Gang Leumo)			
Nama Kerja	Penanggung Jawab	Kegiatan	Masa Aktif
Pengelola Pasar	Ketua Pengelola	Mengontrol kegiatan pasar dan perawatan wilayah pasar	Setiap hari
Retribusi Hewan	Petugas Retribusi	Mengambil iuran retribusi pada hewan yang keluar	Hari Selasa
Pengeluaran Surat	Petugas Surat	Mengeluarkan surat bagi hewan yang telah diperjualbelikan	Hari Selasa
Timbangan	Petugas Timbangan	Menimbang hewan dengan timbangan digital	Setiap hari
Kebersihan	Petugas Kebersihan	Membersihkan pasar setelah jalannya kegiatan pasar	Setiap hari kecuali hari Selasa

Sumber: Penelitian, 2021

Pembentukan team ini bermanfaat bagi para pedagang dan pembeli agar mudah dalam menjalankan aktivitas pasar. Oleh sebab itu, pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan akses terkait dengan kebutuhan administrasi di pasar ini. Para pedagang dan pembeli dapat membuat surat keterangan kepemilikan hewan, surat kesehatan hewan dan keterangan retribusi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Maka dengan hal ini, prospek terkait kenyamanan

aktivitas pasar sepenuhnya untuk para pedagang dan pembeli.

5. Aturan-Aturan

Pasar ternak Gandapura merupakan sebuah bentuk aktivitas sosial yang memberi warna sendiri terkait dengan peraturan yang berlaku. Saat kehidupan manusia terhimpun dalam kelompok sosial, mereka akan menciptakan peraturan yang ditaati bersama untuk kenyamanan dan keamanan. Pada dasarnya peraturan ini dibuat sebagai bentuk keseimbangan agar tidak ada yang curang atau dirugikan dalam aktivitas pasar. Peraturan di sini dibentuk oleh para pedagang dan pengelola sebagai orang yang aktif melakukan kegiatan pasar. Untuk itu peraturan ini menjadi hal yang penting yang harus dijaga oleh semua orang yang melakukan aktivitas di pasar ini.

Sebenarnya peraturan di pasar ini tidak tertulis di pamflet – pamflet seperti di beberapa wilayah lain yang terhimpun dalam aktivitas sosial. Peraturan ini tersebar dan diterapkan secara bersama melalui mulut ke mulut. Hal yang menarik adalah apabila peraturan ini dilanggar dan dikategorikan sebagai pelanggaran berat, sanksinya bukanlah berupa uang maupun lainnya, melainkan tidak dibolehkan lagi beraktivitas jual beli di tempat ini. Namun hal itu tidak pernah terjadi bagi para pedagang di sini karena peraturan tersebut merupakan kebutuhan bersama. Artinya para pedagang sangat menaati peraturan ini dengan sesama. Jika ada yang melanggar, mereka melanggar diri pribadi karena sifatnya ada namun tidak terlihat. Berikut ini merupakan peraturan – peraturan yang harus ditaati dalam melakukan aktivitas pasar di tempat ini.

a. Larangan merebut pembeli dari pedagang lain

Maksud dari tidak boleh menarik pembeli di sini adalah apabila seorang pedagang sedang melakukan tawar menawar dengan pembeli, lalu tiba-tiba pedagang lainnya menarik pembeli untuk memperlihatkan

dagangannya, maka itu tidak dibolehkan. Hal itu dapat membuat kesempatan penjualan pedagang terhadap pembeli menjadi sedikit karena yang ditakutkan adalah siapa yang kuat maka dia yang berhasil dan siapa yang pandai bicara dialah yang berhasil. Untuk itu, peraturan ini diterapkan oleh para pedagang agar semua orang mendapatkan kesempatan masing – masing.

Jika pembeli melintasi lapak pedagang satu, maka mereka boleh menawarkan dagangan kepada pembeli tersebut. Namun jika pembeli sedang melintasi lapak pedagang lain, maka pedagang satu tersebut tidak boleh mengacaukan kesempatan pedagang lain. Pedagang satu harus menunggu terlebih dulu keputusan pedagang lainnya dengan pembeli. Untuk itu dalam memahami hal tersebut, pedagang sejatinya menerapkan peraturan secara bersama dan melaksanakan peraturan tersebut. Mereka selalu menjaga kerukunan terhadap pedagang lainnya. Peraturan tersebut adalah bentuk sikap di antara para pedagang supaya tidak terjadi pertengkaran. Sanksi yang didapat jika para pedagang melakukan hal ini berupa sanksi sosial. Artinya pedagang tersebut akan di jauhi oleh pedagang yang lain dan menjadi omongan para pedagang lainnya.¹⁹

b. Larangan menjual hewan curian

Mungkin semua pasar sama, tidak boleh menjual barang hasil curian. Begitu juga di pasar ternak ini, pengunjung melarang menjual hewan hasil curian ke pasar ini. Apabila tertangkap tangan menjual hewan curian di sini, maka si penjual akan bertanggung jawab sepenuhnya. Pada pasar ini baru sekali terjadi

¹⁹ Omongan ini berimplikasi pada sikap yang tidak baik yang dilakukan. Walaupun pedagang hanya bercerita dengan pedagang tersebut, ada penyindiran halus yang didapatkan. Namun bila sesekali dipraktekkan, sanksi sosial seperti ini akan hilang dengan perjalanan waktu. Sikap ini menjadi acuan bagi para pedagang dalam memperoleh kesetaraan penjualan. Karena wilayah ini merupakan wilayah penjualan khusus dan memiliki saingan yang sehat secara bersama. Oleh sebab itu, mereka harus menunggu pelanggan di bagian lapaknya.

pengunjung yang menjual lembu hasil curian. Namun lembu tersebut belum sampai ke tangan pedagang.²⁰ Untuk menjaga agar hewan yang dibeli adalah bukan hewan curian, penjual harus dilengkapi dengan surat yang telah dikeluarkan dari desa ataupun dinas terkait. Surat tersebut sebagai kekuatan bukti bahwa hewan yang dijual adalah milik pribadi.

Apabila ternak curian tersebut sudah dibeli oleh pedagang di lokasi pasar, maka pedagang tersebut harus bertanggung jawab. Pedagang tersebut harus memberikan ternak yang telah dibeli tersebut kepada pemilik asal. Oleh karena itu pedagang tersebut harus menahan semua kerugian.²¹ Kasus seperti ini belum pernah terjadi di pasar ini, namun menurut cerita pengelola pasar kasus tersebut pernah terjadi di pasar lain.

c. Larangan menjual hewan sakit

Hewan sakit yang tidak boleh dijual adalah hewan yang memiliki riwayat penyakit parah dan menular. Hal itu dikarenakan akan menyebabkan hewan lainnya akan ikut tertular hingga dapat membuat kerugian. Apabila hewan hanya sakit ringan seperti masuk angin, luka goresan maka boleh dimasukkan ke pasar ini. Untuk itu sebagai pembuktian bahwa hewan yang dijual tidak sakit, maka pedagang harus memperlihatkan surat kesehatan.²²

²⁰ Kasus penjualan hewan curian ini terungkap saat pemilik bertemu langsung dengan ternaknya. Menurut cerita Muslim (56 tahun), pencuri tersebut merupakan orang daerah luar Kabupaten Bireuen dan baru pertama ke lokasi pasar. Pencuri tersebut membawa lembu menggunakan mobil *pick up*. Saat itu, pemilik ternak kehilangan lembunya dan ia berasal dari daerah Aceh Timur. Ia sudah beberapa hari mencari lembu tersebut dan akhirnya berjumpa di pasar ternak Geurugok. Saat kejadian itu, penjual tidak dapat membuktikan bahwa lembu tersebut miliknya, tetapi pemilik lembu dapat membuktikannya. Dan pada akhirnya pencuri tersebut diamuk massa dan dibawa ke kantor polisi.

²¹ Pedagang harus menanggung kerugian apabila hal ini terjadi. Jika modalnya ingin kembali, maka ia harus mencari pencuri tersebut sendiri dan mengurus hal tersebut apabila mengerucut pada laporan polisi.

²² Biasanya para pedagang tidak pernah membawa hewan sakit ke pasar ini. Namun kami melihat ada kambing yang dibawa oleh pedagang mati di lokasi. Kambing tersebut dibeli di Medan dan semalaman berada diperjalanan. Karena

Melalui surat kesehatan ini, terdapat keterangan ternak yang dibawanya bahwa ternak tersebut sehat. Pasar ini juga menyediakan pemeriksaan kesehatan hewan, sehingga pihak pemeriksa kesehatan ternak dapat mengeluarkan surat bebas dari penyakit.

d. Larangan membuat keributan atau onar

Dilarang membuat keributan memang sudah diterapkan oleh semua orang di ranah sosial seperti pasar. Mungkin di semua tempat mana pun akan menerapkan hal yang sama karena kenyamanan dan keamanan adalah hal yang utama dipikirkan. Apabila ada seseorang yang membuat keributan di pasar, maka akan direda secara kekeluargaan. Namun apabila terjadi kekerasan fisik yang membawa suasana tidak terkontrol, maka pihak pengelola akan memanggil aparat keamanan. Kecuali keributan yang terjadi hanyalah keributan biasa mengenai kesalahpahaman saat berdagang. Mereka akan saling memahami satu sama lain agar tidak terjadi kesenjangan di antara keduanya.

berdesakan, kambing tersebut mati. Namun pedagang itu membawa surat jalan yang menerangkan kesehatan kambing tersebut.

BAB IV

DASAR DAN SUMBER PENGETAHUAN PEDAGANG

Memahami aktivitas pasar ternak yang membawa pengaruh langsung terhadap keilmuan pelaku, maka hal ini memberi corak tersendiri bagi mereka dalam menjalankan usahanya. Terdapat pengetahuan yang dimiliki oleh para pedagang dalam menjalankan usaha tersebut. Hal ini menjadi bagian dari kesuksesan berdagang yang dirintisnya guna meningkatkan mutu penjualan dan keberuntungan posisi sosialnya. Selain itu, persaingan yang terjadi antara pedagang sebenarnya berada pada persaingan secara sehat. Artinya mereka memiliki pola tersendiri dalam menjalankan aktivitas dagangnya tanpa merugikan pedagang lain. Oleh sebab itu, dalam memahami para pedagang di pasar ternak ini, perlu dijelaskan beberapa hal yang menjadi daya tarik dalam aktivitas berdagang hewan di pasar ternak Geurugok yang berimplikasi pada kegiatan jual beli yang dilakukan.

A. Keilmuan Berdagang Ternak

Memahami aktivitas sehari-hari, kaum laki-laki menjadi terobosan besar dalam mencari rezeki. Peluang waktu dalam aktivitas kerja menjadi nilai utama selain nilai bersosial. Memahami peranan itu, laki-laki yang berimplikasi pada keterbukaan adalah laki-laki yang pantang menyerah dalam bertindak sesuatu hal. Hal ini menjadi korelasi dengan peranan sosial yang menjadi basis terciptanya semangat untuk belajar dan bekerja. Melalui hal ini, berbagai manfaat juga didapat seperti, saling bekerja sama, saling mempercayai, saling memberi arahan dan lain sebagainya. Melalui indikator ini, laki-laki memiliki peranan tersendiri dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Oleh sebab itu, peranan tersebut merupakan sisi-sisi dari pengalaman yang diperoleh dari sosialnya.

Keilmuan berdagang sejatinya berimplikasi pada pengalaman yang dimiliki oleh seseorang. Pengalaman itu memberi penekanan pada tiga aspek utama sebagai proses penggalian ilmu para pedagang. Aspek tersebut mencakup pola transmisi pengetahuan, pola pengalaman pribadi dan pola informasi sekunder. Berdasarkan ketiga aspek ini, pedagang mempraktekkan aktivitas dagangnya sebagai suatu pengetahuan terkait sistem dagang yang dikelola. Artinya para pedagang yang melakukan aktivitas dagang di pasar ternak ini memiliki pengalaman berdagang tersendiri dalam usaha dagang yang dilakukan.

Melalui pengalaman tersebut, bentuk ini berimplikasi pada kecerdasan seseorang. Artinya mereka mampu menghandle semua aktivitas dagang seperti mencari pasar, mencari stok hewan yang baik serta menghadapi pembeli melalui pengalaman yang didapatkannya. Hal ini sangat mempengaruhi atas ketersediaan dirinya dalam berdagang ternak. Untuk itu, melalui keilmuan berdagang yang diperoleh mereka mampu memberi corak keberhasilan dalam berdagangnya. Berikut ini akan dijelaskan sumber pola keilmuan yang diperoleh oleh pedagang di pasar ternak Geurugok ini.

1. Pewarisan Keluarga

Pola transmisi pengetahuan kerap menjadi hal yang umum terjadi pada suatu keluarga di Aceh.²³ Peranan anggota keluarga memberi ilmu kepada sesamanya menjadi bagian utama diterapkan sebagai bentuk dari pengajaran oleh seseorang anggota keluarga yang lebih senior. Begitu juga dengan kehidupan para pedagang ternak, mereka mendapatkan ilmu berdagang berdasarkan kontribusi pengajaran oleh orang tuanya. Melalui pengajaran ini seseorang akan mendapatkan ilmu terkait dunia dagang,

²³ Keluarga yang dimaksud disini mencakup ayah, abang. Namun termasuk juga saudara dekat seperti, abang ayah, adik ayah atau abang mamak, adik mamak. Pewarisan di sini dilihat dari ketersediaan si individu untuk menjalankan usaha yang sama tersebut, atau menjalankan usaha keluarganya.

sehingga mereka terbentuk hubungan kerja sama dalam merintis usaha.

Hubungan kerja sama ini membawa pengaruh langsung pada kesediaan seseorang untuk memperoleh keberhasilan di masa depan. Mereka mendapatkan warisan pengetahuan dari usaha yang telah dilakukan oleh seseorang anggota keluarga yang sedang mengelola usaha, sehingga melalui hal tersebut mereka mendapatkan pengalaman-pengalaman dalam menjalankan usaha dagang. Oleh sebab itu, pengalaman ini terbentuk melalui kedekatan emosional yang baik antara sesama anggota keluarga.

Pedagang di pasar ternak Geurugok ini memiliki pola transmisi pengetahuan berdagang dari keluarganya. Artinya proses regenerasi keilmuan berdagang ternak yang dimiliki oleh seorang pedagang secara pengalaman diperoleh dari anggota keluarga yang lebih dulu beraktivitas dalam dunia dagang ternak. Pengalaman ini diperoleh dengan jangka waktu yang lama melalui aktivitas berdagang yang dilakukan secara bersama. Berdasarkan jangka waktu tersebut, mereka mendapatkan pengalaman dari seluk-beluk dunia dagang ternak yang membawa perubahan bagi dirinya dalam usaha dagang ternak yang dirintis.

Beberapa pedagang yang mendapatkan keilmuan berdagang ternak seperti ini memiliki integritas langsung terhadap minat berdagang. Abdul Aziz (23 tahun) merupakan pedagang hewan ternak besar yang beraktivitas setiap minggunya di pasar ini. Ia merupakan anak dari Bukhari (52 tahun) yang juga seorang pedagang. Ayahnya sudah mulai berdagang sejak usia muda. Pengajaran berdagang ayahnya didapat dari kakeknya yang kala itu juga sebagai pedagang hewan ternak.

Sejak usia kecil, berkisaran pendidikan SD, Aziz sering melihat aktivitas ayahnya yang melakukan kegiatan jual beli ternak di rumah. Saat itu ia tidak tahu menahu terkait dunia dagang ternak ini, walaupun ayahnya sering mendatangkan tamu ke rumahnya. Beranjak pendidikan SMP, ia sesekali

diajak oleh ayahnya ke pasar ternak. Ajakan ini memang bukan sebagai aktivitas pengajaran berdagang, namun saat itu sudah dirasakan bagaimana kondisi hiruk pikuk aktifitas pasar.

Sejak pendidikan SMA, ia sudah mulai aktif berdagang ternak ini, walaupun hanya terbatas waktu jualan. Ayahnya sudah mengajaknya untuk menghandle barang dagangan di lapak penjualan. Namun kala itu, pasar yang dikunjungi hanya pasar ternak Geurugok. Artinya ia tidak dibawa ke pasar ternak lainnya karena masih bersekolah. Sejak pendidikan SMA tersebut, ia mulai berminat membantu ayahnya berjualan dan sedikit demi sedikit pengalamannya bertambah.

Setelah tamat pendidikan SMA, ia sudah aktif melakukan perjalanan menuju berbagai pasar ternak di pesisir Aceh. Kala itu ayahnya sudah mulai membawa ia pada setiap pasar ternak yang di kunjungi. Berbekal dengan pengalaman serta beberapa pengajaran yang ia dapatkan saat melakukan aktivitas pasar, sekarang ini sudah dapat mengelola usaha ayahnya. Artinya melalui pengalaman yang didapatkan, ia sudah dapat memahami seluk beluk penjualan ternak yang dilakukan.

Selain Aziz yang menuntut ilmu melalui ayahnya, pedagang ternak besar lainnya yang memiliki pengalaman sama adalah Ridha Mulya (25 Tahun). Ia adalah anak dari Asri (57 Tahun) yang juga seorang pedagang ternak. Ayahnya sejak tahun 1990-an sudah melakukan usaha dagang ternak. Keilmuan ayahnya didapat dari kakeknya (Ridha). Pada masa lalu, kakeknya merupakan seorang pengepul ternak yang membeli semua jenis ternak pada masyarakat. Melalui aktivitas tersebut, ayahnya mendapatkan ilmu terkait dengan dagang ternak. Mereka sering melakukan aktivitas bersama untuk mendapatkan ternak dan dijual kembali di hari pasaran.

Tetapi pada tahun 2000-an, ayahnya pernah beralih profesi sebagai pedagang pinang dan pedagang udang. Saat itu usaha pinang dan udang menjadi usaha yang menjanjikan. Namun usaha tersebut tidak lama dikelolanya, hanya berkisar 9 tahun. Pada tahun 2010, ayahnya kembali lagi melakukan usaha dagang ternak. Artinya usaha ini telah mengantarkannya untuk dapat bertahan dengan jangka waktu lama.

Pada tahun tersebut, Ridha masih berada dalam pendidikan SMP. Pengalaman berdagang ternak sejak saat itu telah dirasakan dalam kehidupannya. Artinya ia telah melihat aktivitas perdagangan ternak yang dilakukan oleh ayahnya. Ayahnya juga sesekali membawanya ke pasar ternak saat hari libur sekolah. Kehidupan pasar telah dirasakan sedikit demi sedikit dengan melihat aktivitas ayahnya di pasar.

Saat masa pendidikan SMA, Ridha juga melakukan aktivitas yang sama dengan aktivitas pada masa SMP. Ia juga sesekali berkunjung ke pasar setelah pulang dari sekolah. Namun pasar yang dikunjunginya adalah pasar ternak Geurugok, artinya pasar ternak lainnya ia akan berkunjung bila hari libur sekolah. Namun pada hari minggu, ia sesekali diajak oleh ayahnya untuk mencari stok ternak ke wilayah Medan. Perjalanan itu hanya dilakukan sehari dua malam, dalam artian berangkat pada Sabtu malam dan pulang pada sore Minggu.

Setelah tamat pendidikan SMA, Ridha tidak aktif dalam kegiatan jual beli ternak. Ia melanjutkan pendidikan di jenjang lebih tinggi pada kampus yang berada di Kota Banda Aceh. Selama empat tahun lebih, ia tidak beraktivitas dalam dunia dagang ternak. Namun setelah mendapatkan gelar sarjana, ia kembali lagi dalam dunia dagang ternak sampai dengan sekarang ini. Berdasarkan pengalaman serta pengajaran yang didapat dari ayahnya, ia sudah mampu menghandle aktivitas usaha dagang ternak. Oleh sebab itu,

pengalaman ini sangat berarti bagi ia untuk kesuksesan di masa depan.

Selain pedagang ternak besar, pedagang ternak kecil juga memiliki pengalaman yang sama. Abdul (22 Tahun) merupakan anak dari Safwandi (53 Tahun) yang juga merupakan seorang pedagang ternak kecil. Safwandi mendapatkan ilmu berdagang ternak dari pengalaman bekerja pada seorang teman di desanya. Kala itu, ia bekerja bersama temannya dalam mengurus ternak di kandang. Ia juga sering diajak dalam pasaran oleh temannya di berbagai wilayah pesisir Aceh. Seiring perkembangannya, ia memiliki modal untuk membeli ternak dan mulai memiliki ternak pribadi. Sejak saat itu, ia juga mulai menjajakan ternak tersebut pada hari pasaran ternak, namun masih pada taraf sedikit.

Usia Abdul kala itu masih berpendidikan SMP dan sejak saat itu sudah mulai membantu ayahnya untuk mengurus ternak di kandang. Ia membantu membersihkan kandang, mencari pakan untuk ternak dan juga sesekali diajak ke pasar untuk menjual ternak. Melalui aktivitas yang dilakukan itu, ia berminat melanjutkan jenjang pendidikan SMK yang fokus di bidang peternakan untuk lebih mendalami terkait dengan ternak. Masa itu ia juga masih melanjutkan aktivitas membantu ayahnya setelah pulang dari sekolah.

Setelah tamat SMK, ia sudah mulai aktif melakukan aktivitas pemasaran ternak di beberapa pasar ternak yang berada di pesisir timur Aceh. Pengalaman yang didapat dari ayahnya serta pengalaman saat melakukan aktivitas pasar telah membantunya dalam mempertahankan usaha ayahnya. Saat ini, ia dan ayahnya aktif melakukan aktivitas dagang ternak bersama. Mereka telah memiliki kandang dengan kapasitas ternak puluhan ekor. Oleh sebab itu, Abdul telah berhasil memahami seluk beluk dunia pasar ternak.

2. Pengalaman Keluarga

Selain pola transmisi pengetahuan yang didapat dalam dunia dagang, pedagang di sini juga mendapatkan ilmu berdagang dari pengalaman yang didapat di lapangan. Artinya segala kontribusi terkait dengan menghadapi pembeli dan kelancaran aktivitas jual beli menjadi bagian dalam memperoleh ilmu berdagang. Memahami hal ini, pedagang melancarkan aktivitas berdagang ternak didasari atas motivasi serta dorongan untuk mendapatkan penghasilan bagi dirinya. Oleh karena itu, setiap kegiatan pasar yang terlaksana memiliki ketertarikan tersendiri oleh para pedagang untuk hadir melakukan aktivitas pasar.

Keilmuan yang didapat melalui pengalaman pribadi ini memberi corak dalam berkomunikasi saat menghadapi pembeli. Artinya mereka memiliki strategi sendiri dalam menghadapi pembeli saat menawarkan ternak atau prosesi tawar menawar. Pengalaman ini diperoleh sejalan dengan interaksi yang dilakukan dengan pembeli saat aktivitas pasar berlangsung. Interaksi ini berpengaruh atas kepekaan harga yang ditawarkan sehingga minat pembeli meningkat. Melalui pengalaman yang didapat ini, pedagang mampu menghandle berbagai kriteria calon pembeli yang ingin membeli ternak.

Selain pengalaman bersama pembeli, pengalaman yang didapat ini juga berpengaruh dengan sesama pedagang. Melalui kerja sama yang dibangun antara sesama pedagang, mereka akan memilih siapa saja yang dapat diajak kerja sama. Tidak semua pedagang di pasar ini memiliki kerja sama secara keseluruhan. Artinya mereka memiliki satu sampai lima orang pedagang lainnya yang dapat dipercaya untuk menjalin kerja sama. Namun tidak menutup kemungkinan, kerja sama ini akan terus terhubung secara bergantian. Berdasarkan pengalaman kerja sama ini, seorang pedagang akan mendapatkan pengalaman terhadap lika-liku dagang ternak yang dijalankan. Salah satunya mengenai hutang antara pedagang. Mereka akan memberikan hutang

kepada seorang pedagang yang mampu dipercayai. Artinya tidak semua pedagang dapat dipercayai karena hal ini berpengaruh pada jadwal pembayaran hutang yang telah ditentukan sejak awal.²⁴

Pengalaman pribadi yang lainnya adalah mengenai kondisi aktivitas pasar. Pedagang mengetahui bulan apa saja mereka harus membawa ternak yang kualitas super.²⁵ Berkaitan dengan hal ini, pedagang membawa ternak jenis ini saat menyambut hari-hari besar islam. Artinya menjelang hari tersebut banyak pembeli yang mencari ternak dengan kualitas tersebut. Pedagang juga mengetahui kapan saja pembeli sepi sehingga stok hewan yang dibawa tidak terlalu banyak. Memahami hal ini, kondisi pembeli yang kurang berkunjung ke pasar berada pada sekitaran bulan Januari sampai Mei atau kesesuaian bulan dalam islam.²⁶ Melalui pengalaman pribadi ini, mereka mampu mengevaluasi kegiatan-kegiatan berdagang yang dilakukannya. Oleh karena itu, mereka terus mempraktekkan aktivitas dagangnya secara berulang. Artinya setiap kegiatan yang dilalui juga berpengaruh atas pengalaman pribadi yang dilakukan.

²⁴ Dalam penjelasan Ridha, Aziz serta Safwandi, Pemberian hutang kepada pedagang lainnya hanya pedagang tertentu saja yang dapat diberikan. Orang ini dapat dipercayai karena pengembalian utang tersebut tepat dengan waktu yang telah disepakati pada awal. Jika diberikan kepada orang yang tidak menepati janji pembayaran, uang yang telah diberikan akan tersangkut pada pedagang tersebut. Sehingga terganggu penjualan yang dilakukan, salah satunya adalah modal pembelian ternak akan terganggu.

²⁵ Super di sini diartikan sebagai ternak yang memiliki ciri-ciri bagus dan baik. Istilah ini memberi corak atas kualitas ternak yang disediakan oleh pedagang untuk dijual kepada pembeli.

²⁶ Menurut penjelasan pedagang, kondisi pasar yang berpengaruh pada kondisi pembeli disesuaikan dengan hari/bulan dalam islam. Artinya pembeli akan banyak bila mendekati hari besar islam karena di waktu tersebut masyarakat mencari ternak untuk acara-cara menyambut hari besar. Sebaliknya, kondisi pembeli terlihat kurang terjadi setelah hari besar islam itu berlangsung.

3. Refleksi Informasi

Usaha dalam menambah keilmuan berdagang, pedagang juga mendapatkan ilmu berdagang melalui informasi sekunder.²⁷ Informasi ini menjadi bagian evaluasi pengambilan keputusan harga serta pengalaman bekerja sama dengan sesama pedagang. Oleh karena itu, informasi ini merupakan salah satu bagian dari pengalaman berkomunikasi antara sesama pedagang.

Kegiatan pedagang setelah menyiapkan barang di lapaknya adalah mengunjungi pedagang yang berdekatan dengan lapak. Pada kegiatan ini terlihat mereka berkomunikasi dengan sesama mengenai jumlah ternak yang dibawa hari ini. Selain itu, pedagang tersebut juga menanyakan tentang harga ternak yang dibawa serta dari mana asal ternak tersebut. Secara tidak langsung, pedagang ini juga melihat kualitas ternak yang dibawa oleh pedagang tersebut, lalu membandingkan harga ternak yang dibawanya. Oleh karena itu, pedagang dapat menyesuaikan harga ternak yang akan dijual kepada pembeli.

Pada lokasi warung, para pedagang duduk mengobrol dan menceritakan terkait ternak. Melalui cerita ringan bersama, mereka membahas terkait pengalaman pasaran ternak di pasar lainnya. Membahas mengenai pemilihan stok ternak dan membahas harga jualan ternak yang telah dilakukan. Secara sadar mereka mendapatkan informasi-informasi mengenai penjualan ternak yang telah dilakukan. Oleh sebab itu, informasi sekunder ini membantu para pedagang dalam memperoleh keilmuan berdagang yang dilakukannya. Artinya mereka dapat mengevaluasi kegiatan untuk kedepan melalui informasi ini, sehingga apabila terjadi kesalahan maka mereka akan tahu bagaimana menanganinya.

²⁷ Informasi sekunder ini dimaksudkan dengan informasi yang didapat dari luar dirinya. Artinya bukan dari ajaran keluarga dan pengalaman pribadi yang didapatkan.

B. Klasifikasi Jenis Ternak

Memahami terkait jual beli hewan ternak, perlu kiranya dijelaskan terlebih dahulu klasifikasi hewan yang dijual oleh pedagang di pasar ternak Gandapura. Jenis klasifikasi hewan berikut ini dijelaskan oleh para pedagang yang melakukan kegiatan di pasar ternak Gandapura. Adapun klasifikasinya adalah sebagai berikut:

1. Ruminansia Kecil: Kambing (*Capra Aegagrus*)

Kambing dalam bahasa Aceh disebut “kameng”. Berdasarkan penjelasan pedagang, terdapat beberapa jenis kambing yang ada di pasar ternak ini. Berdasarkan hal tersebut, kami mengelompokkannya sesuai dengan karakter jenis dan karakter sifat. Berikut penjelasan terkait dengan jenis kambing menurut para pedandang.

a. Kambing Kacang

Kambing kacang merupakan jenis kambing kampung, kambing lokal atau kambing jawa. Kambing ini adalah kambing asli dari Indonesia dan tersebar luas di wilayah Indonesia. Kambing ini memiliki ukuran tubuh kecil, telinga sedang dan berdiri tegak ke samping, tanduk mengarah ke belakang. Pada bagian ekor terlihat pendek, sedikit kecil dan tegak, bulu terlihat pendek namun untuk jantan memiliki bulu tebal di bagian garis leher. Peternak juga banyak yang memelihara kambing ini disebabkan saat bulan haji atau hari raya kurban, kambing ini banyak dicari karena dikategorikan sebagai kambing lokal. Lihat gambar 4.1. di bawah ini.



Gambar 4.1. Kambung kacang atau kambing kampung
Sumber: Dokumen Ahyar (31 Th), 2021

b. Kambing Benggala

Kambing benggala merupakan jenis kambing yang memiliki ukuran tubuh besar dari kambing kacang. Ciri kambing ini terlihat pada daun telinga sedang dan sepertiga dari ujung telinganya terlihat lembek sehingga jatuh ke bawah. Tanduk tegak ke belakang, ekornya sedang, garis punggung lurus, dan bulunya sedang. Lihat Gambar 4.2. di bawah ini.



Gambar 4.2. Kambing Benggala yang terikat di lapak pedagang

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

c. Kambing Ettawa

Kambing ettawa merupakan jenis kambing yang memiliki ukuran tubuh tinggi dan panjang, garis muka melengkung dan sedikit mancung. Pada bagian paha depan, garis pundak, paha belakang dan punggung memiliki bulu tebal, tanduk mengarah ke belakang dan daun telinga panjang mengarah ke bawah dan pada ujungnya seperti terlipat.



Gambar 4.3. Kambing Ettawa yang berdiri di bangsal kambing

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

d. Kambing Peranakan Ettawa (PE)

Kambing peranakan ettawa merupakan kambing yang berukuran lebih besar dari kambing kacang, namun sedikit kecil dari kambing ettawa. Kambing ini memiliki bentuk muka cembung melengkung, berjanggut, telinga panjang dan lembek serta ujungnya agak berlipat, ujung tanduk melengkung ke belakang, bulu tumbuh panjang di bagian paha depan, paha belakang sampai punggung.



Gambar 4.4. Kambing Peranakan Ettawa (PE)
Sumber: Dokumen Ahyar (31 Th), 2021

Berdasarkan pemahaman beberapa pembeli, segala jenis telinga kambing yang panjang dan lembek adalah jenis kambing benggala, namun bila pembeli memahami terkait dengan jenis kambing, maka pembeli mengetahui jenis kambing serupa yang mirip dengan kambing benggala, seperti kambing ettawa dan kambing peranakan ettawa.

Penyebutan kambing yang karakteristik fisik telinga panjang, banyak menyebutnya kambing benggala. Namun terdapat juga pembeli yang mengerti terkait jenis kambing, kadang ada yang menyebutnya kambing PE dan kambing ettawa. Abdul juga menjelaskan, orang yang mengerti terkait dengan hal itu mencirikan keduanya dengan mulut sedikit mancung bagi kambing ettawa dan mulut tidak mancung bagi kambing peranakan ettawa (PE).

e. Kambing Leklap

Kambing leklap merupakan kambing perkawinan silang sehingga jenis atau bangsa kambing tercampur. Misalkan kambing kacang kawin dengan kambing benggala maka disebut kameng leklap karena bentuk dari fisiknya sudah tidak utuh sebagai bangsa kambing yang satu. Postur tubuh persis dengan kambing kacang namun di bagian telinga dan ukuran kepala sudah seperti kambing benggala. Namun perlu dipahami, sebenarnya kambing peranakan ettawa (PE) adalah kambing dari hasil perkawinan silang antara kambing kacang dengan kambing ettawa. Leklap di sini diartikan sebagai kambing yang terlihat janggal, tidak seperti biasanya dilihat sehingga banyak yang beranggapan bahwa jenis kambing tersebut adalah kambing leklap atau jenis campuran dan ada juga yang menyebutnya blasteran. Kambing berjenis ini terbilang jarang terdapat di pasar hewan ini karena tidak mudah laku di pasar.



Gambar 4.5. Kambing Leklap
Sumber: Dokumen Ahyar (31 Th), 2021

f. Biri-Biri

Biri-biri merupakan jenis kambing yang memiliki bulu keriting dan tebal. Namun terdapat juga bulu yang menggumpal. Ukuran tubuhnya tidak terlalu tinggi dan panjang. Bentuk telinga sedang mengarah ke bawah dan memiliki ekor yang pendek. Untuk jantan memiliki bulu

tebal dan lurus di bagian dada, namun untuk betina bulu tersebut tidak dominan terlihat. Masyarakat juga banyak yang membeli biri-biri karena harga yang terjangkau lebih murah daripada kambing benggala atau sejenisnya.



Gambar 4.6. Biri-biri yang terikat di sebuah gerobak pengangkut

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

g. Kibas

Kibas merupakan jenis kambing yang memiliki bulu keriting di bagian tubuhnya, sekilas hampir sama dengan biri-biri, namun bulunya tidak tebal seperti biri-biri. Ukuran tubuh tinggi dan panjang, telinga sedang dan mengarah ke bawah, memiliki ekor panjang dari pada biri-biri.



Gambar 4.7. Kibas sedang memakan rerumputan

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

h. Domba

Domba merupakan jenis kambing yang memiliki ciri-ciri seperti biri-biri dan terkadang terdapat juga seperti kibas. Domba dapat ditandai pada tumbuhnya tanduk yang panjang dan melengkung ke belakang sampai ujung tanduk menjulang ke depan.



Gambar 4.8. Domba yang berukuran biri-biri
Sumber: Dokumen Manfalutfi (36 Th), 2021

Sedangkan Berdasarkan Sifat, terdapat beberapa jenis kambing diantaranya adalah;

i. Kambing Bhoek

Kambing bhoek merupakan kambing yang berjenis kelamin jantan dan bersikap agresif terhadap kambing lainnya. Biasanya kambing ini dijadikan pejantan bagi kawanan kambing lainnya dan kadang juga dijadikan untuk menghasilkan daging. Istilah "Bhoek" di ambil dari peran si kambing itu sendiri sebagai kambing yang bergairah untuk kawin. Kambing ini tidak mengenal lawan kawinnya (jantan atau betina), dia terus berkawin dengan kambing apapun apabila kambing lain berada di dekatnya. Namun perlu dipahami juga, kadang terdapat juga kambing yang tidak agresif sehingga kambing tersebut tidak dapat dikatakan sebagai kameng bhoek.

Jenis kambing ini bisa beragam karena apabila si kambing agresif dan sifatnya suka kawin maka dikatakan kambing bhok.



Gambar 4.9. Kambing Bhok yang berjenis PE
Sumber: Dokumen Ahyar (31 Th), 2021

j. Kambing Gasi

Kambing gasi merupakan kambing berjenis kelamin jantan yang dihilangkan telur produksinya (buah zakar). Biasanya kambing ini banyak terdapat pada kambing lokal atau kambing kacang. Pengaruh gasi pada kambing adalah sebagai pertumbuhan kambing itu sendiri. Kambing ini banyak peminat karena ukurannya terlihat gemuk dan berkategori kambing kampung. Secara pemahaman, masyarakat memahami kambing kampung sebagai kambing yang hidup alami dan memakan rerumputan alami. Mereka merasakan ada kenikmatan tersendiri bila memasak daging dari kambing kampung ini.



Gambar 4.10. Kambing Gasi
Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

k. Ruminansia Besar(*Lembu/Sapi (Bos Taurus)*)

Lembu/sapi merupakan hewan yang banyak diperjualbelikan di pasar ternak ini. Dalam bahasa Aceh, lembu disebut juga dengan leumo. Terdapat beberapa jenis lembu di sini yang dibawa langsung dari dalam dan luar daerah. Adapun jenisnya sebagai berikut:

1) Lembu Aceh

Lembu aceh merupakan jenis lembu lokal yang berasal dari wilayah Aceh. Lembu ini sangat laku di pasar pada saat menyambut hari raya kurban karena dalam pengetahuan seorang pembeli, lembu ini memang sudah jadi tradisi dari dulu untuk dikurbankan. Karakteristik lembu ini dapat dilihat pada bagian atas setelah leher terdapat segumpal daging (boh goh). Namun boh goh ini tidak terlalu besar, tidak seperti sapi madura atau brahman. Lembu ini juga memiliki tanduk mengarah ke atas namun tidak terlalu panjang.



Gambar 4.11. Lembu aceh yang sedang dijaja di pasar
Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

2) Lembu Bali

Lembu bali memiliki ciri khas dengan warna putih di bagian pantat dan juga di bagian pergelangan kaki kebawah, tanduk panjang mengarah ke atas. Populasi lembu ini banyak terdapat di wilayah Provinsi Bali karena lembu ini merupakan asli dari Indonesia. Karena stok dan hal lainnya, maka lembu bali banyak tersebar di beberapa wilayah di Indonesia. Para pedagang di sini banyak yang membeli lembu tersebut dari wilayah lain dan menjajakan di pasar ini.



Gambar 4. 12. Lembu Bali di lapak Ridha
Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

3) Lembu Limosin

Lembu ini didatangkan oleh pedagang dari wilayah luar. Karakteristik lembu ini adalah memiliki ukuran besar, bertanduk (tumbuhnya tidak terlalu panjang) dan punggung bagian atas terlihat rata.



Gambar 4.13. Lembu Limosin di lapak Ridha

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

4) Lembu Brahman

Lembu ini didatangkan oleh pedagang dari wilayah luar. Karakteristik lembu ini memiliki segumpal daging di bagian atas (Boh Goh) dan kulit di bagian leher kendor. Ukuran lembu ini terlihat cukup besar dari lembu Aceh, walaupun bentuknya hampir sama.



Gambar 4.14. Lembu Brahman di lapak Ridha
Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

5) Lembu Simmental

Lembu ini didatangkan oleh pedagang dari wilayah luar. Karakteristiknya berukuran besar, tanduk tidak panjang, memiliki warna bulu yang cerah dan di bagian kepala terdapat bulu tebal, kusut dan berwarna putih. Lembu ini terbilang sebagai lembu pedaging yang banyak dibeli oleh usaha rumah potong. Dan pasaran lembu ini memiliki harga yang terbilang tinggi karena bobot rata-rata mencapai 300-400 Kg per ekor.



Gambar 4.15. Lembu Simmental Muda di lapak Ridha
Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

6) Lembu Leklap

Lembu leklap merupakan jenis lembu perkawinan silang. Lembu ini muncul karena terdapat Inseminasi Buatan (IB) yang dilakukan oleh peternak. Pedagang menyebutnya sebagai lembu leklap dan ada juga yang menyebutnya lembu blaster misalkan jenis lembu aceh dilakukan IB dengan lembu simental atau limosin, maka pedagang menyebutnya lembu aceh leklap atau blaster aceh.



Gambar 4.16. Lembu Leklap: Lembu Simental dengan lembu Aceh

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

7) Lembu Brangus/ Angus

Lembu brangus adalah lembu yang didatangkan dari wilayah luar oleh pedagang. Lembu ini berwarna hitam gelap dan berukuran besar.²⁸ Lembu ini memiliki tanduk yang sangat kecil. Namun terdapat juga yang tidak memiliki tanduk, artinya jenis tanduk adalah kupong. Jumlah lembu ini tidak begitu banyak karena pembeli kurang berminat dengan lembu yang bercorak hitam.

²⁸ Para pedagang menyebut jenis ternak yang tidak memiliki tanduk dengan sebutan Kupong.



Gambar 4.17. Anakan Lembu Brangos yang sedang berada di lapak
 Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

Guna lebih mudah untuk memahami jenis ternak yang dijual oleh pedagang di pasar hewan ini, sesuai yang dijelaskan di atas, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik jenis ternak yang dijual

Tipe	Jenis	Keterangan	Lain-lain
Kambing	Kacang	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran tubuh kecil • Daun telinga sedang berdiri tegak ke samping • Tanduk mengarah ke belakang • Ekor pendek • Leher pendek • Bulu pendek, namun pada jantan terdapat bulu surai panjang di sekitaran garis leher, pundak, punggung sampai ekor dan berjanggut 	Biasa disebut <i>kameng kacang</i>

	Ettawa	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran badan panjang dan tinggi • Kepala tegak dan muka terlihat sedikit mancung • Tanduk mengarah ke belakang • Telinga lebar dan panjang mengarah ke bawah hingga sedikit terlipat ke atas di bagian ujungnya. • Ekor sedang • Berjenggot • Paha, punggung belakang dan bagian depan berbulu lebat 	Biasa disebut <i>kameng ettawa</i>
	Peranakan Ettawa	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran lebih besar dari kambing kacang dan sedikit kecil dari kambing ettawa • Daun telinga panjang, lembek dan mengarah ke bawah serta sedikit terlipat di ujung • Bagian muka agak cembung • Tanduk melengkung ke belakang • Berjenggot bagi jantan • Ekor pendek • Bulu di bagian leher, pundak, punggung dan paha belakang panjang dan tebal 	Biasa disebut <i>kameng PE</i>
	Benggala	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran lebih besar dari kambing kacang • Bentuk telinga sedang, lurus ke samping, sepertiga bagian ujung telinga jatuh seperti patah • Garis muka terlihat lurus • Garis punggung lurus, namun terdapat juga yang tidak 	Biasa disebut <i>kemeng benggala</i>

		<ul style="list-style-type: none"> • Tanduk tegak ke belakang • Bulunya sedang 	
	Kibas	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran badan sedikit tinggi dan panjang • Memiliki bulu kusut, di bagian garis pundak sedikit tebal • Ekornya panjang • Daun telinga sedang mengarah ke bawah 	Biasa disebut <i>kibah</i> , ada yang menyebutny <i>a kebiri</i>
	Biri-biri	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran badan sedikit pendek • Memiliki bulu tebal, kadang mengumpal • Ekornya pendek • Telinga sedang mengarah ke bawah 	Biasanya disebut <i>kebiri</i>
	Domba	<ul style="list-style-type: none"> • Ciri-ciri hampir sama dengan biri-biri dan ada juga yang seperti kibas • Memiliki tanduk yang berputar, mengarah ke belakang 	Biasa disebut <i>kebiri meulungkee</i>
Lembu	Aceh	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk muka cekung • Tanduk mengarah ke samping dan melengkung ke atas • Daun telinga sedang dan mengarah ke samping • Ekor biasanya bagian ujung berwarna hitam • Memiliki puding atau gumpalan daging di punggung (<i>boh goh</i>) 	Biasa disebut <i>leumo aceh</i> dan ada yang sebut <i>leumo gampong</i>
	Bali	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran badan sedang dan memanjang • Kulit dan bulu terlihat ketat • Kaki bagian bawah dan pantat berwarna putih • Muka merucut, saat pedet seperti muka rusa • Tanduk panjang mengarah ke atas 	Biasa disebut <i>leumo bali</i>

	Simmental	<ul style="list-style-type: none"> • Bulu berwarna cerah • Bagian muka terdapat bulu lebat, kusut dan berwarna putih • Tanduk mengarah ke samping dan bengkok sedikit • Bentuk badan panjang 	Biasa disebut <i>leumo simental</i>
	Limosin	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuknya panjang dan besar • Warna bulu dominan pudar • Tanduk mengarah ke samping dan sedikit bengkok ke atas • Punggungnya rata 	Biasa disebut <i>leumo limosin</i>
	Brahman	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki puduk besar (<i>boh goh</i>) • Kulit sedikit longgar, dari bawah leher sampai bawah perut • Daun telinga panjang dan berujung runcing • Tanduk tidak terlalu panjang mengarah ke samping, namun ada juga yang tidak bertanduk 	Biasa disebut <i>leumo brahman</i>
	Brangus	<ul style="list-style-type: none"> • Kulit berwarna hitam • Tanduk berukuran kecil, terdapat juga yang tidak bertanduk • Leher dan telinga pendek • Bentuk muka agak merucut 	Biasa disebut <i>leumo brangos</i>

Sumber: Analisis, 2021

C. Karakteristik Hewan Ternak Jualan

Berdasarkan jenis hewan yang sudah dijelaskan di atas, dalam klasifikasinya terdapat karakteristik hewan yang dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan. Karakteristik ini berjalan beriringan dengan adat dan tradisi yang terdapat pada masyarakat Aceh sebagai kebutuhan untuk memenuhi persyaratan penyembelihan ternak. Namun selain itu ada ciri-

ciri khusus yang sering tergambar saat pembeli ingin mencari ternak di lapak penjualan. Berikut ini karakteristik hewan yang sering dibeli oleh para pedagang dan pembeli.

1. Karakteristik Hewan Ternak Untuk Kurban

Hewan kurban dalam kategorinya adalah hewan yang tidak cacat, tubuhnya sehat, bobotnya besar dan umurnya cukup. Hewan untuk kurban dapat disebut adalah hewan yang berkelas, kami memahaminya sebagai "Hewan raja". Apa yang disebut dengan hewan raja adalah semua keunggulan yang dimiliki oleh hewan sudah terdapat pada kategori hewan kurban ini. Artinya dilihat dari kesehatan yang baik, tidak cacat dan bobot hewan yang gemuk atau berisi serta umur yang cukup. Memahami hal ini, para pedagang atau pembeli dalam proses pemilihannya menyesuaikan dengan tradisi yang berkaitan dengan ajaran islam yang disunnahkan Rasulullah apabila seorang berkorban di hari raya idul adha.

Masyarakat banyak yang mencari kategori hewan super dengan persyaratan seperti yang dijelaskan tersebut. Hal serupa juga tertuang dalam "Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia" nomor 114 tahun 2014 tentang pemotongan hewan kurban. Pada bab II mengenai persyaratan dan penanganan hewan kurban, bagian kesatu pasal ke-5 mengenai syarat hewan kurban adalah sehat, tidak cacat, seperti: buta, pincang, patah tanduk, putus ekor atau kerusakan daun telinga, tidak kurus, berjenis kelamin jantan, tidak dikebiri, memiliki buah zakar lengkap 2 (dua) buah dengan bentuk dan letak sistematis, dan cukup umur untuk: kambing atau domba di atas 1 (satu) tahun atau ditandai dengan tumbuhnya sepasang gigi tetap sedangkan untuk sapi atau kerbau di atas 2 (dua) tahun atau ditandai dengan tumbuhnya sepasang gigi tetap, atau unta di atas 5 (lima) tahun.

Untuk lebih dalam memahami hal ini, para pembeli dan pedagang memiliki pengetahuan dalam hal memilih hewan kurban untuk disembelih saat berkorban. Kami

meramu hal tersebut dalam 2 (dua) kelas hewan yang diperjualkan oleh para pedagang di pasar. Adapun karakteristik hewan kurban adalah sebagai berikut:

a. Ternak Besar

Para pembeli di sini dominan mencari lembu lokal sebagai hewan kurban karena sudah turun temurun menyembelih lembu tersebut. Lembu lokal di sini adalah lembu aceh dan secara pengetahuan mereka mencari lembu yang berwarna cerah. Secara pemahaman lembu aceh dipelihara oleh peternak lokal dari wilayah sekitaran. Hewan ini tidak banyak mengandung lemak jika dibandingkan dengan hewan lain seperti limosin, simental dan lainnya karena saat pemeliharaan peternak juga melepaskan mereka di ladang atau sawah sehingga mereka aktif bergerak. Pakannya adalah rumput alami dari alam dan rumput susu yang ditanam khusus oleh peternak. Namun terdapat juga pembeli yang mencari lembu yang berjenis lain sesuai dengan keinginan pribadi pembeli. Adapun cara memilih lembu sebagai kurban adalah sebagai berikut:

- 1) Melihat cantiknya lembu; Pembeli terlebih dulu melihat cantiknya lembu dari warna bulu. Biasanya pembeli melihat lembu yang berwarna cerah.
- 2) Melihat postur tubuh; Pembeli melihat postur tubuhnya dengan melihat dari beberapa sisi. Memukul bagian punggung belakang dan melihat muka. Biasanya untuk bobot keseluruhan dalam berkurban di antara 95-150 kg daging untuk lembu, namun terdapat juga di bawah itu.
- 3) Melihat kecacatan; Pembeli melihat beberapa bagian tubuh yang bebas dari cacat, seperti tanduk, kaki, telinga, buah zakar dan kuku.
- 4) Melihat umur; Pembeli dan pedagang melihat umur dari berapa pergantian gigi. Apabila pergantian gigi pertama (satu) dari gigi susu ke gigi tetap, itu berkisar umur 2 tahun, 2 (dua) gigi berganti itu berkisar umur

3 tahun, 3 (tiga) gigi berganti berkisar umur 3,5 tahun, 4 (empat) gigi berganti berkisar umur 4 tahun. Untuk lebih memahami perihal pergantian gigi, lihat tabel berikut ini:

Tabel 4.2. Umur Gigi Ternak Besar

Pergantian Gigi	Umur Ternak
1 Gigi	2 Thn
2 Gigi	3 Thn
3 Gigi	3,5 Thn
4 Gigi	4 Thn

Sumber: Analisis, 2021

- 5) Melihat Kesehatan; Pembeli melihat kesehatan lembu seperti nafsu makan, keadaan lembu (aktif atau tidak), sekitaran mata, dan kotoran.

b. Ternak Kecil

Pada pasar ini, terdapat empat kategori ternak kecil yang dibeli untuk dijadikan hewan kurban, yaitu kambing, kibas, biri-biri dan domba. Ketiga ternak tersebut memiliki ciri khas yang sama saat memilih untuk dijadikan hewan kurban, namun perbedaan hanyalah pada umur. Kibas dan biri-biri dapat disembelih minimal sudah berumur 12 bulan/1 tahun, sedangkan kambing harus lebih dari 1 tahun. Adapun cara untuk memilih ternak kecil ini adalah sebagai berikut:

- 1) Melihat kecantikan; Pembeli melihat kecantikan ternak terlebih dahulu, mulai dari warna bulu, tanduk dan bentuk.
- 2) Melihat ukuran; Pembeli melihat ukuran ternak, apakah berbobot besar. Mereka melihat dengan mengangkat ternak dan ada juga yang menekannya di punggung bagian belakang, melihat apakah sudah padat.

- 3) Melihat kecacatan; Pembeli melihat bagian tubuh yang bebas dari cacat, seperti tanduk, buah zakar, kaki dan telinga.
- 4) Melihat umur; dalam melihat umur, pembeli melihat dari pergantian gigi seperti lembu. Namun untuk kibas dan biri-biri, di umur sekitaran 8 – 12 bulan sudah bisa untuk disembelih walaupun giginya belum berganti. Tapi untuk kambing, kategorinya minimal harus terjadi pergantian 1 gigi. Untuk kambing pergantian gigi pertama (satu) berkisaran umur 18 – 20 bulan, 2 (dua) gigi berganti berkisar umur 2,5 – 3 tahun dan 3 (tiga) gigi berganti berkisar umur 3,5 – 4 tahun. Untuk lebih memahami perihal pergantian gigi menurut klaster umur pada kambing, lihat tabel berikut ini:

Tabel 4.3. Umur Gigi Ternak Kecil

Pergantian Gigi	Umur Ternak
1 Gigi	18 - 20 Bulan
2 Gigi	2,5 - 3 Tahun
3 Gigi	3,5 - 4 Tahun

Sumber: Analisis, 2021

- 5) Melihat Kesehatan; Pembeli melihat dari nafsu makan, keadaan ternak (aktif atau tidak), sekitaran mata, sekitaran bibir, sekitaran telinga, saat bernafas dan kotoran.

Berdasarkan penjelasan di atas, pembeli akan mencari kategori hewan seperti yang dijelaskan, pencariannya dimulai saat menjelang 5 minggu sebelum lebaran sampai dengan hari H. Pembeli yang mengunjungi pasar hewan untuk mencari hewan kurban saat menjelang 5 (lima) minggu sebelum hari raya Idul Adha. Menjelang waktu tersebut, harga ternak belum beranjak tinggi walaupun sudah berbau menuju ke harga tinggi. Kisaran harga hewan beragam tergantung jenis

hewan, bobot berdasarkan bentuk dan saat tawar menawar. Namun apabila pembeli mencari hewan menjelang 1 (satu) minggu menjelang lebaran, maka harganya sudah beranjak tinggi.

2. Karakteristik Hewan Ternak Untuk Aqiqah

Untuk pembelian hewan aqiqah, ternak yang sering dibeli adalah ternak kecil. Sangat jarang terjadi ternak besar yang dipotong untuk aqiqah. Karakteristik hewan untuk aqiqah dalam pengetahuan pedagang hampir sama dengan karakteristik hewan kurban. Namun, lain halnya dengan aqiqah yang dilakukan untuk melepaskan hajat atau nazar. Berdasarkan hal ini, karakteristik hewannya ditentukan oleh pembeli langsung yang bernazar, misalkan pembeli ingin kambing yang warna bulunya merah, tidak ada tanduk dan berjenis kelamin perempuan, maka saat itu pembeli mencari yang sesuai dengan karakteristik tersebut.

3. Karakteristik Hewan Ternak Untuk Peliharaan

Untuk kategori hewan peliharaan, tujuan peliharaan menjadi hal yang utama dalam membeli hewan. Ada yang pelihara jangka pendek, mereka membeli hewan yang sudah berumur (sudah ganti gigi) dan ada yang pelihara jangka panjang, mereka mencari indukan atau anakan. Berdasarkan kategori ternak besar, untuk pemeliharaan jangka pendek, pembeli menargetkan hewannya sebagai kurban atau jual daging di hari meugang.²⁹ Biasanya mereka membeli hewan yang sudah berganti 1 (satu) gigi ataupun 2 (gigi). Jangka waktu pemeliharaan paling lama 1 (satu) tahun. Untuk karakteristiknya, pembeli melihat beberapa hal sesuai dengan target peliharaannya. Namun, dalam pengetahuannya mereka melihat panjangnya rangka tubuh hewan, ruas paha belakang dan depan, bentuk muka dan

²⁹ Meugang merupakan tradisi masyarakat Aceh yang melakukan kegiatan penjualan daging oleh masyarakat di wilayah Aceh saat akan menyambut hari raya dan menyambut bulan ramadhan.

tinggi hewan. Selain itu, mereka juga melihat kecacatan yang terdapat pada lembu tersebut.

Apabila pemeliharaan jangka panjang, mereka mencari hewan indukan ataupun anakan. Biasanya pemeliharaan lebih dari 1 (satu) tahun karena dalam hal membesarkan. Untuk mencari anakan, karakteristik untuk anakan jantan hampir sama dengan karakteristik pemeliharaan untuk kurban dan daging di atas. Namun untuk memilih indukan biasanya mereka mencari indukan yang sudah bunting 1 (satu) kali. Untuk pemeliharaan kategori ternak kecil, juga hampir sama dengan apa yang telah kami jelaskan bagi kategori ternak besar. Namun hanya jangka pemeliharaan saja yang membedakan. Untuk pemeliharaan jangka panjang paling lama 2 (dua) tahun dan untuk pemeliharaan jangka pendek paling lama 3 (tiga) bulan.

4. Karakteristik Hewan Ternak Untuk Pedaging

Berdasarkan penjelasan para pedagang, hewan untuk pedaging karakteristiknya berukuran besar, dagingnya terlihat padat dengan memukul di bagian punggung belakang. Apabila saat memukul terlihat padat, maka ternak tersebut tidak banyak lemak dan terlihat gemuk. Berdasarkan hal ini, karakteristik untuk ternak pedaging tidak terlalu dibebankan pada kecacatan, warna kulit dan jenis hewannya. Pembeli hanya memfokuskan pada ukuran hewan tersebut dan penyesuaian harga.

Untuk lebih mudah memahami terkait dengan karakteristik hewan yang dicari oleh pembeli di pasar hewan Geurugok, lihat tabel di bawah ini:

Tabel 4.4. orientasi konsumsi ternak yang dibeli

Orientasi Konsumsi	Karakteristik	Jenis Ternak
Qurban	<ul style="list-style-type: none"> • Melihat kecantikan ternak • Melihat bobot ternak • Melihat kecatatan ternak • Melihat umur ternak, dan • Melihat kesehatan ternak 	Lembu dan kambing
Aqiqah	<ul style="list-style-type: none"> • Melihat ukuran ternak • Melihat bobot ternak • Melihat kesehatan • Melihat umur, dan • Bila aqiqahnya karena nazar/hajad, maka harus sesuai dengan kategori nazar yang disebutkan 	Kambing
Peliharaan	<p><i>Ternak Besar</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pemeliharaan jangka pendek <ol style="list-style-type: none"> a. Melihat jenis ternak b. Memilih hewan seperti karakteristik qurban c. Melihat panjang rangka tubuh d. Melihat muka hewan 	Lembu

	<p>e. Melihat tinggi hewan</p> <p>f. Melihat ruas paha depan dan belakang</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pemeliharaan jangka panjang <p>a. Untuk anakan jantan melihat karakteristik seperti ciri hewan qurban</p> <p>b. Melihat jenis ternak</p> <p>c. Melihat panjang rangka</p> <p>d. melihat ruas paha depan dan belakang</p> <p>e. Untuk indukan melihat yang sudah bunting sekali</p>	
	<p><i>Ternak Kecil</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Melihat jenis ternak ● Melihat rangka tubuh ● Melihat ruas paha depan dan belakang ● Melihat kecantikan kambing dari bulunya ● Melihat tidak ada yang cacat 	Kambing
Pedaging	<p><i>Ternak Besar</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Melihat bobot ternak ● Melihat jenis ternak 	Lembu

	<i>Ternak Kecil</i> <ul style="list-style-type: none"> ● Melihat jenis ternak ● Melihat bobot ternak 	Kambing

Sumber: Analisis, 2021

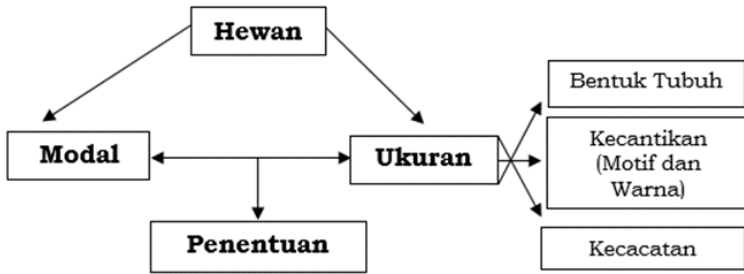
D. Tipologi Harga

Pada pembahasan ini, tipologi harga ternak merupakan dinamika penentuan harga yang dilakukan oleh pedagang. Penentuan harga ini tidak berimplikasi pada bobot daging ternak yang tersedia.³⁰ Artinya pedagang tidak melihat berapa bobot ternak, namun hanya melihat berdasarkan ukuran ternak dan modal yang dikeluarkan. Melalui berbagai proses pengiraan yang dilakukan, pedagang memutuskan harga ternak untuk dijual.

Tipologi harga ternak berimplikasi atas kondisi ternak yang dibawa oleh pedagang. Berdasarkan hal tersebut, para pedagang telah lebih dulu mempertimbangkan ternak yang akan diperdagangkan. Melalui pertimbangan ini, mereka dapat memutuskan harga jual hewan ternak kepada calon pembeli. Harga ternak di sini dipengaruhi oleh modal dan ukuran ternak. Artinya pedagang melihat ukuran ternak terlebih dahulu serta menilai kondisi ternak yang ditawarkan. Selain itu mereka juga menyesuaikan harga modal yang telah dikeluarkan untuk hewan ternak yang akan dijual.

Untuk menentukan harga hewan ternak yang dijual, lihat bagan 2 berikut ini untuk lebih memahami bagaimana menetapkan harga tersebut.

³⁰ Memahami hal ini, penentuan harga berdasarkan bobot daging dapat dipahami sebagai bentuk penentuan karkas ternak, namun dalam pasar ini, pedagang tidak menggunakan proses tersebut.



Gambar 4.18. Alur Penetapan Harga Pada Hewan Ternak Yang Dijual Oleh Pedagang
Sumber: Analisis, 2021

Berdasarkan bagan di atas, harus dipahami terlebih dahulu bahwa hewan ternak yang akan dijual harus memiliki karakteristik sendiri, juga disesuaikan dengan keinginan para pembeli. Pedagang menentukan harga hewan ternak dengan melihat terlebih dahulu berapa modal yang sudah dikeluarkan untuk hewan ternak tersebut. Selain itu pedagang melihat bagaimana ukuran hewan ternak yang disediakan. Berdasarkan kategori ukuran ini, penilaian harga ternak termasuk kecantikan hewan, bentuk hewan dan kekurangan/kecacatan yang dimiliki oleh hewan. Melalui modal dan ukuran tersebut, pedagang mengkategorikan berapa harga yang akan ditawarkan kepada pembeli agar mendapatkan keuntungan.

Mekanisme penetapan harga jual hewan ternak di pasar ini dipengaruhi oleh kualitas hewan yang disediakan. Artinya melalui berbagai penilaian terlebih dahulu yang dilakukan oleh pedagang terhadap hewan yang disediakan tersebut, sangat mempengaruhi keputusan harga jual hewan ternak. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Hasyifuddin (2018:53-54) yang melakukan penelitian di pasar ternak Sibreh. Ia melihat mekanisme penetapan harga ternak di pasar tersebut melalui ukuran ternak, kecantikan dan modal yang dikeluarkan oleh seorang pedagang. Artinya dominasi pasar ternak yang berada

di Sibreh dan Geurugok terhadap penentuan harga jual sangat menentukan kualitas ternak yang disediakan oleh pedagang.

Memahami hal ini, proses penjualan yang berpengaruh langsung terhadap kualitas ternak yang disediakan berimplikasi terhadap keuntungan yang didapatkan. Melalui penentuan harga ini, pedagang mampu memutar modal usahanya secara berulang. Oleh sebab itu, di bawah ini akan menjelaskan kategori tipologi penentuan harga ternak yang dilakukan oleh pedagang di pasar ini.

1. Menentukan Harga Ternak Kecil

Pada pasar ternak ini, kategori ternak kecil mencakup kambing, kibas, domba dan biri-biri. Ternak kecil ini merupakan ternak yang memiliki harga rendah dibandingkan dengan harga ternak besar. Berdasarkan harga tersebut, faktor penentuannya disesuaikan dengan kualitas yang disediakan. Selain itu, jenis ternak juga mempengaruhi harga ternak ini, seperti perbedaan harga kambing dengan kibas, biri-biri dan domba. Oleh sebab itu, untuk memahami kategorisasi yang mempengaruhi harga ternak kecil lihat tabel di bawah ini.

Tabel 4.5. Contoh Penentuan Harga Ternak

Kategori	Ukuran (Kg/Ekor)	Kualitas	Modal	Harga Jual Hari Biasa	Harga Jual Hari Besar Islam
Ternak Kecil	35 Kg	Cantik Sempurna	3.5 Juta	4.3 Juta	5 juta
		Cantik Tidak Sempurna	3 juta	3.6 Juta	3.8 Juta

Sumber: Analisis, 2021

Di lain waktu saat duduk di sebuah warung yang berdekatan dengan sal kambing dijumpai informan Ahyar (31 Tahun). Ahyar adalah seorang pedagang kambing yang masih lajang. Beberapa kali wawancara dilakukan di

kediamannya, dan beberapa kali wawancara dengannya dilakukan di pasar. Saat kepadanya ditanyakan tentang proses penentuan harga ternak yang dijual, ia menceritakan dan memberikan contoh penentuan harga ternak kecil.. Tabel di atas merupakan salah satu alur perbandingan harga sehingga berpengaruh pada penentuan harga itu sendiri. Harga ternak kecil yang memiliki cantik sempurna³¹ lebih tinggi dari harga ternak kecil yang memiliki cantik tidak sempurna.³² Perbandingan harga ini disesuaikan dengan kualitas ternak yang tersedia. Artinya ternak tersebut memiliki berapa persen bagian yang tidak cacat. Oleh sebab itu, perbandingan harga dari kualitas ternak ini dapat mempengaruhi penetapan harga.

Perbandingan harga juga terlihat pada kondisi pasar ternak. Pada hari besar islam,³³ harga pasaran ternak akan meningkat. Ini disebabkan oleh minat pembeli yang tinggi. Selain itu, keterbatasan ternak yang diinginkan juga menipis karena ukuran ternak yang diinginkan harus standar sebagai ternak pedaging. Usaha pedagang juga menjadi bagian tersendiri dalam penyediaan stok ternak. Terkadang saat menjelang hari-hari tersebut, modal untuk membeli stok ternak sudah mulai tinggi dari biasanya. Dengan demikian pasokan ternak yang dibeli oleh pedagang di pasar lainnya, membawa perubahan harga di pasar ternak ini. Oleh sebab itu, pengaruh harga ternak di pasar ini sangat berimplikasi pada modal dan kualitas ternak. Selain itu, kondisi pasar juga mempengaruhi harga pasaran ternak setiap tahunnya.

³¹ Kecantikan sempurna ini dimaksudkan dengan kualitas ternak yang super. Artinya ternak ini sudah memiliki kelengkapan dari semua aspek, mencakup kecantikan warna bulu, tanduk yang bagus, panjang, rata punggung sejajar dan lain sebagainya.

³² Kecantikan tidak sempurna ini merupakan kebalikan dari kecantikan sempurna. Namun perlu dipahami, kategori ini juga disesuaikan pada kondisi ternak yang memiliki kekurangannya berapa persen. Artinya kekurangan tersebut akan mempengaruhi harga jual dan beli.

³³ Hari besar islam mencakup menjelang hari raya Kurban, Bulan puasa dan Maulid dan juga tradisi meugang.

2. Menentukan Harga Ternak Besar

Upaya dalam memahami harga ternak besar ini, hal yang menjadi pengaruh utama adalah ukuran ternak yang tersedia. Artinya untuk ternak besar ini tidak dilihat dari jenis ternak yang dibawa, namun dilihat dari kualitas serta ukuran ternak. Untuk memahami kategorisasi harga ternak ini, lihat tabel dibawah ini.

Tabel 4.6. Contoh Penentuan Harga Ternak Besar

Kategori	Ukuran keseluruhan (Kg/Ekor)	Kualitas	Modal Awal	Harga Jual Hari Biasa	Harga Jual Hari Besar Islam
Ternak Besar	300 Kg	Cantik Sempurna	17 Juta	18,2 Juta	19 Juta
		Cantik Tidak Sempurna	15,5 Juta	17,5 Juta	18,2 Juta

Sumber: Analisis, 2021

Ridha menjelaskan salah satu contoh perbandingan harga ternak besar yang memiliki kecantikan sempurna dengan kecantikan tidak sempurna. Pada penjelasan tersebut, ia mengkategorikan ternak tersebut berbobot keseluruhan 300 kg. Ia mengatakan jika dikomulasikan perbandingan harga antara ternak cantik sempurna dengan cantik tidak sempurna, harganya tidak terlalu menurun. Artinya ternak yang cantik tidak sempurna itu memiliki harga lebih rendah berkisar 500 ribu daripada ternak cantik sempurna.

Namun dalam hal ini, upaya penentuan harga ternak berimplikasi dari ukuran dan kualitas ternak. Ridha juga menjelaskan perbandingan harga ternak pada hari biasa dengan hari besar islam. Pada hari biasa ternak dijual dengan harga Rp. 18,2 Juta, namun di hari besar islam ternak tersebut akan naik harga yaitu sekitaran Rp. 19 Juta. Kenaikan harga ini dipengaruhi oleh hewan ternak yang dicari oleh pembeli

terbatas. Selain itu, kenaikan lainnya dipengaruhi oleh pembelian stok yang dilakukan oleh pedagang dengan modal yang terbilang tinggi dari pada biasanya. Oleh sebab itu, pengaruh stok tersebut sangat berimplikasi pada kondisi hari pasaran. Namun untuk harga ternaknya disesuaikan dengan modal dan kualitas ternak.

E. Bulan, Harga dan Pembeli

Pada aktivitas pasar yang terapung dalam ranah sosial, pengetahuan pedagang terhadap pembeli mengenai keramaian kunjungan di pasar menjadi bagian yang juga harus dilihat. Para pedagang memahami saat- saat pembeli ramai berkunjung dan saat - saat sepi pengunjung. Mereka memahami bahwa aktivitas keramaian dapat diukur menjelang hari - hari besar islam di tengah masyarakat. Oleh sebab itu, pada pembahasan ini kami menjelaskan bagaimana keramaian kondisi pasar dengan kedatangan pembeli dan juga kondisi harga hewan di pasar dengan melihat perkembangan bulan. Sebelum kami membahasnya, kami akan menjelaskan terlebih dahulu pengetahuan bulan islam dalam masyarakat Aceh yang dapat mempengaruhi dimensi pasar hewan itu sendiri.

Pengetahuan bulan dalam masyarakat Aceh identik dengan bulan yang terdapat dalam khazanah agama islam. Namun bila digabungkan dengan tahun masehi, bulan dalam islam tidak akan pernah cocok dalam bulan masehi. Hal ini dikarenakan islam memiliki adat istiadat dan tradisi sendiri dalam mengagungkan hari - hari besarnya sesuai dengan sejarah atau kejadian di masa lampau. Untuk memudahkan memahami pengetahuan bulan dalam masyarakat Aceh, Snock Hugronje (1985: 221-222) menerjemahkan bulan dalam kehidupan masyarakat Aceh sebagai berikut!

Nama Bulan Bahasa Arab	Nama Bulan Bahasa Aceh
1. <i>Muharram</i>	<i>Asan-Ussen</i> (nama untuk memperingati Hasan dan Husein pada 10 Muharram)
2. <i>Safar</i>	<i>Sapha</i>
3. <i>Rabi'al-awwal</i>	<i>Mo'lot</i> (dari Maulid: memperingati hari lahir Nabi Muhammad SAW. Ada kalanya disebut: <i>Rabi'öy away</i>).
4. <i>Rabi'al-akhir</i>	<i>Adoë mo'lot</i> (yaitu adik <i>Mo'lot</i> , sebab lahirnya Nabi juga diperingati dalam bulan ini. Ada kalanya disebut: <i>Rabi'öy akhe</i>).
5. <i>Jamada'l-awwal</i>	<i>Mo'löt Seuneulheih</i> (yakni akhir <i>Mo'lot</i> , sebab bulan inipun masih dipakai untuk memperingati lahirnya Nabi Muhammad SAW.
6. <i>Jumada'l-akhir</i>	<i>Kanduri boh kayeë</i> yakni kanduri atau persembahan buah-buah secara keagamaan. disebut : <i>Jamado akhe</i> .
7. <i>Rajab</i>	<i>Kanduri Apam</i> (yakni 'kanduri kueh apam', juga <i>Rajab</i> atau <i>Ra'jab</i>).
8. <i>Sya'ban</i>	<i>Kanduri Bu</i> (yakni 'kanduri nasi', juga <i>Sya'ban</i> atau <i>Sa'ban</i>).
9. <i>Ramadhan</i>	<i>Buleun Puasa</i> atau Bulan Puasa
10. <i>Syawwal</i>	<i>Uroë Raya</i> (bulan perayaan) atau <i>Syaway</i> . Hari raya idul fitri
11. <i>Du'l-qa'dah</i>	<i>Buleun Meuapet</i> (Bulan yang sempit)
12. <i>Du'l-hijrah</i>	<i>Uroe raya idul Adha</i> (<i>Uroe Raya Qureubeun</i> atau hari raya kurban)

Pada bulan – bulan tertentu yang sudah dijelaskan di atas, terdapat hari – hari besar islam yang masih dipraktikkan oleh masyarakat sekitar pesisir timur Aceh. Menjelang hari besar tersebut sangatlah berpengaruh terhadap kondisi pasar ternak. Ternak kecil banyak yang diminati karena ternak tersebut harganya dapat dijangkau oleh masyarakat. Memasuki bulan maulid awal sampai akhir, pembeli banyak yang datang untuk membeli hewan ternak kecil seperti kibas, biri-biri dan kambing. Menjelang bulan maulid awal, harga ternak di pasar sedikit naik karena permintaan masyarakat yang meningkat.

Pada bulan *Sya'ban* juga sama, pembeli banyak yang mencari hewan ternak kecil. Menjelang bulan Ramadhan di Aceh, masyarakat masih mempraktekkan tradisi meugang yang sudah menjadi tradisi turun – temurun. Seminggu menjelang Ramadhan di pasar hewan ini terlihat ramai pembeli karena mereka berkunjung untuk mencari hewan sebagai pasokan meugang. Pada bulan *Ramadhan* juga, ternak kecil sangat laku karena masyarakat masih menerapkan buka puasa bersama dengan menu gulai kambing. Terhitung dari bulan Ramadhan sampai pertengahan bulan *Syawwal* pembeli masih terlihat ramai di pasar hewan. Setelah itu, mendekati bulan *Du'l Hijrah* pembeli juga terlihat ramai di pasar sampai pertengahan bulan tersebut. Namun di luar hari-hari besar islam, tidak menutup kemungkinan para pembeli ramai datang ke pasar. Kadang kala di waktu – waktu tertentu pembeli akan terlihat ramai walaupun bukan menjelang hari – hari besar islam. Tapi dalam pengetahuan para pedagang, pembeli akan ramai saat- saat mendekati hari – hari besar islam.

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, pembeli ramai saat menjelang hari besar islam. Pada saat tersebut, pembeli mulai sibuk mencari barang sesuai dengan kebutuhan mereka. Namun perlu dipahami juga bahwa di hari – hari biasa pembeli terkadang ramai dan terkadang tidak ramai. Hal itu tergantung dari suasana pasar dan kondisi keberuntungan. Berkaitan dengan keberuntungan, pedagang menyebutnya dengan

sebutan "*Pah uroe*".³⁴ Kondisi tersebut tergambar apabila pembeli ramai tanpa disangka-sangka oleh pedagang, sehingga mereka mendapatkan suatu keberuntungan terkait penjualan dari aktivitas pasar.

Kondisi pasar dengan kehadiran pembeli juga berpengaruh pada kondisi harga yang ditawarkan oleh para pedagang. Berdasarkan pengetahuan pedagang, harga akan meningkat sejalan dengan keadaan yang terjadi di pasar tersebut. Harga akan naik saat menjelang hari besar Islam, karena pada saat itu para pembeli ramai untuk mencari hewan. Namun untuk hari biasanya, harga akan stabil, misalkan harga kambing ukuran besar pada saat menjelang hari raya kurban senilai 4 juta, maka di hari biasa akan didapat sekitaran 3,5 juta atau 3,8 juta. Pedagang memiliki pengetahuan sendiri terhadap kenaikan harga yang ditawarkannya. Mereka tidak berkompromi terlebih dahulu untuk menetapkan harga ternak, namun sifat naluriah mereka terhadap pengalaman yang dialami jauh dibelakang membawa penetapan keputusan harga yang ditawarkan kepada pembeli yang terjadi secara alami.

F. Peran dan Makna Pelaku Pasar

Pada pembahasan ini akan dirangkan merangkum makna dari pembeli dan pedagang sebagai bentuk dari kegiatan jual beli. Kedua pengetahuan (pembeli dan pedagang) di sini menjadi corak dalam kehidupan pasar. Mereka berperan aktif dalam kondisi pasar sehingga berpeluang dalam kesuksesan interaksi jual beli yang dilakukan. Berdasarkan pengetahuan pedagang, pembeli merupakan akses untuk mendapatkan keuntungan. Artinya, mereka yang membawa kesempatan bagi tiap pedagang dalam memperoleh keberhasilan dalam berdagang. Sering terlihat seorang pedagang yang sabar menunggu pembeli di bagian lapaknya. Mereka dalam pemahamannya sedang menunggu rezeki yang akan datang menghampiri.

³⁴ *Pah Uroe* atau hari keberuntungan; Maksud dari *pah uroe* ini adalah pengetahuan pedagang terhadap keberuntungan di hari tersebut.

Hal lain yang menjadi corak dari pembeli adalah subjek yang sedang membutuhkan suatu barang untuk keperluan. Memahami hal ini, pedagang merespon apa yang ingin dicari oleh seorang pembeli. Artinya apa yang ditanyakan terkait dengan barang dagangan, menjadi hal utama yang mereka perjelaskan sehingga berupaya menuju tahap tawar menawar harga. Melalui memaparkan tersebut, pedagang mampu melakukan interaksi jual beli dengan pembeli, sehingga dalam artian ini, pedagang akan mendapatkan keuntungan dari interaksi tersebut.

Namun bagaimana peranan pedagang saat melakukan interaksi tersebut sehingga pembeli mampu tertarik dengan barang dagangannya? kami merangkum bahwa pedagang adalah sebagai seorang yang menyediakan barang, membangun relasi dan seorang yang memberi pengetahuan bagi pembeli. Saat pembeli sedang mencari barang sesuai dengan kehendaknya, pedagang mencoba bertanya pada pembeli barang apa yang ingin dicari? sehingga pedagang dapat menunjukkan barang yang bagus kepada pembeli.

Suatu hari kami melihat seorang pedagang yang sedang menawarkan seekor lembu kepada pembeli, ia ingin mencari lembu untuk dipelihara. Pada tahap ini, seorang pedagang akan menjelaskan kelebihan pada lembunya terlebih dahulu kepada pembeli. Namun bila ada kekurangan pada lembu tersebut, misalkan lembu agak kurus, maka pedagang akan menjelaskan hal tersebut mengapa lembu ini kurus. Hal ini memberi dampak atas penyortiran para pedagang, sehingga upaya sortir lainnya juga dilakukan agar mendapatkan harga yang sesuai dengan kualitas lembu. Berdasarkan penjelasan yang dilakukan pedagang, ada pengalaman pedagang secara perlahan diberikan kepada pembeli saat komunikasi berjalan. Artinya pembeli secara tidak sadar mendapatkan pengetahuan dari paparan yang dijelaskan oleh pedagang. Contohnya apabila mereka tidak jadi membeli pada pedagang tersebut, saat ke tempat lain mereka sudah mendapatkan pengetahuan tentang ciri- ciri memilih. Namun di pasar ini terdapat juga pedagang yang

tertutup terkait dengan pemaparan ini, artinya mereka memberi kesempatan pada pembelinya langsung untuk menyortir. Sehingga tidak banyak menjelaskan mengenai hewan ternak yang ditawarkan itu. Pedagang seperti ini lebih berfokus pada harga ternak, sehingga pembeli harus melihat sendiri barang yang disediakan oleh pedagang.

Setiap pedagang memiliki respon sendiri terkait dengan sikap pembeli di pasar. Memahami pembeli adalah suatu sikap yang harus dimiliki oleh seorang pedagang dalam berjualan. Melalui hal tersebut, pedagang yang handal akan mampu menerjemahkan pembelinya sehingga pedagang tersebut dapat meminimalisir masalah yang terjadi saat sikap pembeli berubah. Untuk itu, kami akan menjelaskan beberapa sikap dari pedagang dalam memahami pembelinya berikut ini.

1. Pembeli *Meuitong*

Meuitong merupakan kata sifat dari seseorang yang melambangkan tidak mau kalah. Seorang pembeli yang *meuitong* saat membeli hewan kadang membuat pedagang kewalahan. Namun, sikap *meuitong* seorang pembeli akan direspon dengan sikap tegas seorang pedagang. Misalkan saat tawar menawar berlangsung, pembeli yang *meuitong* akan mencari kekurangan – kekurangan yang terdapat pada hewan agar mendapatkan harga murah dari pedagang tersebut. Namun pedagang berusaha memberikan pernyataan – pernyataan yang mampu membuat pembeli tersebut paham. Ahyar menjelaskan sebuah respon yang dilontarkan ketika berhadapan dengan pembeli yang *meuitong* yang dilakukan dengan ketegasan. Apabila saat tawar menawar terjadi, namun sikapnya membawa ke suasana tidak baik maka ia putus saja harga akhir dengan semampu – mampunya.

2. Pembeli Sombong

Pembeli yang sombong adalah pembeli yang tidak banyak negosiasi dalam tawar menawar. Pembeli ini menyampaikan harga kurang pada pedagang dengan sikap sinis dan tidak terlalu mengopen apa yang disampaikan

pedagang. Merespon sikap seperti ini, pedagang harus bersikap antara polos dan sabar. Mereka juga tidak mengopeni terlalu banyak pembeli seperti ini. Terkadang mereka akan mengatakan harga akhir yang ditetapkan. Tapi pembeli yang sombong seperti ini tidak banyak dijumpai oleh pedagang di pasar karena etika sosial masyarakat masih tertanam dalam diri mereka, palingan terdapat satu atau dua orang saja.

3. Pembeli Tegas

Pembeli tegas adalah pembeli yang tidak banyak basa-basi saat tawar menawar. Pembeli ini biasanya menanyakan hal yang penting saja dalam transaksi jual beli. Respon pedagang melayani dengan baik pembeli ini karena apabila salah bicara bisa mengakibatkan pembeli tidak jadi tertarik membeli.

4. Pembeli Baik

Pembeli baik adalah pembeli yang bersikap ramah, sopan dan memahami keadaan. Pembeli ini mampu membawa suasana jual beli terasa aman dan nyaman. Walaupun misalnya pembeli ini tidak jadi membeli, tapi ada rasa kepuasan dari seorang pedagang dengan sikap pembeli tersebut. Respon pedagang adalah melayani pembeli ini sebaik-baiknya supaya kedepan ia akan kembali pada lapak pedagang tersebut.

G. Etos Kerja Pedagang

Dewasa ini, pekerjaan menjadi hal yang mendampingi setiap manusia dalam melangsungkan hidup. Bekerja merupakan bentuk internal yang harus dilakukan demi menampung aktivitas sosial dan kebutuhan pribadi. Segala aktivitas itu dilakukan dalam kurun waktu tertentu yang telah ditetapkan oleh manusia, sehingga mereka mendapatkan capaian hasil dari aktivitas tersebut. Namun perlu dipahami, manusia yang terampil dalam ranah sosial memiliki respon sendiri terhadap budaya dan lingkungan sebagai pengetahuan yang tertanam dalam diri masing-masing. Etos kerja menjadi serangkaian pengetahuan itu yang memberi pengaruh pada

kegiatan berkerja yang dilakukan masyarakat. Dalam anggota – anggota masyarakat, mereka pastinya memberi gambaran bagaimana semangat dalam melakukan pekerjaan, baik itu secara nyata atau pun tidak.

Memahami apa yang dimaksud dengan etos kerja, perlu kami melakukan sebuah telaah yang singkat terhadap etos kerja itu sendiri. Etos berasal dari bahasa Yunani (etos), yang diartikan suatu pandangan hidup yang khas sehingga memiliki sikap, kepribadian, watak, karakter serta keyakinan. Dalam bahasa Yunani kuno dan modern, etos berarti keberadaan diri, jiwa, dan pikiran yang membentuk seseorang (Harun, Ibrahim, Iskandar, 2015:76). Nurcholis Madjid (dalam Susanti, 2016:11) mengartikan etos sebagai karakteristik, sikap, kebiasaan dan kepercayaan yang dimiliki oleh seorang individu atau sekelompok manusia.

Geertz (1973:127) juga menjelaskan bahwa etos seseorang adalah nada, karakter, dan kualitas hidup, gaya moral dan suasana hati. Artinya suatu sikap mendasar yang dimiliki oleh diri manusia dan kehidupan dunia yang dipancarkan dalam hidup. Sedangkan kerja dipahami sebagai seorang yang melakukan suatu aktivitas dengan menggerakkan anggota tubuh. Istilah kerja sebenarnya digambarkan dengan suatu bentuk dari bergerak dengan kondisi sadar, sehingga dapat menyeimbangi hidupnya. Artinya manusia sejatinya bekerja untuk memiliki kebutuhan dalam upaya mempertahankan keberlangsungan hidup.

Etos dan kerja merupakan dua kata yang dapat disatukan sebagai bentuk dari watak, karakter, kepercayaan, kebiasaan dan persepsi yang dilakukan oleh manusia dalam melakukan suatu kegiatan. Memahami hal ini, etos kerja menjadi gambaran yang dapat dipahami dalam bentuk kualitatif (makna atau nilai) dan dalam bentuk kuantitatif (tinggi atau renda) seseorang dalam melakukan pekerjaan. Yusri (Tanpa tahun) dalam sebuah artikel menjelaskan bahwa etos kerja adalah semangat kerja yang menjadi ciri khas yang menghimpun keyakinan seseorang atau sekelompok orang.

Menurut Toto Tasmara (dalam Susanti, 2016:11) menjelaskan bahwa etos kerja adalah upaya yang sungguh-sungguh dilakukan oleh manusia dengan totalitas kepribadian yang mengekspresikan, memandang, meyakini dan memberikan makna serta mendorong dirinya, untuk bertindak dan meraih amal yang optimal serta tertuju pada hubungan antar sesama manusia. Memahami terbentuknya etos kerja, berbagai faktor pendorong ikut memberikan pengaruh terhadap etos kerja itu sendiri. Faktor - faktor yang mempengaruhi terbentuknya etos kerja yaitu; faktor agama, faktor budaya, faktor lingkungan, faktor pendidikan dan faktor motivasi diri. Dengan hal ini, karakteristik etos kerja itu sendiri tidak jauh dari hal pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang. Mereka memiliki etos kerja masing - masing sebagai respon dari kehidupan yang tertanam secara perlahan dalam aktivitas yang dilakukan. Terkait dengan etos kerja, sebenarnya masyarakat memiliki nilai yang menampung pikiran dan semangat dalam pekerjaan. Melalui etos kerja ini, tanpa disadari masyarakat akan terus mengulang aktivitasnya sesuai dengan arah pikiran yang membawanya bergerak pada arah kemajuan. Masyarakat Aceh dalam pemahamannya memiliki etos kerja yang tidak jauh dari dorongan keagamaan, yaitu agama islam.

Islam menyerukan kepada manusia agar menjadi umat yang terbaik di kehidupannya. Berdasarkan pandangan islam, manusia lahir ke dunia adalah sebagai khalifah yang menjadi pemimpin yang dalam hal ini ia harus mampu mengatur ciptaan Tuhan untuk kemaslahatan dirinya dengan lingkungannya. Manusia diberikan wewenang oleh Tuhan untuk menguasai dan mengelola anugrah-Nya. Etos kerja islam pada tafsirnya didasari oleh keimanan yang baik sehingga segala sesuatu yang dilakukan oleh seseorang dilaksanakan sebaik mungkin, jujur, ikhlas dan bertanggung jawab (Sufi, Hasdy, Huseini, Gafi, Hasan, Adnan, 1995:52).

Namun di lain sisi, dalam merespon etos kerja yang dibarengi dengan nuansa islami sebagai memotivasi diri, masyarakat pada zaman dulu pernah bersinergi membentuk

tradisi lisan melalui ucapan yang berpengaruh pada etos kerja individu masyarakat. Ucapan yang mengandung makna bijak itu tertuang pada bait lisan hadih maja. Dalam pengertiannya hadih maja merupakan puisi lisan Aceh yang indetik dengan ungkapan tradisional sehingga dipahami sebagai puisi rakyat.

Hadih maja sering juga diartikan sebagai kata berhikmat atau nasehat dan petuah nenek moyang di masa lalu yang mengandung nilai moral dan pendidikan keagamaan, serta dinilai etis dan bermakna filosofis (Harun et al. 2015:75). Selain itu, bentuk dari hadih maja itu sendiri juga mengandung nilai etos kerja yang membawa masyarakat menjadi lebih baik. Berikut ini kami memberikan paparan terkait dengan etos kerja masyarakat Aceh yang tertuang pada hadih maja. Dalam baitnya, terdapat makna – makna yang menguatkan motivasi masyarakat untuk terus bersemangat dalam melakukan aktivitas mencari rezeki untuk kebutuhan hidupnya.

1. Hadih maja berikut ini bersumber dari artikel yang ditulis oleh Yusri. Dalam ungkapan hadih maja di bawah ini membahas terkait bagaimana bekerja sebagai suatu hal mencari rezeki yang wajib bagi setiap individu. Dalam pandangan islam terdapat tiga macam bentuk rezeki, pertama rezeki yang dijanjikan oleh Allah, kedua rezeki yang diberikan oleh Allah dan ketiga rezeki yang didapat karena Allah.

- | | |
|---|---|
| a. <i>Meunyo hana tauseuha,
Pane atra rhot di manyang</i>
Kalau tidak kita berusaha,
Manalah ada harta jatuh
dari langit | Maksud “manalah” di sini menggambarkan bahwa seseorang tidak akan mendapatkan rezeki begitu saja apabila seseorang tersebut tidak berusaha. |
| b. <i>Gaki jak urat meunari
Na tajak na raseuki</i>
Kaki berjalan urat menari
Ada berjalan ada rezeki | Maksud dari ungkapan ini adalah apabila seseorang melangkahakan kakinya untuk mencari rezeki dengan berusaha maka dia pasti akan mendapatkan rezekinya. |

- c. *Tuwah deungon tagagah Raseuki deungon tatuntu*
Bertuah karena diusahakan Rezeki karena dicari
- Maksud dari ungkapan ini menjelaskan bahwa rezeki akan didapat apabila seseorang berusaha mencari.
- d. *Sabe taek gle tatron paloh Sabe tamita sabe tapajoh*
Selalu mendaki gunung menuruni jurang
Selalau kita cari selalu kita makan
- Maksud dari ungkapan ini adalah apabila seseorang mencari rezeki maka mereka tidak akan kelaparan.
2. Sumber hadih maja yang kedua adalah jurnal yang disusun oleh Harun *et al.* (2015). Pada bagian ini membahas terkait nilai - nilai etos kerja yang terkandung dalam hadih maja serta keyakinan dalam masyarakat Aceh.
- a. *Jaroe uneun 'ab bu Jaroe wie kawe eungkot*
Tangan kanan menyulang nasi
Tangan kiri memancing ikan
- Dimaksudkan bahwa seseorang harus memanfaatkan waktu semaksimal mungkin dalam pekerjaan.
- b. *Meunyo tatu'oh peulaku Boh labu jeuet keu asoe kaya Meunyo hana tatu'oh peulaku Aneuk teungku jeuet keu beulaga*
Kalau pandai kita mengolah Buah labu pun jadi srikaya
Kalau tidak pintar kita olah Anak ulama pun jadi penjahat
- Dimaksudkan seseorang harus berjiwa kreatif dalam bekerja
- c. *Bloe siploh publoe sikureueng Dalam ruweueng tacok laba*
Beli sepuluh jual sembilan
Dalam ruang mengambil laba
- Dimaksudkan bahwa seseorang harus memiliki strategi karena apabila seseorang membeli sepuluh dan menjual sembilan maka orang tersebut akan

- merugi. Jangan mencari kerugian dalam berjualan.
- d. *Geutanyoe jak keudeh keunoe*
Nyang bek tuwo cara tamita
 Kita pergi ke sana kemari
 Yang jangan lupa carilah cara
- Dimaksudkan bahwa seseorang harus mencari cara untuk meraih kesuksesan
- e. *Jeuneh raseuki wajebe tagagah*
Bah pih phon payah ta saba
Kareuna saba le that faidah
Jeuet keu beureukah syupeu'at pih na
 Semua rezeki wajib dicari
 Walaupun susah haruslah bersabar Karena sabar banyak faidah
 Jadi barakah hasil pun ada
- Dimaksudkan bahwa seseorang harus bersabar karena keberhasilan tidak di peroleh secara instan.
- f. *Lam useuha bek deungki khianat*
Bek iri ate watee gob na nikmat
 Dalam berusaha jangan dengki khianat
 Jangan iri hati jika orang peroleh nikmat
- Dimaksudkan bahwa seseorang di dalam persaingan usaha hendaknya dijadikan motivasi untuk terus menjadi lebih baik. Jangan bersaing secara tidak sehat.
- g. *Awai pubuet dudoe pike*
Teulah 'oh akhe keupeue lom guna
 Setelah dikerjakan barulah dipikirkan
 Menyesal kemudian tiada berguna
- Dimaksudkan bahwa seseorang dalam memulai usaha/bekerja harus merencanakannya terlebih dahulu karena sesuatu yang sudah terjadi itu tidak ada gunanya disesalkan. Itulah

akibat yang harus diterima karena tidak ada rencana yang baik.

- h. *Meunyo geutanyoe ureueng carong Bak-bak eungkong jeuet tacok laba* Kalau kita orang pandai
Dari siamang dapat mengambil laba
Dimaksudkan bahwa seseorang harus menekankan jiwa manejer atau pemimpin dalam bekerja. Seseorang harus pintar sehingga memiliki kemampuan untuk mengurus orang yang berada di bawah kepemimpinan dirinya.
- i. *Keubeue beumeureugoh Sagoe umong beumeulampoh Breuh bu bek putoh Rumoh tangga bek riyoh*
Kerbau harus menjadi gemuk
Sudut sawah harus menjadi kebun
Beras dan nasi jangan terputus
Rumah tangga janganlah rebut
Dimaksudkan bahwa seseorang harus gigih dalam bekerja dengan memanfaatkan modal yang ada.
- j. *Janji poh tujuh jak poh sikureueng Jareueng-jareueng tanyoe meulaba* Janji pukul tujuh datang pukul sembilan Jarang-jarang kita memperoleh laba
Dimaksudkan bahwa seseorang harus disiplin dalam bekerja karena apabila tidak disiplin maka seseorang tersebut akan merugi. Membatalkan janji merupakan sikap yang tidak disiplin.

Berdasarkan hadih maja yang tertera di atas, etos kerja yang terbangun dalam ungkapan tersebut memiliki makna yang memotivasi para masyarakat. Dengan hal tersebut masyarakat dapat dengan internal memahami keadaan yang terjadi apabila mereka jenuh dan tidak bersemangat dalam bekerja. Ungkapan yang menjadi daya tarik yang tersirat dalam hadih maja memang dapat membentuk karakter masyarakat agar terus menjadi lebih baik.

Pada masyarakat Aceh, bekerja merupakan sebuah hal yang harus dilakukan untuk mendapatkan keimanan dan ilmu. Bekerja diistilahkan sebagai daya dalam mencari kebutuhan,³⁵ sehingga apa yang disebut oleh Bustamam-Ahmad (2013:34) bahwa jak meudagang merupakan istilah mencari ilmu. Namun bekerja juga dimaksudkan untuk menjemput rezeki yang diberikan oleh Tuhan semesta alam.

Melihat aktivitas pedagang ternak (*Gang Leumo*) yang berada di Geurugok Kecamatan Gandapura, mereka membentuk etos kerja yang dilakukan berulang tanpa mereka sadari. Mereka selalu bersemangat dalam melakukan aktivitas berdagang hewan. Saat pembeli melintasi lapak mereka, si penjual menawarkan dagangannya kepada pembeli dengan tujuan agar pembeli melirik hewan tersebut. Berikut ini kami akan menerjemahkan etos kerja yang dimiliki oleh pedagang hewan di pasar hewan Gandapura (*Gang Leumo*).

1. Menawarkan Dagangan

Dalam membangun suatu usaha, penawaran barang merupakan salah satu tahap penjualan yang dilakukan oleh semua pedagang di seluruh dunia. Proses ini dilakukan agar dagangannya diketahui oleh konsumen. Apabila seorang pedagang tidak menawarkan dagangannya kepada pembeli atau konsumen, maka pembeli tidak akan mengetahui barang yang pedagang perjualkan. Kami melihat langsung

³⁵ Dalam mencari kebutuhan ini, hal yang menjadi tolak ukur dalam melakukan sebuah hasil dari kebutuhan ekonomi adalah berdagang atau meudagang.

bagaimana pedagang menawar barang dagangannya dan mereka melakukan interaksi dan komunikasi sebagai berikut.

"Kiban bang, jeut yang nyoe saboh?"

Artinya: Bagaimana bang, apakah bisa ini satu?

"Kiban, Jeut njang nyo saboh, mantap that barang nyo"

Artinya: Bagaimana, bisa ini satu, mantap sekali barang (leumo) ini

"Pue leumo nak mita? Nyo jeut saboh, neu kalen – kalen ju dile"

Artinya: Lembu apa yang di cari? Bisa ini satu, bisa dilihat – lihat dulu

"Kiban bang, pu barang nak mita?"

Artinya: Bagaimana Bang, barang apa yang ingin di cari?

"Nyan hai bang, neucok leumo nyo ju keudeh, hana meuhai 17,5 juta, maa ngon aneuk agam meurempek, rayeuk aneuk jet ie woe laba neuh"

Artinya: Lihat bang, beli lembu ini saja, tidak mahal (terjangkau) 17,5 juta, indukan dan anakan laki didapat. apabila besar anakan laki ini anda akan mendapatkan laba.

Saat penawaran itu berlangsung, para pedagang juga menjelaskan terkait dengan hewan yang dijualnya. Mereka mengajak para pembeli supaya melirik hewan yang dijualnya. Namun, terkadang terdapat juga pembeli yang hanya lewat di sekitaran lapak para pedagang. Para pedagang juga melakukan hal yang sama, mereka menawarkan dagangan kepada pembeli yang melintasi lapaknya. Dalam penawaran itu, saat pembeli tertarik untuk melihat hewan yang ditawarkan, para pedagang sangat bersemangat untuk melayani pembeli.

Berdasarkan penawaran yang disampaikan kepada pembeli oleh seorang penjual, mereka setidaknya telah menjemput rezeki yang diberikan oleh Tuhan. Upaya yang dilakukan itu membawa seorang pedagang terus bersemangat dalam melakukan aktivitas pasar. Melalui bentuk penawaran ini mereka mengharapkan barang dagangan yang dibawa dari rumah akan laris terjual.

Ahyar menjelaskan bahwa menawarkan hewan yang dibawa merupakan bentuk dari semangat berdagang di pasar. Berdasarkan tahap penawaran yang dilakukan setidaknya para pembeli sudah mengetahui barang dagangan yang dijual oleh pedagang. Oleh sebab itu, apabila pembeli sudah keliling untuk mencari barang yang bagus dengan harga yang sesuai keinginan, namun tidak juga didapat dan sudah melakukan perbandingan baik itu kualitas hewan dan kecocokan harga, maka pembeli bisa saja kembali untuk menyesuaikan harga pada pedagang yang sudah dijumpai sebelumnya. Untuk itu perlu dipahami bahwa menawarkan barang dagangan merupakan hal yang perlu dilakukan oleh seorang pedagang di pasar hewan Gandapura dalam menjemput rezeki.

2. Sabar dalam menunggu pembeli dan tidak menjauhi lapak

Para pedagang di pasar hewan Gandapura (*Gang Leumo*) sangat sabar dalam menunggu pembeli. Mereka menunggu pembeli di sekitaran lapak dengan mengontrol aktivitas para pembeli. Apabila pembeli melintasi sekitaran lapaknya, mereka langsung menawarkan barang yang dibawanya. Namun bila pedagang tersebut sedang melayani pembeli pertama yang duluan melirik barang dagangan, maka pedagang tersebut akan berkomunikasi disela-sela lainnya. Artinya pedagang tersebut juga menyambung komunikasi di antara keduanya, tetapi akan difokuskan pada pembeli yang pertama. Namun bila jumlah dagangan yang dibawanya lebih banyak, lapaknya dihandle oleh dua orang pedagang sehingga pembeli yang datang dapat dilayani dengan sempurna. Mereka tidak menjauhi lapak dagangan

karena pada dasarnya tujuan mereka ke pasar adalah berjualan.

3. Datang tepat waktu

Maksud dari datang tepat waktu di sini adalah menyesuaikan waktu dengan kedatangan pembeli. Kami melihat para pedagang hewan kecil seperti kambing atau kibas mereka datang lebih awal sekitaran pukul 08:30 WIB untuk menjajakan dagangan. Mereka menyesuaikan dengan keadaan para pembeli yang datang di waktu pagi untuk mencari kambing atau kibas. Namun terlihat juga para pedagang yang datang sedikit lebih telat sekitaran pukul 09:30 WIB, itu karena ada hambatan atau wilayah rumah yang sedikit lebih jauh.

Berkaitan dengan para pedagang lembu, kami melihat di sekitaran pukul 08:00 Wib belum banyak lembu yang datang untuk dijajakan. Mereka juga melihat kondisi para pembeli lembu yang datang tidak begitu awal untuk mencari lembu. Pada pukul 09:00 WIB, lembu sudah mulai banyak berada di lapak para pedagang. Namun ada juga para pedagang yang datang sedikit telat di sekitaran pukul 10:30 WIB, itu pun jika ada kendala dan lokasi rumah yang sedikit jauh. Bila pedagang membawa banyak hewan dagangan, maka mereka melakukan 2-3 pengantaran hewan. Pedagang di pasar ini juga memahami kapan pembeli datang dan kapan pembeli ramai untuk melakukan aktivitas pasar sehingga mereka mampu menyesuaikan waktu untuk berdagang.

4. Bertanggung Jawab

Para pedagang di sini sangat bertanggung jawab bilamana apa yang disampaikan tidak benar. Kami menyaksikan seseorang yang membeli lembu, saat pedagang mengatakan bahwa “lembu ini sangat lahap memakan rerumputan dan apabila lembu ini tidak mau makan rumput saat sudah dibawa pulang bisa di kembalikan pada hari pasar selanjutnya”. Tanggung jawab yang dimiliki oleh pedagang merupakan respon dari kualitas hewan yang ditawarkan. Pada lain sisi, para pedagang juga bertanggung jawab apabila

lembu/kambing yang ditawarkan adalah hasil curian. Kami pernah menanyakan hal ini pada pengelola pasar dan beberapa pedagang terkait hal tersebut, apabila ada lembu/kambing yang dijual rupanya barang curian. Mereka mengatakan bahwa semua itu diurus oleh para pedagang langsung. Pemilik ternak dapat membawa hewan ternaknya kembali dan pembeli mendapatkan uangnya kembali sedangkan pedagang yang mencari pencurinya dengan bukti – bukti yang ada.

5. Bersikap ramah

Bersikap ramah adalah sebuah kunci dalam menjalani aktivitas sosial, baik itu dalam berkomunikasi maupun dalam sikap diri. Para pedagang ternak di sini, mereka sangat ramah melayani pembeli, mereka tidak akan kecewa apabila pembeli tidak jadi membeli. Mungkin istilah “pembeli adalah raja” diadopsi oleh para pedagang di sini. Mereka sangat ramah dalam hal menyambut para pembeli dari awal sampai dengan akhir. Sikap ini menjadi bentuk dari keseriusan dalam bersosial dan berkomunikasi dengan pedagang dan pembeli. Para pedagang di sini menawarkan dagangan dengan baik dan tidak memaksa pembeli harus membeli karena keputusan pembeli adalah hal yang utama.

6. Suka berkomunikasi dengan sesama pedagang dan pembeli

Berkomunikasi adalah ajang membangun relasi bagi setiap orang yang berada di ranah sosial. Pedagang di sini suka berkomunikasi dengan sesama pedagang dan bersama pembeli. Saat kami duduk di sebuah warung yang tidak jauh dari lapak dagangan para pedagang, terlihat dua orang yang sibuk bercerita di antara sesama pedagang terkait dengan hewan yang dibawa dan perihal penjualan. Mereka membangun komunikasi dengan sesamanya supaya mendapatkan kondisi pasaran hewan selanjutnya. Namun, kami juga melihat pedagang yang berkomunikasi dengan pembeli yang ingin mencari hewan untuk kurban. Pedagang menjelaskan beberapa karakteristik hewan yang cocok untuk dijadikan kurban. Oleh sebab itu, komunikasi yang

dilakukan oleh pedagang sebagai upaya untuk membangun relasi yang luas.

7. Tidak pulang lebih awal walaupun barang dagangan laku

Pedagang di sini sangat bersemangat dalam berdagang, terlihat dengan aktivitas yang dilakukan membawa pendapatan untuk dirinya. Mereka berusaha dengan semampunya dalam melakukan penawaran hewan ternak sampai hewan ternak tersebut laku dijual. Berkaitan dengan hal ini, saat ternak yang mereka jajakan sudah laku dijualnya, maka mereka tidak pulang lebih awal. Mereka duduk bersantai di lokasi pasar terlebih dulu sampai pedagang lainnya mulai membereskan ternak untuk pulang. Artinya ada ketertarikan tersendiri yang timbul bagi diri pedagang untuk terus bertahan di lokasi pasar. Mereka akan menyambung cerita-cerita terkait dunia pasaran ternak dengan sesama pedagang lainnya dan sesekali berkeliling mencari stok ternak di seputaran lapak pedagang. Oleh sebab itu, pedagang akan pulang di waktu yang bersamaan dengan pedagang lainnya.

8. Suka mempersiapkan hewan dagangan

Sebelum membawa ternak ke pasar, pedagang memandikan hewannya agar bersih dari kotoran di bagian badannya. Tahap ini dilakukan agar kebersihan hewan terjaga dan warna bulu terlihat indah. Melalui upaya ini, pembeli dapat menyentuh lembu/kambing dengan aman karena tidak tersentuh dengan kotoran hewan. Selain di rumah, pedagang juga membersihkan ternaknya di lapak penjualan. Pembersihan ini agar warna bulu ternak terlihat mengkilat. Kami melihat pedagang di sini sering mempersiapkan hewan dagangannya untuk dijual. Kadang mereka membersihkan atau mengelap ternaknya dengan kain basah. Upaya ini dilakukan agar kebersihan ternak indah dan tidak terlalu kepanasan. Selain itu, pedagang juga memberi pakan rerumputan dan terkadang memindahkan lokasi ternak di sekitaran lapak. Pada bagian lapak lembu, saat pembeli datang menanyakan terkait dengan lembu,

mereka sering memukul lembu dengan telapak tangan di bagian punggung. Sedangkan para pedagang kambing kadang kala membawa - bawa kambingnya yang sudah diikat beberapa meter dari lokasi penjualan.

Etos kerja para pedagang di pasar hewan Gandapura (*Gang Leumo*) merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan secara berulang yang mendorong mereka untuk mencari rezeki. Oleh sebab itu mereka menjalani aktivitas pasar sebagai suatu kegiatan sosial. Dalam pemahaman ini, kegiatan pedagang dan pembeli bukan sebuah bentuk jual beli saja, melainkan ada relasi yang terbangun.

BAB V

STRATEGI DAN PRAKTIK JUAL BELI TERNAK

A. Memahami Jual Beli Ternak

Jual beli ternak adalah serangkaian kegiatan yang harus dipahami dalam melakukan aktivitas pasar ini. Memahami kategori jual beli hewan ternak, kami melihat ada dua kegiatan jual beli yang dilakukan di pasar ini. Pertama kegiatan jual beli yang dilakukan oleh sesama pedagang dan kedua kegiatan jual beli yang dilakukan oleh pembeli dengan pedagang. Untuk lebih memahami penjelasan terkait dengan dua kegiatan jual beli tersebut, berikut ini kami akan memaparkan aktivitas yang dilakukan dalam kegiatan jual beli hewan ternak:

1. Jual beli yang dilakukan oleh sesama pedagang

Para pedagang membeli hewan sebagai modal dalam penyediaan stok untuk dipasarkan ke wilayah lain. Ahyar, Ridha, Safwandi dan beberapa pedagang lainnya, mengatakan bahwa selain berdagang di pasar, mereka juga mencari barang dagangan untuk stok agar dapat dipasarkan ke wilayah luar di sekitaran Aceh. Hal ini merupakan bentuk dari memenuhi stok hewan untuk dipasarkan ke pasar di wilayah lain. Mereka selain menjual ternak sebagai aktivitas utama, juga mencari stok hewan. Namun mereka juga menjual stok tersebut apabila ada yang menawar harga di atas dari modal di lokasi penjualannya.

Sebelum para pembeli sibuk melihat dagangan yang diujakan, pedagang biasanya berkeliling terlebih dahulu untuk mencari hewan yang dapat dijadikan stok sekaligus mengecek harga hewan yang dibawa oleh pedagang lainnya. Saat pedagang tertarik dengan hewan yang dibawa oleh pedagang lainnya, pedagang akan bertanya terkait dengan harga hewan, dari mana asal hewan dan menanyakan beberapa karakteristik hewan. Bila pedagang lain sudah menjelaskan terkait dengan hal yang ditanyakan itu, mereka akan melaksanakan tawar menawar di antara keduanya.

Kami melihat terdapat pedagang yang memborong dagangan pedagang lain, namun terdapat juga yang membeli satuan. Seperti kegiatan yang dilakukan oleh Safwandi di pasar, ia pernah membeli kambing yang berjumlah 4 (empat) ekor yang sudah diikat menjadi satu paket oleh pedagang lain. Saat tawar menawar, Safwandi menawarkan harga yang cocok dan seimbang apabila dijual kembali.

Safwandi melihat ukuran hewan beserta kelengkapannya, lalu melihat harga yang disampaikan oleh pedagang lain. Jika Safwandi sudah menjumlahkan total harga keseluruhan, maka ia akan meminta pengurangan harga. Misalkan harga satu ekor kambing yang ditawarkan berbeda sesuai dengan ukuran kambing, saat penjumlahan keseluruhan sudah dilakukan dan berada di posisi Rp. 6.400.000 atau dapat dijumlahkan per ekornya Rp. 1.600.000, maka ia akan meminta kurang senilai Rp. 6.000.000 kepada pedagang lain tersebut. Apabila pedagang lain tidak setuju, maka kesesuaian harga akan ditetapkan di antara kedua pihak. Namun apabila tidak ada titik tengah, kadang Safwandi mencari lokasi lain untuk mencari stok. Perlu dipahami bahwa harga untuk sesama pedagang terkadang tidak banyak keuntungan. Pedagang akan menjual stoknya kepada pedagang lain bila sudah memiliki keuntungan sedikit. Namun beberapa pedagang terkadang memancing pedagang lain untuk tawar menawar sehingga harga yang ditawarkan sedikit tinggi pada awalnya, sampai mereka berada di titik tengah di mana keputusan harga sudah mereka sepakati bersama.

Beberapa pedagang lain juga melakukan hal yang serupa saat berlangsungnya kegiatan pasar. Kami melihat di sini terjadi kesinambungan antara pedagang A dengan pedagang B saat mencari stok. Kadang di *Uroe Peukan* ini pedagang A memiliki stok kambing, maka pedagang B akan mencari stok pada pedagang A, namun bila *Uroe Peukan* kedepannya pedagang A tidak memiliki stok, maka pedagang A akan mencari pada pedagang B dan pedagang

lainnya. Namun, beberapa lainnya juga mencari stok langsung di pasar lainnya untuk dijual kembali di pasar ini.

2. Jual beli yang dilakukan oleh pembeli dengan pedagang

Jual beli hewan yang dilakukan oleh pembeli dengan pedagang di pasar ini terjadi setiap hari pasar. Pada pasar ini, pembeli mencari hewan sesuai keperluan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan kedepannya. Ada pembeli yang mencari hewan untuk dternakkan, ada yang mencari hewan untuk penggemukan, ada yang mencari hewan untuk kurban atau aqiqah dan ada yang mencari hewan untuk daging.

Saat masuk ke pasar ini, tujuan utama pembeli tidak lain adalah melihat hewan yang diajakan oleh para pedagang. Artinya ada yang sekedar datang untuk mengecek harga dan ada yang datang untuk membeli hewan. Pembeli yang mengecek harga kadangkala menunggu kesesuaian harga yang ditawarkan oleh pedagang. Biasanya kebanyakan dari kategori pembeli yang mengecek harga adalah pembeli yang bertujuan untuk peternakan atau penggemukan. Mereka melihat kesesuaian harga terlebih dahulu sehingga apabila harga sudah mulai cocok maka mereka akan membeli hewan yang diinginkan. Namun perlu dipahami bahwa hewan yang diinginkan tersebut biasanya akan berbeda pada setiap kali berkunjung ke pasar. Menurut salah satu pedagang, pembeli yang mengecek harga saja kadangkala harus mengunjungi dua kali *Uroe Peukan* dan bahkan lebih untuk mencari kesesuaian harga hewan ternak.

Pada pembeli yang khusus mencari hewan untuk dibeli saat hari pasar berlangsung, biasanya sering dilakukan oleh pembeli yang membeli hewan sebagai kurban atau aqiqah. Namun untuk pembeli yang konteksnya hewan pedaging jarang kita jumpai di pasar. Mereka lebih sering mencari hewan pada pedagang langsung di kediamannya. Namun terdapat juga di musim tertentu seperti pada saat menjelang tradisi meugang para pembeli ini mencari hewan untuk stok penjualan dagingnya.

Kegiatan awal pembeli saat melakukan aktivitas mencari hewan adalah berkeliling sambil melihat hewan yang dijual. Pada saat pembeli berkeliling melihat hewan, apabila pembeli tersebut tertarik pada suatu hewan maka mereka akan menanyakan harga pada pedagang terlebih dahulu atau sebaliknya, pedagang menawarkannya. Pedagang akan menjelaskan terkait dengan hewan tersebut dan menanyakan kembali, kriteria hewan apa yang ingin di cari? Pada proses ini, pedagang lebih memberi kesempatan kepada pembeli agar terpancing pada tahap tawar menawar. Apabila saat melihat hewan yang mereka inginkan dan terlihat cocok sebagai hewan yang ia butuhkan, pembeli langsung menawarkan harga kepada pedagang.

Namun apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dan belum berujung pada kesepakatan, terkadang pembeli mengunjungi pedagang lainnya. Apabila mereka sudah berkeliling mencari, namun dalam perkiraannya hewan yang cocok hanya terdapat pada pedagang pertama yang mereka jumpai, maka mereka kembali lagi untuk tawar menawar kedua. Pada tawar menawar kedua ini, terkadang pembeli memutuskan harga sesuai dengan kesepakatan pedagang yang tidak jauh dari keputusan harga pada saat tawar menawar pertama yang dilakukan. Kami melihat pedagang akan mencari celah agar dagangannya bisa laku dan pembeli juga sama akan mencari celah agar harganya dapat diturunkan.

Mencari dan memutuskan harga adalah kegiatan yang dilakukan saat pembeli dan pedagang berinteraksi jual beli. Mereka mencari keuntungan atas interaksi jual beli yang dilakukan. Pembeli ingin harga terendah dari hewan yang sesuai dengan keinginannya sedangkan pedagang ingin hewannya terjual dengan harga tinggi dengan kondisi hewan yang ditawarkan. Perihal ini kami melihat mereka saling merayu atau negosiasi-negosiasi yang dalam hal ini dipahami sebagai *ceumako*. Bentuk dari *ceumako* ini merupakan serangkaian mencari keuntungan pribadi. Siapa

yang berhasil melakukannya maka dia yang akan beruntung mendapatkan keuntungan.

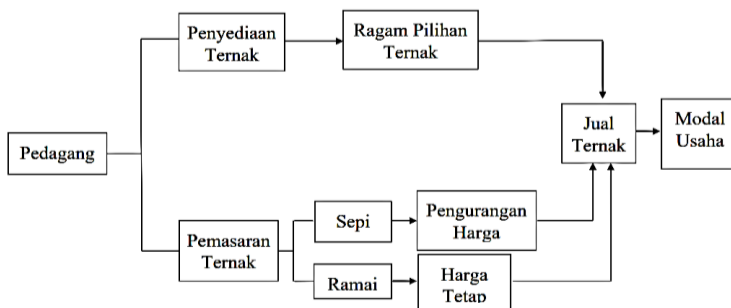
Ahyar menjelaskan bahwa pembeli yang pandai/cerdik bisa saja mendapat untung dari pembeliannya. Ia menyebutnya sebagai orang yang sedikit ribet (meuitong). Menghadapi orang ini kadang kala mereka mendapatkan keuntungan sedikit. Namun apabila pembeli tidak tahu menahu terkait pembelian hewan, maka mereka percaya pada pedagang langsung. Ia menjelaskan di saat itu pedagang mendapatkan keuntungan yang cukup.

Setelah para pembeli ingin membeli hewan yang dijual oleh pedagang, terkadang pembeli menanyakan terkait dengan bobot daging dari semua? Namun dari pemahaman pedagang untuk menentukan bobot keseluruhan hanya melalui tafsiran.³⁶ Pedagang menjelaskan, misalnya 300 kg bobot keseluruhan, 95-100 kg bobot daging yang akan keluar. Menentukan bobot daging ini dilakukan dengan perbandingan 1:3 pada keseluruhan hewan. Berdasarkan perbandingan tersebut, ditafsirkan tiga bagian dari satu hewan, yaitu bagian daging, bagian tulang dan bagian lemak, kulit serta isi perut. Melalui pembagian ini, pedagang dapat menafsirkan hal tersebut dengan melihat ukuran hewan yang akan dijual. Terkadang untuk hewan yang sedikit kurus, pedagang tidak dapat menyebutkan tafsiran itu karena tidak tergambar bobot daging yang akan keluar setelah dipotong. Penafsiran ini masih abstrak, tidak sesuai dengan hasil yang dilakukan melalui timbangan. Maka terkadang pembeli yang sering menanyakan bobot tersebut biasanya pembeli yang memiliki usaha rumah potong.

³⁶ Tafsiran ini dapat dilakukan berdasarkan pengalaman para pedagang, namun dari tafsiran ini penentuan bobot itu bisa saja meleset tetapi tidak jauh dari penetapannya.

B. Strategi Jual Beli Ternak

Strategi merupakan salah satu bagian yang selalu dilakukan oleh setiap pelaku pasar. Strategi ini menjadi salah satu usaha untuk meningkatkan penjualan serta mencari keuntungan dalam melakukan aktivitas dagang. Sebagai salah satu pasar yang memiliki titik ruang penjualan secara bersama, strategi pada pasar ternak ini merupakan salah satu pola saing secara sehat³⁷ yang dilakukan oleh pedagang tanpa merugikan sesama pedagang lainnya. Namun, sebagai salah satu peranan pedagang yang selalu mempertimbangkan perputaran modal, maka mereka memiliki strategi pribadi agar usaha yang dijalankan terus bertahan. Oleh sebab itu, strategi pedagang dalam pasar ini berada pada dua bentuk strategi. Lihat bagan 3 berikutnya agar dapat memahami alur kedua bentuk tersebut.



Gambar 5.1. Strategi Jual Beli Ternak

Sumber: Analisis, 2021

1. Strategi Penyediaan Stok Ternak

Memahami strategi pedagang di pasar ini, ada suatu praktek yang dilakukan oleh pedagang agar perputaran

³⁷ Kami menerjemahkannya sebagai pola saing secara sehat karena dalam aktivitasnya para pedagang di pasar ini masih memahami kepedulian bersama. Artinya mereka masih memperdulikan penjualan para pedagang lainnya, walaupun secara keseluruhan mereka melakukan strategi penjualan dengan penyediaan stok hewan ternak yang dibawa. Namun, mereka percaya bahwa semua penjualan yang telah dilakukan merupakan rezeki yang telah diberikan oleh sang pencipta.

modal dapat berjalan cepat. Praktek ini akan terjadi apabila pedagang tersebut memiliki modal besar. Artinya pedagang tersebut mampu mengeluarkan modal dengan jumlah yang banyak untuk mendapatkan usaha perputaran modal tersebut. Salah satu strategi para pedagang di pasar ini adalah membawa ternak yang beragam. Artinya pedagang membawa ternak dalam beberapa kategori agar pembeli dapat membeli ternak sesuai keperluan dan sesuai dengan uang yang dimiliki.

Proses penyediaan ternak sangat berpengaruh pada stok ternak yang dimiliki oleh seorang pedagang. Penyediaan stok ternak didapat dari wilayah pasar ternak lainnya saat melakukan aktivitas penjualan ternak di lokasi tersebut. Selain menjual ternak di lokasi itu, para pedagang juga melakukan pembelian stok ternak untuk dibawa pada hari pasar kedepannya.

Safwandi menjelaskan bahwa selain menjual kambing di pasar ternak, ia juga membeli kambing untuk stok pasar ternak kedepannya. Pembelian itu dilakukan jika terdapat kambing yang cocok untuk dibeli. Artinya Safwandi memilih kesesuaian harga kambing, kualitas kambing dan kesehatan kambing terlebih dahulu, sehingga saat penjualan kembali, kambing tersebut mudah laku dijual di pasaran. Ia juga menjelaskan bahwa saat pembelian kambing untuk stok, tidak ada batasan pembelian, ia melihat cocoknya dan jika terlihat cocok maka akan dibeli.³⁸

Praktek pencarian stok seperti Safwandi ini, juga sama dilakukan oleh Ridha dan Aziz selaku pedagang lembu. Berdasarkan penjelasan Ridha, ia banyak mencari stok hewan ternak di pasar yang mengarah ke wilayah timur. Pasar tersebut seperti, pasar ternak Cempedak, pasar ternak Tualang Cut, pasar ternak Ie Bintang sampai di beberapa

³⁸ Beberapa pedagang lain menargetkan batasan pembelian, artinya pedagang menyesuaikan kambing yang dibawanya. Misalkan ia setiap hari pasaran membawa kambing berkisar 5 ekor, maka stok kambing juga akan 5 ekor. Hal seperti ini dipraktikkan oleh Ahyar selaku salah satu pedagang kambing.

wilayah Medan. Pada lokasi pasar ternak Geurugok ini, ia tidak banyak membeli ternak karena menurutnya harga ternak di pasar ini tidak sesuai. Artinya bila membeli ternak untuk stok di pasar ini, mereka menunggu ternak yang betul cocok untuk dibeli. Untuk pembelian stok ternak di pasar lain, ia membeli ternak hanya semampu saja dengan kesesuaian uang yang dimilikinya.

Setelah pembelian stok ternak di wilayah lain, maka saat terlaksananya hari pasaran di pasar ternak ini, pedagang turut menjajakan ternak tersebut. Penyediaan stok ternak memiliki berbagai kategori yang disesuaikan dengan harga.³⁹ Kategori itu misalkan, terdapat lembu atau kambing (harga 10 juta/ 3 juta ke atas), terdapat juga lembu atau kambing (10 juta/ 3 juta ke bawah) dan seterusnya. Ini menunjukkan bahwa dengan melakukan penyediaan beberapa pilihan harga ternak, pembeli akan dapat memilih ternak tersebut sesuai dengan uang yang dibawanya. Berkaitan dengan hal ini, pedagang dapat memutarakan penyediaan stok ternak. Artinya pedagang akan mendapatkan perputaran modal secara cepat. Oleh sebab itu, mereka akan memutarakan kembali modal awalnya. Misalkan hari ini laku 3 ekor, besok atau lusa akan mencari lagi stok yang berjumlah 3 ekor atau lebih.

2. Strategi Pemasaran ternak

Tahap pemasaran ternak merupakan bagian yang juga menjadi strategi jual beli ternak. Melalui strategi pemasaran yang terjadi ini, pedagang melakukan perubahan harga atau mempertahankan harga yang sudah ditetapkan. Oleh sebab itu, pedagang dapat mengevaluasi setiap aktivitas pasar melalui suasana atau kondisi pasar yang terjadi. Artinya mereka akan mengontrol harga dengan melihat keramaian atau sepi pembeli saat hari pasar.

³⁹ Ini dimaksudkan dengan penyediaan stok ternak yang dijajakan di pasar, sehingga melalui hal tersebut, terjadi perbandingan harga yang dilakukan oleh pembeli.

Melihat kondisi pasar yang tidak menentu pada setiap minggunya dan terkecuali menjelang hari besar islam, maka dalam hal ini dapat dikategorikan kondisi tersebut adalah sepi dan ramai. Kedua kondisi ini memiliki nilai tawaran harga tersendiri, walaupun secara turunan penetapan harga telah ditentukan, namun pada salah satu dari dua kondisi seperti ini akan memiliki perubahan.

Pertama, kondisi sepi dimaksudkan dengan suasana pembeli dilihat tidak begitu dominan. Artinya pada kondisi ini pembeli yang berkunjung tidak banyak sehingga suasana jual beli terlihat redup. Kondisi seperti ini sering terjadi pada bulan-bulan setelah hari besar islam. Namun tidak secara dominan kondisi ini akan hadir, tetapi hanya di waktu-waktu tertentu pada bulan tersebut. Pada kondisi ini, pedagang kira penjualannya sangat redup, maka ia akan menjual ternak dengan batas harga kurang yang ditentukan sejak awal.

Ahyar mengatakan bahwa apabila suasana agak sepi pembeli, maka hewan akan dijual. Penjualan ini berupaya agar tidak sia-sia datang ke pasar dan menjajakan ternak. Harga ternak yang dijual akan lebih murah dari harga biasanya. Artinya Ahyar melakukan pengurangan harga jual agar hewan ternak yang dibawanya terjual walaupun hanya satu ekor.

Berdasarkan penjelasan Ridha, ia mengatakan bahwa penjualan yang dilakukan pada saat kondisi pasar sepi, disebabkan agar hewan ternak yang dibawa laku terjual. Artinya ia menjual hewan ternak tersebut supaya tidak membawa tangan kosong bila kembali ke rumah.⁴⁰ Penjualan yang dilakukan tersebut tidak mempertahankan harga yang sudah ditentukan pada awalnya. Ia menawarkan harga awal terlebih dahulu kepada pembeli, jika pembeli meminta tawaran kurang dari harga tersebut, maka saat itu ia menilai “apakah sudah mendapatkan keuntungan dengan harga

⁴⁰ Tangan kosong atau dalam bahasa Aceh “Jaro Soh” merupakan istilah dari tidak mendapatkan apa-apa. Artinya pedagang yang pulang dengan tangan kosong, barang yang dibawa tidak laku terjual pada hari tersebut.

yang ditawarkan oleh pembeli?" Jika terdapat keuntungan yang sangat sedikit, maka ia akan melepaskannya agar ternak yang dibawanya terjual. Namun sebaliknya apabila harga yang ditawarkan oleh pembeli terlalu rendah, maka ternak tersebut tidak dilepas untuk dijual. Oleh sebab itu, kondisi sepi yang terjadi di pasar mendorong para pedagang untuk menurunkan harga penjualan ternak.

Kedua, kondisi ramai dimaksudkan dengan keadaan pembeli terlihat ramai saat terlaksananya aktivitas pasar. Artinya pada kondisi ini, pembeli terlihat ramai untuk membeli hewan ternak yang dijual oleh para pedagang. Kondisi ini terjadi apabila menjelang hari-hari besar Islam, karena menjelang hari tersebut, banyak masyarakat yang mencari hewan ternak untuk disembelih dalam menyambut acara hari besar tersebut.

Pada kesempatan ini, pedagang menawarkan harga dagangannya dengan ketentuan yang sudah dipertimbangkan. Mereka menjual hewan ternak dengan mempertahankan harga yang sudah ditetapkan tersebut. Artinya harga penjualan tersebut disesuaikan dengan kondisi pasaran yang terjadi pada hari tersebut. Oleh sebab itu, penjualan hewan ternak pada kondisi ramai ini mampu mempertahankan ketetapan harga yang sudah ditentukan.

Pada kondisi ramai ini, pedagang sering mempertahankan ternak yang dijual karena proses penjualan yang dilakukan harus seimbang dengan sesama pedagang lainnya. Misalnya kondisi harga per ekor hewan ternak (ukuran besar) yang dijual berkisar 17 juta, maka kesesuaian harga harus hampir setara dengan kondisi harga tersebut. Bentuk penyesuaian harga ini membantu para pedagang dalam mempertahankan kondisi pasar. Artinya para pedagang dapat menghandle harga secara bersama apabila kondisi pembeli ramai.

Berdasarkan dua kategori di atas, pedagang kiranya mampu mempertahankan usahanya dengan bentuk adaptasi keadaan pasar. Mereka melakukan penyediaan stok ternak

dengan beragam bentuk harga agar pembeli dapat membandingkan harga. Begitu juga dengan kondisi pasar yang terjadi, saat sepi mereka harus menjual ternak dengan harga agak rendah walaupun untungnya hanya sedikit. Namun di saat ramai mereka menetapkan harga dengan kondisi pasaran pada hari tersebut, artinya bila terjadi pengurangan harga pada saat tawar menawar maka tidak jauh dari kondisi pasaran. Melalui strategi itu, mereka berusaha membentuk kembali perputaran modal. Penjualan ternak yang dilakukan akan mempengaruhi atas perputaran modal untuk kembali membeli stok dan menjual. Oleh sebab itu, pedagang mampu mempertahankan usahanya dengan berbagai kondisi yang terjadi di pasar.

C. Mencari Keuntungan

Keuntungan adalah tujuan yang ingin dicapai oleh seorang pedagang di suatu pasar atau aktivitas transaksi jual beli manapun. Hal ini merupakan hakikatnya seorang pedagang dalam menjual produk atau barang kepada konsumen. Untuk memperoleh keuntungan, pedagang harus melalui beberapa tahap terlebih dahulu, yaitu dari modal bergerak menjadi usaha, lalu akan mendapatkan laba.

Apa yang dimaksud dari keuntungan di sini adalah respon dari seorang pedagang untuk mendapat laba dari barang yang disediakan. Kondisi pasar membuat pedagang kadang kala mencari keuntungan yang lebih dari biasanya untuk menambah modal sehingga usaha yang dibangun lama kelamaan akan berkembang besar. Mencari laba untuk menambah modal terlihat pada pedagang yang berada di pasar hewan ini. Laba yang didapat dari satu atau dua hewan yang dijual dapat menambah modal untuk mendapatkan hewan satu lagi. Persen penambahan tidak menentu, kadang mereka harus menjual dulu beberapa hewan untuk melengkapi pembelian hewan tambahan. Berkaitan dengan penjualan hewan, laba yang didapat mencukupi perputaran usaha dagang yangigeluti untuk perkembangan usaha mereka.

Untuk mencapai itu semua, pedagang memiliki strategi sendiri dalam memperoleh keuntungan dalam berdagang. Strategi ini difokuskan dalam menentukan modal pertama dalam mencari hewan dagangan. Ahyar menjelaskan bahwa untuk mendapatkan keuntungan terkadang banyak yang melakukan pembelian hewan yang harganya sedikit murah. Namun, untuk hewan yang murah jarang didapat bila dijual oleh pedagang atau peternak. Untuk itu, mereka membeli hewan (kambing) yang sakit ringan yang dapat diobati kembali. Hewan ini bilamana dalam pengetahuannya dapat disembuhkan, maka mereka akan membeli dan dirawat terlebih dahulu sampai sembuh sehingga dapat dijual kembali dengan kondisi sehat. Melalui cara ini mereka mendapatkan keuntungan sedikit lebih banyak dari biasanya.

Berbeda dengan pedagang lembu, mereka berusaha mencari keuntungan dari pembelian hewan di luar daerah. Saat mengunjungi pasar hewan di daerah luar, sebut saja di pasar hewan Tualang Cut Langsa. Selain menjual hewan di sana, mereka juga mencari hewan untuk dijual kembali di pasar semula. Pemilihan pasar menjadi daya tarik pedagang untuk melakukan aktivitas ini. Beberapa pedagang memiliki tujuan yang berbeda saat mereka mengunjungi pasar. Terkadang target seorang pedagang di pasar satu adalah mencari stok hewan dan di pasar kedua menjajakan hewan. Aziz pernah menjelaskan bahwa target hewan dagangnya adalah di pasar hewan Sibreh karena di pasar tersebut banyak yang mencari lembu dari berbagai daerah di sekitaran Aceh. Ia sering mencari stok hewan di pasar hewan Pantan Labu dan di pasar bagian timur lainnya, tetapi ia juga mencari stok sampai ke wilayah Medan. Begitu juga aktivitas Ridha saat mencari stok hewan, ia mengatakan sering mencari stok dari pasar dan juga agen – agen lokal yang ia percayai. Ia sering membeli hewan pada agen – agen lokal yang menyediakan stok hewan dari peternak di wilayah yang ia kunjungi. Aktivitas yang sama juga terjadi saat ia mencari stok ke wilayah Medan, ia membeli hewan untuk stok pada agen yang telah dipercayainya, bila kualitas bagus dan harga cocok

untuk dipasarkan ke pasar di Aceh, maka hewan tersebut akan diangkut pulang ke Aceh.

Namun perlu diperjelaskan, bagaimana pedagang lainnya yang tidak beraktivitas seperti Ridha dan Aziz? Pedagang lain mencari hewan untuk stok pada sesama pedagang. Misalkan saat Ridha memiliki stok barang yang dibawa pulang dari wilayah Aceh Timur atau Aceh Tamiang, terkadang pedagang lain sudah lebih dulu membeli pada Ridha sebelum ia jajakan ke pasar. Berkaitan dengan hal ini, kami merangkum bahwa pedagang di pasar hewan Gandapura mempunyai aktivitas sendiri dalam mencari keuntungan laba. Mereka mencari laba dengan modal yang murah dan dipasarkan dengan kondisi pasar. Untuk mencari keuntungan itu, terkadang mereka mencari stok hewan yang berada di wilayah lain. Melalui aktivitas tersebut, mereka masih bertahan sampai dengan sekarang dengan cara yang sama.

D. Dari Interaksi Ke Daya Tarik

Dalam pembahasan ini, kami ingin menjelaskan terkait dengan sebuah ucapan yang dikatakan oleh seorang pedagang kepada pembeli. Ucapan ini berupaya membawa pembeli tertarik untuk masuk pada tahap tawar menawar harga. Sebelumnya kami ingin menjelaskan terlebih dahulu sebuah konsep lokal yang tidak asing bagi pedagang, yaitu “Ureueng han gak peugah kameng/leumo geuh ciret”.⁴¹ Konsep ini dipahami sebagai suatu bentuk dari sebuah penjelasan seorang pedagang terhadap barang yang dijual kepada pembeli. Saat pembeli melihat suatu hewan, pedagang akan menjelaskan terkait dengan hewan yang ditawarkan. Pada konsep lokal tersebut, istilah “ciret” diartikan sebagai bentuk yang tidak baik. Maksud dari tidak baik di sini adalah segala hal yang dimiliki oleh objek suatu barang terdapat hal yang buruk pedagang akan selalu menjelaskan barang dagangannya yang “bagus” kepada pembeli. Pedagang tidak menjelaskan hal yang mendetail

⁴¹ Dalam arti bahasa Indonesia; “Orang tidak ingin mengatakan bahwa lembunya mencret”

terhadap barang yang sedikit cacat atau tidak bagus, sebab hal itu dilihat langsung oleh pembeli. Kami merangkum bilamana dalam keadaan tersebut pedagang memberi tanggapan “ini barangnya dan sekian harganya”. Pembeli melihat celah - celah di mana kecacatan dan hal yang tidak bagus pada barang yang ditanyakan. Apabila pembeli cerdas dan mendapatkan hal tersebut, maka pembeli dapat mengontrol harga dari hal buruk itu.

Namun perlu dipahami, di sini pedagang tidak berbohong atas penjelasan hewan dagangannya. Mereka menjelaskan apa adanya terhadap hewan yang dijual, artinya penjelasan tersebut tertuju pada kondisi hewan yang ditawarkan. Tetapi untuk bagian yang tidak bagus mereka tidak terlalu menjelaskan, kecuali memang terlihat dengan jelas. Misalkan saat hewan terlihat kurus, pedagang akan mengatakan yang sebenarnya bahwa hewan ini hanya kurang makan. Namun hal yang tidak bagus seperti kaki hewan bengkok sebelah, biasanya pedagang tidak memberitahukan hal tersebut. Ini lebih difokuskan pada kelincihan pembeli saat menyortir hewannya.⁴² Kami memahami pedagang bukanlah tidak jujur dalam berdagangnya, artinya mereka hanya melakukan penawaran terhadap kecantikan hewan yang terlihat. Oleh sebab itu pedagang di sini memberi kesempatan untuk pembeli dalam menyortir barang tersebut secara pribadi.

Ucapan menjadi daya tarik dimaksudkan saat pembeli mulai melirik hewan pada sebuah lapak pedagang. Pembeli menanyakan harga atau pedagang menawarkan harga kepada pembeli. Artinya saat aktivitas ini terjadi, apabila pembeli tertarik dengan ternak yang diajakan oleh pedagang, maka ia akan menanyakan langsung kepada pembeli berapa harga ternak tersebut. Namun terjadi juga, apabila pembeli melintasi lapak pedagang, pedagang akan mengatakan “Jeut Nyoe

⁴² Berdasarkan penjelasan Ridha, saat pembeli ingin membeli hewan di lokasi pasar, ia akan mengajak orang yang bisa melihat kualitas hewan yang bagus sesuai dengan kebutuhan. Hal ini dikarnakan agar pembeli tidak salah pilih terhadap hewan yang dibelinya.

Saboh".⁴³ Pedagang berusaha membawa suasana untuk berkomunikasi.⁴⁴

Setelah harga utama tersampaikan, pedagang mencoba memancing pembeli untuk terus melihat hewan yang dijajakannya dengan menjelaskan terkait dengan hewan tersebut. Bentuk penjelasan hanya pada seputaran hewan tersebut yang dilirik oleh pembeli. Misalkan, "Neukalon dile, igoe ka ditren dua neuk", "leumonyo lagak warna dih, mirah peupepe", "Cie neukalon ju dile, lagak that barangnyo".⁴⁵ Setelah beberapa penyampaian tersebut, terkadang pembeli yang benar tertarik akan menanyakan langsung soal harga sehingga mereka menuju pada tawar menawar harga di antara keduanya.

Memahami hal ini, sebenarnya berkaitan dengan konsep lokal masyarakat mengenai Ceumako⁴⁶ yang dilakukan oleh seorang pedagang. Secara pemahaman, ceumako merupakan bagian dari komunikasi yang terjadi atas dua orang atau lebih. Berdasarkan aktivitas di pasar ternak ini, bentuk interaksi yang terjalin mengerucut pada jual beli ternak. Konsep ceumako di sini memberi pengaruh langsung atas penjualan yang dilakukan. Seorang pembeli berusaha "merayu" pedagang agar pedagang menurunkan harga jual ternak tersebut. Namun sebaliknya, pedagang berusaha mempertahankan harga tersebut agar terjual dengan harga yang telah ditentukan. Tetapi dalam keadaan ini, jika waktu sudah berjalan lama maka mereka mengambil jalan tengah. Artinya mereka saling sepakat satu sama lain dalam menentukan harga tersebut.

⁴³ Artinya adalah "apakah bisa ini satu". Ini merupakan ucapan untuk tawaran yang dilakukan oleh pedagang. Terkadang setelah pedagang mengucapkan itu, pembeli akan menanyakan harga ternak yang ditawarkan tersebut. Apabila pembeli tertarik, maka pembahasannya akan masuk pada tahap tawar menawar.

⁴⁴ Menurut Ridha, ini merupakan tahap basa-basi awal yang dilakukan agar terjadi pembicaraan yang serius pada tahap jual beli ternak.

⁴⁵ Artinya "Coba lihat, gigi sudah turun dua", "lembu ini bagus warnanya, merah kental", "coba lihat saja dulu, bagus barang ini".

⁴⁶ Ceumako ini diartikan sebagai "merayu", namun dapat disebut juga sebagai negosiasi.

Berdasarkan interaksi jual beli, ceumako dominan terjadi pada tahap tawar menawar harga. Artinya mereka melakukan berbagai negosiasi-negosiasi agar harga yang ditentukan cocok dan saling menerima. Mereka melakukan berbagai dinamika “mencari celah” agar penyesuaian harga dapat diterima secara bersama. Melalui hal ini, mereka dapat menyambung komunikasi-komunikasi yang serius serta berfokus pada suatu objek. Oleh sebab itu, dampak positif dari kehadiran ceumako ini adalah terjadi hubungan emosional yang dekat di antara dua pihak. Namun dampak negatifnya adalah terjadi kesenjangan di antara keduanya.

E. Relasi Dalam Berdagang

Berkaitan dengan upaya membangun usaha dagang, seorang pedagang memang sepatutnya harus membangun relasi di antara sesama dan juga dengan pembeli. Relasi yang dibangun dengan sesama pedagang adalah sebuah aktivitas untuk mendapatkan stok hewan dan kerja sama dalam berdagang. Namun relasi yang dibangun dengan pembeli adalah supaya mereka terus kembali mencari hewan pada pedagang yang sama.

Memahami mengenai relasi sebenarnya memfokuskan pada peranan sosial suatu individu yang melakukan aktivitas pada ranah umum. Secara menyeluruh manusia pastinya membutuhkan orang lain di sampingnya dalam bekerja sama. Artinya mereka dapat membantu menjalankan aktivitas dengan mudah. Relasi yang dimaksud di sini merupakan bentuk relasi sosial di antara pedagang dengan pembeli dan di antara sesama pedagang. Relasi ini muncul di saat pedagang melakukan sebuah interaksi jual beli di antara mereka dan saat mereka berkomunikasi bersama terkait dengan aktivitas dagang.

Berdasarkan dengan konsepnya, relasi sosial dipahami sebagai bentuk dari interaksi manusia dalam membangun kepercayaan serta membangun kedekatan hubungan. Manusia pada taraf ini menjalin interaksi timbal balik sehingga mereka saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lain

(Ahadiyah, 2018). Berkaitan dengan hal ini, manusia satu dengan manusia lainnya saling membutuhkan dan saling mempengaruhi. Dalam pasar tradisional seperti *Gang Leumo* ini, usaha yang dirintis merupakan milik pribadi atau perorangan. Usaha personal ini memiliki bentuk tersendiri dalam membangun relasi dengan komponen-komponen yang terlibat dalam usahanya (Rizal et al. 2013:144). Untuk itu, tahap relasi sosial di pasar ternak ini adalah bentuk dari komunikasi dan aktivitas jual beli yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli.

Relasi yang dibangun oleh sesama pedagang merupakan bentuk dari kerja sama di antara mereka. Kerja sama ini berupa pembelian stok hewan pada satu pedagang oleh pedagang lainnya dengan sistem hutang sementara.⁴⁷ Saat mereka saling membeli stok ternak yang akan dijual pada pasar lain, keduanya akan bersepakat melakukan perhitungan. Oleh sebab itu, mereka akan terus berkomunikasi dan membangun kedekatan dengan baik di antara sesamanya.

Selain itu, relasi yang terbangun di pasar ini juga berpengaruh pada aktivitas bersama yang dilakukan oleh pedagang. Kami melihat berkaitan dengan hal ini dipraktikkan oleh pedagang antara Aziz dengan Ridha. Relasi mereka terbentuk saat melakukan aktivitas bersama melalui kedekatan komunikasi dan interaksi. Menurut ceritanya, mereka saling mencari stok hewan bersama ke wilayah luar untuk memenuhi stok di pasar.

Saat mereka melakukan pasaran di pasar hewan lain, terkadang mereka berangkat beriringan sehingga saling tunggu menunggu di jalan. Namun dari relasi ini, apa yang menjadi manfaat di antara mereka? Mereka sudah dapat bekerja sama dalam menjalankan usahanya sehingga dapat membawa pada taraf ketahanan usaha dagang. Namun dalam hal membantu

⁴⁷ Sistem hutang sementara ini dimaksudkan dengan gantung bon. Pedagang yang membeli ternak untuk stok pada pedagang lainnya akan membayar terlebih dahulu uang muka. Setelah itu sisanya diberikan menjelang hari pasaran selanjutnya. Terkadang pedagang tersebut mengambil kembali stok dan saat pembayaran berlangsung, sistem yang dilakukan tetap sama.

aktivitas dagang, mereka sudah memiliki pengalaman pribadi yang didapat dari aktivitas yang dilakukannya.

Dalam aktivitas berdagang, sebenarnya pedagang tidak dibantu oleh pedagang lainnya jika sedang menghadapi pelanggan. Hal ini dikarenakan pedagang lain juga menjaga lapak serta menunggu pembeli. Namun tidak luput juga saat pedagang lain sedang mengunjungi lapak seorang pedagang yang sedang melayani pembeli. Mereka pastinya hanya mengatakan sedikit saja kepada pembeli untuk kepercayaan pembeli terhadap apa yang disampaikan oleh pedagang. Pedagang lain tidak ikut campur banyak perihal itu sebab setiap pedagang memiliki caranya dalam menghadapi pembeli.

Bentuk lain dari relasi sesama pedagang adalah saat saling berdiskusi bersama. Awalnya penyapaan pedagang adalah sebagai sebuah profesi yang sama di antara mereka. Pada suatu hari, kami melihat dan mendengar pedagang berdiskusi di suatu warung. Mereka bercerita terkait dengan hewan yang ingin dibeli pada lapak pedagang lainnya. Salah satu di antaranya ingin mencari stok hewan untuk dibawa ke pasar Sibreh. Namun ia hanya sekedar melihat salah satu lembu yang berada di lapak seorang pedagang dan hanya bertanya soal harga pada pedagang tersebut.

Melihat mereka duduk di warung tersebut, seorang pedagang bercerita bahwa ia ingin membeli lembu. Namun harganya terlalu tinggi, sudah ditawarkan sekali tapi belum ada keputusan. Peran pedagang lainnya adalah memberi beberapa pengarahan dan berdiskusi terkait hewan yang diinginkan oleh pedagang tersebut. Setelah berdiskusi, mereka kembali ke lapak hewan yang diinginkan dan mencoba menawarkan kembali harga hewan tersebut.

Berkaitan dengan hal ini, relasi yang terbentuk di antara pedagang banyak terjadi di luar aktivitas pasar hewan. Misalnya dalam mencari stok hewan, mereka saling bantu membantu dalam mendapatkan stok hewan. Mereka menjalin hubungan dagang dengan sesama dalam mencari stok. Apabila seorang pedagang memiliki stok hewan untuk dipasarkan, dan

pedagang lain ingin mencari stok tetapi tidak sempat, maka seorang pedagang itu memberikan stok hewannya kepada pedagang lain tersebut dengan harga sewajarnya.

Berbeda dengan relasi di antara pembeli dengan pedagang di pasar hewan ini. Pembeli dapat membangun relasi yang riil jika ia membeli hewan pada pedagang yang sama. Saat relasi sudah terbangun di antara pedagang, kadang kala pembeli itu mencari pedagang tersebut untuk menanyakan hewan yang dibawanya. Namun dalam konteks relasi yang dibangun oleh pembeli di sini, tidak banyak terjadi di pasar, artinya relasi tersebut berada pada relasi dari orang ke orang.

Terdapat batasan relasi antara pedagang dengan pembeli. Batasan relasi ini dimaksud atas dasar kekuatan komunikasi yang terjalin. Dalam penjelasan Ridha, relasi yang dibangun itu hanyalah sekedar saja sebatas pembeli dan penjual. Apabila relasi itu sudah membangun kedekatan yang riil, di sini pembeli tersebut memang membutuhkan pedagang untuk mencari stok hewan.

Suatu waktu kami duduk bersama Ahyar untuk mewawancarainya, ia menjelaskan pengalamannya terkait relasi yang dibangun oleh pembeli. Pembeli di sini awalnya meminta nomor handphone Ahyar untuk menyambungkan komunikasi di antara mereka. Ia menjelaskan bahwa pembeli tersebut berasal dari Aceh bagian barat. Saat itu pembeli tersebut tertarik dengan postingan hewan ternak kambing di salah satu akun Facebook yang dimilikinya. Setelah berkomunikasi bersama dan telah terjadi transaksi jual beli di antara mereka, pembeli tersebut pada kesempatan kedua terus meminta hewan yang kualitasnya sama seperti sebelumnya untuk dikirim ke tempat pembeli. Hal itu terus berjalan sampai dengan sekarang sehingga kadang kala saat Ahyar tidak memiliki modal dalam mencari stok, pembeli yang memberikan modalnya terlebih dahulu. Mereka membangun kerja sama tanpa kecurigaan sama sekali pada diri masing - masing. Oleh sebab itu, relasi yang dibangun tersebut berimplikasi atas saling percaya antara satu sama lain.

F. Tawar Menawar

Pada pasar tradisional, tawar menawar menjadi aktifitas yang masih diterapkan oleh pelaku pasar. Tawar menawar dapat dipahami sebagai bentuk negosiasi di antara penjual dengan pembeli. Negosiasi ini bertujuan untuk menetapkan harga yang cocok pada suatu barang yang diperjualbelikan. Rismawati (2009:254) menjelaskan bahwa tawar menawar memusatkan perhatian pedagang terkait dengan proses transaksi dalam tujuan mendapatkan keuntungan dari interaksi jual beli yang sedang dilakukan.

Dalam suatu aktivitas pasar, timbulnya tawar menawar disebabkan dari respon para pembeli untuk mendapatkan harga di bawah ketetapan penjual. Untuk menjangkau harga lebih murah yang ditetapkan oleh penjual, para pembeli kadang meminta tawaran harga yang jauh dari ketetapan itu. Maksud yang sama juga dijelaskan oleh Geertz (1973: 34) bahwa tawar menawar terjadi dikarenakan tidak ada harga yang “pas” dalam menentukan harga penjualan, namun mereka terbilang mengirang-irang ketetapan harga tersebut. Dalam memahami hal ini, tawar menawar merupakan bentuk dari ukuran dalam mendapatkan informasi harga atau kepastian harga yang disanggupi pembeli (Suryo, 2007: 8). Ini merupakan sebuah respon para pembeli agar kecocokan harga yang ditawarkan berada di titik tengah. Melalui hal ini terkadang penjual menurunkan harga sedikit demi sedikit.

Aktivitas pasar yang bersifat tradisional memang memberi gambaran tersendiri terkait dengan budaya pasar. Dalam pasar tradisional tingkat hubungan sosialnya masih tinggi dan bentuk harga dapat ditetapkan saat interaksi dagang berlangsung. Budaya pasar seperti ini menjadi kekuatan keberthanan pasar sebagai intuisi ekonomi yang terampung dalam aktivitas sosial masyarakat di suatu daerah.



Gambar 5.2. Aktivitas Tawar Menawar Antara Pedagang dengan Pembeli

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

Pada pasar hewan Gandapura yang masih bersifat sebagai pasar tradisional, tawar menawar menjadi aktivitas yang masih diterapkan sampai dengan sekarang. Sebelum tawar menawar itu berlangsung, pedagang menetapkan harga terlebih dahulu kepada pembeli, selanjutnya pembeli meminta harga kurang dari ketetapan seorang pedagang sampai di antara keduanya sepakat. Kami melihat seorang pembeli yang menawarkan harga jauh dari ketetapan pedagang. Harga yang ditawarkan pedagang berkisar 17 juta, namun pembeli meminta 12 juta. Pedagang tidak setuju, lalu pedagang menawarkan lagi sekitaran 16,5 juta, tetapi pembeli meminta dengan harga yang sama 12 juta. Pedagang saat itu tidak melepaskan dagangannya kepada pembeli karena harga yang diminta terlalu rendah, tidak sesuai dengan modal yang sudah dikeluarkan.

Sebenarnya tawar menawar tergantung pada bagaimana pembeli cerdas dalam menawarkan harga yang ditetapkan oleh seorang pedagang. Pedagang di sini tidak memberatkan pembeli dalam membeli hewannya, jika pembeli cerdas maka dia akan

berhasil mendapatkan keuntungan dalam tawar menawar. Pedagang hanya menetapkan harga yang sesuai dengan hewan yang dijual. Dalam konteks ini, pedagang menawarkan harga sedikit lebih tinggi terlebih dahulu supaya pembeli menawarkan harga yang dia mampu. Untuk lebih memahami hal ini, lihat percakapan dibawah ini antara pedagang dengan pembeli saat melakukan tawar menawar.

- Pedagang : *Piyoh bang, pu kameng nak mita?* Mampir bang, mau cari kambing apa?
- Pembeli : *Long yak mita kameng untok pelihara. kameng nyo padum harga?* Kami ingin mencari kameng untuk peliharaan. kambing ini berapa harganya?
- Pedagang : *Njang nyo harga jih 2,8 juta, Njang nyo 2,5 juta dan njang nyo 1,8 juta. Njang teuh njang galak teuman bang?* Yang ini harganya 2,8 juta, yang ini 2,5 juta dan yang ini 1,8 juta. Yang mana anda minat bang?
- Pembeli : *Njang 2,5 juta nyo padum teuman njang jeut?* Yang 2,5 juta ini berapa yang bisa?
- Pedagang : *Bak roe neuh bang, padum teuman neu lake, kureueng na dari harga diet nan.* Dari anda bang, berapa anda memintanya, kurang ada dari harga tersebut.
- Pembeli : *1,8 juta keudeh jeut?* 1,8 juta bisa?
- Pedagang : *Hansep bang menyo diet nan! 2,4 juta njang jeut tabie* Tidak cukup bang kalau segitu! 2,4 juta yang bisa diberi
- Pembeli : *Menyo 2,4 juta hana peng teuh bang!* Kalau 2,4 juta tidak ada uang bang!
- Pedagang : *Padum man njang na neu seudia peng bang? Nak ta kalon kameng yang pah.* Berapa jumlah uang yang di sediakan bang? Supaya kita lihat kameng yang pas.
- Pembeli : *Hai peng long peugah ju njang na* Kami katakan uang yang ada hanya 2 juta.

- sit 2 juta. Kiban bang 2 juta jeut?*
 Pedagog : *Hansep bang meunyo dit nan, kameng tari nyo bang, neu rawat jeut neu peutubit wate keurubeun di keu nyo. Ci neukalen igo ka ret sineuk are*
- Bagaimana bang 2 juta bisa?
 Tidak cukup bang jika segitu, kambing ini cantik bang, apabila dirawat bisa di keluarkan saat Qurban kedepan ini. Coba lihat giginya sudah turun satu gigi.
- Pembeli : *Hai ka beutoi kameng tari, man peng dit nan agai njang na, pu jeut 2 juta nyan bang?*
 Iya betul kambing ini cantik, tapi uang kami yang ada cuma segitu, apakah bisa 2 juta bang?
- Pedagog : *Hansep bang, nyo long peugah ju, modal 2,1 juta long blo, teuman untkoh puwo lom dari timu. Ken meunan, 2 juta 350 ta kira ju keuro neuh bang!*
 Tidak cukup bang, ini kami katakan saja, modal 2,1 juta kami beli. Namun ongkos bawa pulang lagi dari timur. Bukan begitu, 2 juta 350 saja kami putuskan bang!
- Pembeli : *Peng long hansep bang, diet nan. Teuman meuno 2,2 juta ju keudeh bang, tapi long jok caram dile sebagai tanda jadi, sebab long yak mita peng dile 200 ribe teuk.*
 Uang kami tidak cukup bang, bila segitu. Tapi begini, 2,2 juta bisa diberi bang, tapi kami kasih caram dulu sebagai tanda jadi, sebab kami ambil uang dulu 200 ribu lagi.
- Pedagog : *Hanjat tabi bang diet nan, nyan ka murah long bi 2 juta 350*
 Tidak bisa di kasih bang segitu, itu sudah murah kami kasih 2 juta 350
- Pembeli : *Nyan bak roe neuh bang, menyo jet 2,2 juta nak ta peujadeh aju, neucok caram dile nyopat.*
 Itu keputusannya sama anda (bang), apabila bisa 2,2 juta biar kita jadikan saja, ambil caram dulu ini (sama kami).
- Pedagog : *Teuman meuno bang, nyo nak sama*
 Jadi begini bang, ini biar sama - sama enak,

- *sama mangat, neutamah 100 ribe teuk manteng, jadi 2,3 juta. Nyan di yup nyan hana ta tuoh bi lee bang.* ditambah 100 ribu lagi saja, jadi 2,3 juta. Dibawah itu tidak bisa dikasih lagi bang.
- Pembeli : *Bek lee neu yu tamah bang hai. 2,2 juta manteng.* Jangan di suruh tambah lagi bang, 2,2 juta saja bisa?
- Pedagang : *Nyan 2,3 juta ka jalan teungeh njang long tawarkan keuro neuh bang. Di yup nyan hana tuoh bie lee bang.* 2,3 juta sudah jalan tengah yang kami tawarkan kepada anda (bang). Di bawah itu tidak bisa di kasih lagi bang.
- Pembeli : *Kakeuh lah bang, long teurimeng.. nyo long jok caram dile 1 juta. Siateuk insyaallah long gisa lom sekalian long yak cok kameng. Nyo ngon long di preh hino chit.* Yasudah bang, kami terima. Ini kami kasih caram dulu 1 juta. Sebentar lagi Insyaallah kami balik kesini sekalian mengambil kambingnya. Ini kawan kami juga menunggu di sini.
- Pedagang : *Get bang hana pu. kabereh nyan. Nyo langsung ta kubah keuro neuh* Baik bang tidak apa-apa, kami setuju. Ini kami simpan terus untuk anda.

Pada percakapan di atas kita dapat melihat bagaimana tawar menawar yang terjadi antara pedagang dengan pembeli. Mereka saling mencari harga yang cocok dalam menentukan keputusan saat tawar menawar berlangsung. Pada tahap tersebut, pembeli meminta pengurangan harga dan pedagang mempertahankan setiap harga yang dipertahankan. Namun, apabila belum ada titik keputusan, kadang pedagang menawarkan titik tengah seperti percakapan di atas. Apabila pembeli sepakat, maka transaksi jual beli akan dilakukan dan apabila pembeli tidak sepakat maka mereka akan mencari

hewan yang lain dari pedagang lainnya. Perlu dipahami bahwa penawaran sebagai titik tengah terkadang juga ditawarkan oleh pembeli. Pada tahap ini, apabila pedagang sepakat maka hewannya akan dilepas dan apabila tidak sepakat maka hewannya akan dipertahankan dengan harga yang telah ditentukan. Percakapan di atas merupakan salah satu contoh tawar menawar di antara pedagang dan pembeli. Sebenarnya, tawar menawar itu sendiri berbeda – beda antara pedagang satu dengan pedagang lainnya. Hal tersebut dikarenakan setiap orang yang dihadapi berbeda. Tetapi kami menarik kesimpulan bahwa saat tawar menawar berlangsung para pelaku berusaha mencari keuntungan, mempertahankan harga yang ditawarkan dan mencari jalan tengah agar mendapatkan keputusan.

Dialog tawar menawar terjadi ketika calon pembeli melewati daerah penjualan dengan mendapatkan sapaan-sapaan dari penjual (Suryo, 2007:8). Kegiatan tawar menawar yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli di pasar ternak ini adalah suatu respon terhadap ketidaksesuaian harga yang ditetapkan di antara kedua belah pihak. Apabila tawar menawar yang dilakukan mendapatkan titik temu, maka transaksi jual beli akan lancar hingga terjalannya akad. Melalui tawar menawar yang berlangsung antara pedagang dan pembeli ini, mereka secara tidak sadar telah membangun hubungan sosial karena saat proses tawar menawar berlangsung ada hal – hal intrinsik lainnya yang tersampaikan. Misalnya jika pembeli tidak mendapatkan harga yang cocok pada pedagang yang A, maka pembeli akan berkeliling dulu untuk melihat barang lainnya. Apabila sudah berkeliling rupanya tidak ada yang pas harga atau barang, maka pembeli akan kembali lagi pada pedagang sebelumnya.

G. Akad Transaksi Penjualan

Akad merupakan sebuah bentuk formal kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya. Akad berasal dari bahasa Arab “*Al-Aqd*” yang berarti suatu perjanjian atau kontrak. Akad didefinisikan sebagai pertalian ijab (pernyataan melakukan

ikatan) dan kabul (pernyataan penerimaan ikatan) yang menjadi syarat sahnya ikatan pada suatu objek (Mariyansyah, 2018:16). Sebenarnya apa yang dipahami dengan akad adalah penerjemahan dari ijab kabul di antara pihak satu dengan pihak kedua yang membentuk suatu perjanjian. Ijab kabul merupakan pengucapan semacam kata-kata penyerahan sebagai tanda sahnya suatu jual beli (Suryo, 2007: 9). Ijab kabul dilakukan setelah kedua belah pihak memiliki kesepakatan yang sama untuk memutuskan suatu hal. Berkaitan dengan hal ini dapat diterangkan bahwa akad adalah serangkaian ijab kabul yang dilakukan oleh pihak satu dengan pihak kedua sebagai bentuk dari suatu kesepakatan dan keputusan bersama.

Upaya dalam konteks memahami jual beli, akad merupakan suatu hal yang patut dilihat sebagai suatu keserasian dalam penentuan harga. Melihat fungsi akad itu sendiri sebagai bentuk dari perjanjian bersama dalam menentukan suatu harga barang, maka peran pembeli dan penjual menjadi hal yang utama karena akad itu sendiri tidak boleh diwakilkan. Untuk itu perlu adanya peran pembeli dan penjual dalam memenuhi akad dalam sebuah transaksi jual beli barang.



Gambar 5.3. Dua orang sedang melangsungkan akad dan satu orang sebagai saksi

Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

Pada pasar hewan ini, akad menjadi suatu hal yang harus dilaksanakan setelah kesepakatan harga terjadi. Dalam pemahaman pedagang, akad menjadi kontrak bersama antara pembeli dan penjual sehingga barang yang sudah diakadkan tidak boleh dikembalikan. Sebelum suatu kontrak itu disepakati, para pedagang dan pembeli sebelumnya telah melakukan tawar menawar terkait dengan kesepakatan harga ternak. Kami melihat seorang pedagang dan pembeli sedang melakukan akad jual beli. Setelah kesepakatan harga telah ditentukan, pembeli memberikan uang kepada pedagang, lalu pedagang menghitung kembali jumlah uang tersebut. Apabila uang sudah berada pada suatu kesepakatan, pedagang mengulurkan tangannya untuk berjabat tangan dengan pembeli sembari mengatakan pernyataan akad. Adapun contoh akad transaksi yang terucap dalam transaksi jual beli adalah sebagai berikut.

Akad Ternak Kecil

Pedagang : *Bismillahirrahmanirrahim, Keuro neuh teungku long publo kameng gasie, bule mirah ngoen harga jih sijuta limertoh ribee rupiah.*

Artinya: Bismillahirrahmanirrahim, Kepada Anda *Teungku* kami jual kambing gasi, bulu merah dengan harga satu juta lima ratus ribu rupiah.

Pembeli : *Ka long teurimeng kameng nyo dengon harga sekian, kameng keulong, peng keuro neuh.*

Artinya: Kami terima kambing ini dengan harga sekian, kamibing untuk kami, uang untuk anda.

(Catatan: Dalam penyampaian yang disampaikan oleh pembeli "Kameng keu long, Peng keuro neuh" itu juga boleh disampaikan oleh pedagang dengan "Peng keu long, Kameng keuro neuh")

Akad Ternak Besar

- Pedagang : *Bismillahirrahmanirrahim, ulon tuan publo saboh leumo aceh agam nyo keudro neuh dengon lungke panyang, bule warna coklat ngon puteh dengon harga namlah juta lhee reutoh ribee rupiah.*
Artinya: Bismillahirrahmanirrahim, Kami sendiri jual satu lembu Aceh jantan ini kepada anda dengan tanduk panjang, bulu warna coklat dan putih dengan harga enam belas juta tiga ratus ribu rupiah.
- Pembeli : *Ka long teurimeng leumo aceh agam nyo dengon lungke panyang, bule warna coklat ngon puteh dengon harga namlah juta lhee reutoh ribee rupiah. leumo keu long, peng keuro neuh*
Artinya: Sudah kami terima lembu Aceh jantan ini dengan tanduk panjang, bulu warna coklat dan putih dengan harga enam belas juta tiga ratus ribu rupiah. Lembu untuk kami, uang untuk anda.
(Catatan: Dalam penyampaian yang disampaikan oleh pembeli "Leumo keu long, Peng keuro neuh" itu juga boleh disampaikan oleh pedagang dengan "Peng keu long, Leumo keuro neuh")

Akad transaksi di sini dilihat dari berapa harga yang ditetapkan, bagaimana bentuk hewan dari tanduk dan warna bulu hingga jenis kelamin hewan. Namun saat akad berlangsung, terdapat orang ketiga yang dijadikan sebagai saksi bahwasanya akad transaksi sudah terjadi di antara penjual dan pembeli. Kami melihat saksi di sini berada pada pihak pembeli dan ada juga yang dari pihak pedagang jika pembeli hanya seorang diri.

Mariansyah (2018:18-19) dalam skripsinya menjelaskan bahwa ada empat syarat terbentuknya akad pada sebuah transaksi jual beli yang dilakukan. Empat syarat di bawah ini harus dipenuhi oleh setiap orang yang melakukan akad transaksi. Adapun syarat tersebut sebagai berikut!

1. Barang yang dijadikan objek transaksi harus benar-benar ada dan nyata. Tidak dibolehkan pada barang yang belum ada dan belum nyata, seperti misalnya hewan yang masih dalam kandungan indukannya.
2. Objek transaksi berupa barang yang bernilai, halal dan dapat dimiliki. Tidak dibolehkan barang hasil curian.
3. Barang yang dijadikan sebagai objek transaksi merupakan hak milik secara sah. Hak milik secara sah dimaksudkan sebagai bentuk dari kepemilikan. Pedagang juga bisa melakukannya melalui perantara yang sudah dipercaya. Objek yang bukan hak milik yang sah adalah jual beli air laut, jual beli panasnya matahari, karena tidak adanya kepemilikan yang sempurna.
4. Objek harus dapat diserahkan saat transaksi berlangsung.

Jadi akad transaksi yang dilakukan oleh para pedagang dan pembeli di pasar hewan ternak Gandapura merupakan hal yang wajib dan tidak boleh ditinggalkan. Akad akan berlangsung jika pembeli dan penjual sudah menetapkan harga dan uang dari hasil kesepakatan yang sudah diberikan kepada penjual. Setelah itu pembeli sudah sah sebagai kepemilikan hewan yang sudah dibeli pada seorang pedagang.

H. Transportasi Pengantaran Ternak

Pedagang yang membawa lembu atau kambing di sini memiliki transportasi sendiri. Namun terdapat juga para pedagang yang menumpang transportasi pedagang lain untuk membawa hewannya ke pasar ini. Untuk hewan besar seperti lembu, transportasi yang dibawa oleh pedagang berupa mobil colt, mobil pick up seperti carry dan panther yang dikhususkan untuk mengangkut hewan. Artinya mobil tersebut telah dirombak untuk dapat mengangkut hewan ternak. Untuk hewan kecil seperti kambing, kibas dan kebiri, para pedagang membawanya dengan mobil pick up, becak dan sepeda motor.

Transportasi yang kami maksudkan di sini sebenarnya berfokus pada transportasi setelah hewan telah terjual. Pada tahap pengantaran hewan ternak yang sudah terjual, kesepakatan pengantaran ditentukan saat tawar menawar. Apabila dengan harga yang ditetapkan oleh pedagang sudah termasuk pengantaran, maka pedagang yang akan mengantar hewannya ke rumah pembeli. Namun apabila saat tawar menawar pedagang tidak bertanggung jawab dalam pengantaran, maka pembeli harus mencari transportasi sendiri untuk mengantar hewannya ke rumah.



Gambar 5.4. Sebuah Mobil Carry yang sedang mengangkut lembu brahman
Sumber: Dokumen Pribadi, 2021

Namun ketika terjadi kesepakatan pengantaran ternak setelah terjalin akad, maka biasanya terdapat biaya pengantaran. Biaya ini diberikan oleh pembeli kepada pedagang yang mengantar ternaknya ke rumah. Biaya tersebut menurut Ridha adalah biaya akomodasi perjalanan. Total biaya yang harus dikeluarkan oleh pembeli berkisar Rp.100.000 dengan kesesuaian jangkauan pengantaran. Dengan biaya yang sudah dikeluarkan tersebut, pembeli dapat menunggu ternaknya di rumah, sehingga semua urusan pengantaran sudah dilakukan oleh pedagang.

BAB VI SEBUAH REFLEKSI PENGETAHUAN DAGANG BIREUEN

Isu mengenai aktivitas jual beli ternak telah memberi warna tersendiri pada masyarakat yang melakukan aktivitas di pasar ternak tradisional. Mereka telah membentuk kebudayaan dagang yang selalu dipraktekkan secara berulang. Kebudayaan ini berimplikasi pada taraf pengetahuan yang mereka miliki mengenai segala aktivitas dalam dunia dagang ternak. Oleh sebab itu, hasil kerja lapangan yang telah dinarasikan ini, dapat dikemukakan beberapa catatan sebagai telusuran dimensi budaya dagang ternak di *Gang Leumo* Geureugok.

Pertama: Objek pasar ternak atau *Gang Leumo* merupakan sarana jual beli ternak yang terjadi setiap seminggu sekali di Kecamatan Gandapura. Objek pasar ini dapat dikategorikan sebagai pasar tradisional yang selalu terlaksana setiap terjadinya kegiatan *Uroe Peukan*, artinya pasar ternak ini terlaksana sekali dalam seminggu. Gelanggang ini merupakan salah satu pranata ekonomi masyarakat yang terdapat di Desa Geurugok, Kecamatan Gandapura, Kabupaten Bireuen. *Gang Leumo* dikelola oleh Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan dengan sistem pengelolaan diutuskan pada satu orang. Berdasarkan pengelolaan tersebut, segala biaya yang didapat saat terlaksananya aktivitas pasar akan masuk ke pendapatan daerah atau PAD.

Ada berbagai fasilitas di *Gang Leumo* ini seperti, bangsal penjualan ternak, pengikat bambu (peudeng tring), warung, pos pengambilan retribusi, parkir kendaraan, toilet dan kamar mandi (MCK), timbangan digital, mushola dan tempat wudhu dan pos pelayanan pembuatan surat. Fasilitas ini sangat bermanfaat bagi pedagang dan pembeli dalam melakukan aktivitas pasar. Selain itu, ada dua kategori pedagang di *Gang Leumo* ini, yaitu pedagang ternak kecil seperti kambing, kibas, biri-biri dan domba, dan pedagang ternak besar seperti lembu.

Dalam lingkup *Gang Leumo* ini, juga terdapat peraturan yang tidak tertulis dan peraturan ini diadopsi oleh pedagang. Peraturan itu seperti; tidak boleh menarik pelanggan dari pedagang lain, dilarang menjual hewan curian, dilarang menjual hewan sakit, dan dilarang membuat keributan. Saat berjalan kegiatan pasar, terdapat puluhan pedagang yang melakukan aktivitas pasar di sini. Mereka menjajakan ratusan ternak untuk para pembeli yang datang mengunjungi pasar. Melalui kehadiran *Gang Leumo* ini, aktivitas jual beli ternak merupakan *living tradition* atau tradisi yang masih hidup di tengah masyarakat.

Kedua: Dalam pengetahuan para pedagang ternak di pasar ini, keilmuan berdagang dipengaruhi oleh tiga faktor, yakni: pertama, pewarisan keluarga di mana anggota keluarga mengajari dan mengajak sesama anggota keluarga lainnya untuk melakukan aktivitas berdagang. Kedua, pengalaman pribadi di mana para pedagang mendapatkan ilmu berdagang dari pengalaman yang telah dijalani saat melakukan aktivitas jual beli ternak di pasar. Ketiga, informasi sekunder di mana pedagang mendapatkan berbagai informasi dari pengalaman pedagang lainnya melalui cerita bersama pada suatu tempat di pasar.

Terdapat pengetahuan mengenai klasifikasi jenis ternak yang dijual oleh pedagang di *Gang Leumo* ini. Di lokasi *Gang Leumo* ini, pedagang menjual jenis ternak mencakup; ternak kecil seperti, kambing kacang, kambing ettawa, kambing peranakan ettawa, kambing benggala, kibas, biri-biri dan domba. Selanjutnya ternak besar seperti, lembu aceh, lembu bali, lembu simental, lembu limosin, lembu brahman, lembu brangus dan lembu blasteran (leklap). Jenis ternak yang disediakan oleh pedagang beriringan dengan kebutuhan para pembeli di pasar ini. Selain itu, pedagang juga mengetahui umur ternak yang dijual melalui pergantian gigi. Untuk ternak kecil, pergantian 1 (satu) gigi, usia ternak berada 18-20 bulan. Pergantian 2 (dua) gigi, usia ternak berada 2,5-3 tahun dan pergantian 3 (tiga) gigi, usia ternak berada 3,5-4 tahun. Sedangkan untuk ternak besar, pergantian 1 (satu) gigi, usia ternak sekitaran 2 tahun. Pergantian 2 (dua) gigi, usia ternak sekitaran 3 tahun,

pergantian 3 (tiga) gigi, usia ternak 3,5 tahun dan pergantian 4 (empat) gigi, usia ternak sekitaran 4 tahun.

Selain jenis ternak, pedagang juga memiliki pengetahuan terkait dengan karakteristik hewan yang sering dicari oleh para pembeli. Dalam melakukan aktivitas pasar, ada empat kategori tujuan pembelian yang dilakukan oleh pembeli sebagai orientasi konsumsi. Empat kategori tersebut adalah untuk Kurban, Aqiqah, Peliharaan dan Pedaging. Dalam memahami empat kategori tersebut, ada karakteristik berdasarkan kriteria ternak yang diketahui pembeli saat membeli ternak. Kriteria untuk hewan Kurban mencakup, kecantikan ternak, bobot ternak, umur ternak dan kesehatan ternak. Untuk ternak Aqiqah mencakup, ukuran ternak, bobot ternak, kesehatan ternak dan umur ternak. Namun untuk Aqiqah ini, apabila seseorang sudah bernazar, maka harus mengikuti sesuai kriteria nazarnya. Untuk ternak peliharaan mencakup, jenis ternak, postur tubuh, kecacatan ternak, rangka tulang dan ruas paha ternak. Selanjutnya untuk pedaging mencakup, jenis ternak dan bobot ternak saja. Berdasarkan keempat hal tersebut, pembeli melihat beberapa kriteria itu pada hewan ternak yang dijual oleh para pedagang di pasar.

Dalam pengetahuan para pedagang, harga ternak dipengaruhi oleh dua aspek yaitu, modal dan ukuran. Sebelum menawarkan jumlah harga saat ternak dijual, pedagang harus melihat terlebih dahulu berapa modal yang sudah dikeluarkan. Modal ini dimaksudkan pada pembelian awal ternak dan biaya akomodasi perawatan dan perjalanan. Selanjutnya pedagang melihat ukuran ternak yang mempengaruhi bentuk tubuh ternak, kecantikan yang dimiliki ternak dan berapa persen kecacatan yang dimiliki ternak. Oleh sebab itu, melalui pertimbangan tersebut pedagang akan memutuskan berapa harga ternak yang harus dijual.

Suasana pasar dapat mempengaruhi aktivitas jual beli ternak di pasar ini. Dalam pengetahuan para pedagang, harga ternak akan naik apabila menjelang hari besar islam. Kenaikan harga dipengaruhi oleh pembeli meningkat sehingga stok ternak terbatas. Dengan meningkatnya pembeli, pedagang harus berusaha mencari stok ternak walaupun mengeluarkan modal lebih tinggi daripada

hari biasanya. Dalam usaha dagang ternak yang dilakukan oleh pedagang, ada dua strategi berdagang yang dilakukan untuk meningkatkan mutu penjualan ternak. Pertama, strategi penyediaan stok di mana pedagang harus memiliki ragam harga ternak yang dijual agar pembeli dapat memilih dengan kesesuaian uang yang dimilikinya. Kedua, strategi pemasaran di mana strategi ini berpengaruh pada faktor harga ternak. Saat suasana penjualan sepi, pedagang harus mengurangi harga ternak agar ternak yang dibawanya laku terjual. Artinya mereka harus menjual ternak yang dijajakannya walaupun mendapatkan keuntungan sangat sedikit. Hal ini dilakukan karena pengiraan biaya akomodasi yang keluar, apabila semakin lama ternak bersama, maka biaya akomodasi akan terus keluar. Selanjutnya saat suasana pasar ramai, pedagang akan mempertahankan harga jual ternak yang dijajakannya. Upaya ini dilakukan karena minat pembeli di hari tersebut terbilang banyak untuk membeli ternak.

Strategi pedagang dalam mencari keuntungan pada ternak yang dijual memiliki pengaruh dalam proses pengeluaran modal awal. Artinya pedagang harus mencari stok hewan ternak dengan modal yang murah dan ukuran ternak sesuai dengan harga penjualan. Saat mencari stok ternak, pedagang membeli stok tersebut pada pasar yang berada di wilayah timur Aceh. Harga ternak di wilayah tersebut terbilang sedikit murah karena masih dominan banyak yang mengembala ternak di wilayah tersebut, seperti di wilayah Aceh Timur, Aceh Tamiang dan Medan. Kegiatan jual beli ternak yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli merupakan salah satu dari pola interaksi yang mengerucut pada komunikasi bersama. Dalam aktivitas penjualan ternak yang terjadi di pasar, pembeli kiranya melintasi lapak-lapak pedagang untuk mencari calon ternak pembelian. Saat pembeli melintasi lapak tersebut, pedagang kiranya menawarkan ternak yang dijajakan kepada pembeli dan melakukan sedikit pembicaraan basa-basi. Berdasarkan pembicaraan tersebut, pedagang secara perlahan akan membawa pembicaraannya berfokus pada ternak yang akan dijual. Namun pedagang tidak memaksa untuk membeli ternaknya, tetapi ini adalah usaha untuk menarik pembeli melakukan tahap tawar

menawar. Jika pembeli tertarik dengan ternak yang diajakan itu dan hanya mempertimbangkan harga, maka pembeli akan masuk pada tahap tawar menawar. Sebaliknya, jika pembeli tidak berminat, maka akan berkeliling pada pedagang lainnya untuk mencari ternak yang cocok dan sesuai.

Dalam aktivitas pasar ternak, pedagang memahami pembeli sebagai objek pembawa rezeki. Artinya pembeli berkunjung ke pasar untuk membeli ternak yang diajakan oleh pedagang sehingga berupaya melakukan transaksi jual beli. Sedangkan pedagang sendiri dipahami sebagai objek yang menyediakan ternak yang dibutuhkan oleh pembeli serta objek pemberi pengetahuan bagi para pembeli dalam membeli ternak unggulan. Relasi yang terbentuk di pasar ini terbagi dalam dua kategori yaitu: Pertama, relasi yang dilakukan oleh sesama pedagang di mana pedagang melakukan kerja sama usaha untuk meningkatkan mutu penjualan dan mempercepat perputaran modal. Kedua, relasi yang dilakukan antara pembeli dan pedagang di mana mereka membangun hubungan humanis saat melakukan transaksi jual beli. Hubungan ini akan bertahan lama jika komunikasi di antara keduanya terus berjalan. Ada beberapa etos kerja yang dimiliki oleh para pedagang di pasar ternak ini di antaranya: Pertama, menawarkan dagangan di mana saat pembeli melintasi lapaknya, pedagang selalu menawarkan ternak yang dijakannya. Kedua, sabar menunggu pelanggan dan tidak menjauhi lapak di mana pedagang akan berada di sekitaran lapaknya untuk menunggu pembeli datang. Ketiga, datang tepat waktu di mana pedagang mendatangkan ternaknya ke lokasi pasar tepat waktu, artinya pedagang sudah menjajakan ternaknya sebelum pembeli ramai. Keempat, bertanggung jawab di mana pedagang akan bertanggung jawab setiap kendala-kendala yang terjadi setelah penjualan ternak dilakukan dengan pembeli. Kelima, bersikap ramah di mana pedagang akan bersikap ramah saat pembeli datang ke lapaknya dan menyambutnya dengan baik. Keenam, suka berkomunikasi di mana pedagang melakukan komunikasi untuk membangun kedekatan dan memperoleh informasi. Ketujuh, tidak pulang cepat walaupun dagangan laku di mana pedagang akan terus berada di

pasar untuk melihat kondisi para pedagang lainnya serta melakukan komunikasi dengan bercerita bersama. Kedelapan, suka mempersiapkan hewan dagangan di mana pedagang akan membersihkan ternak agar terlihat bersih. Melalui etos kerja yang selalu dipraktekkan ini, pedagang memiliki integritas sendiri dalam melakukan usaha dagang di pasar.

Ketiga: Pedagang mempraktekkan bentuk pengetahuannya dengan melakukan praktek interaksi jual beli. Dalam aktivitas pasar, pedagang melakukan interaksi jual beli ternak dalam dua kategori. Pertama, jual beli yang dilakukan dengan sesama pedagang. Pada taraf jual beli ini, selain menjajakan hewan ternak di pasar, mereka juga mencari stok di pasar untuk dipasarkan ke pasar lainnya. Dalam melakukan aktivitas ini, mereka membeli stok ternak pada sesama pedagang, artinya mereka menjalin kerja sama melalui pembelian stok ternak ini. Untuk sistem penentuan harga, penjualan ternak yang dilakukan dengan sesama pedagang tidak lebih dominan dalam menentukan harga. Mereka akan menawarkan harga ternak dengan keuntungan tidak terlalu banyak. Ini disebabkan pedagang lain tersebut juga akan mengambil keuntungan kembali saat penjualan ternak tersebut dipasarkan ke wilayah lain. Kedua, jual beli yang dilakukan dengan pembeli di mana pedagang melakukan transaksi jual beli dengan penetapan harga yang telah ditentukan. Dalam konteks ini, pembeli melakukan transaksi jual beli dengan pedagang berawal dari ketertarikan ternak yang disediakan oleh pedagang. Setelah mereka tertarik dengan ternak tersebut, mereka akan masuk pada tahap tawar menawar harga sehingga memutuskan kesepakatan harga bersama.

Disaat pembeli tertarik dengan ternak yang dijajakan oleh para pedagang, keduanya akan masuk ke tahap tawar menawar harga. Pada tahap ini, pembeli akan meminta harga kurang dari ketentuan harga yang sudah ditentukan oleh pedagang. Sedangkan pedagang mempertahankan harga yang telah ditentukan. Sehingga jika waktu tawar menawar harga sudah berjalan dengan waktu lama, terjadi kesepakatan bersama dengan memutuskan harga tengah di antara keduanya. Harga tengah ini biasanya disarankan

terlebih dahulu oleh pedagang atau pembeli. Dengan kesepakatan harga tengah ini dilakukan, keduanya dapat menentukan harga ternak tanpa ada kesenjangan satu sama lain. Setelah harga disepakati bersama, kedua pihak melakukan akad transaksi jual beli ternak. Sebelum akad ini dimulai, pihak pembeli sudah memberikan uang terlebih dahulu kepada pedagang sesuai dengan kesepakatan harga. Dalam akad ini, proses yang dilakukan adalah ijab kabul. Artinya ini merupakan proses peralihan ternak dari satu pihak ke pihak lainnya secara resmi. Pada proses ijab kabul ini, terdapat saksi mata atau orang ketiga yang melihat proses peralihan kepemilikan tersebut. Setelah akad berlangsung, proses selanjutnya adalah proses pengantaran ternak. Pada proses ini, pengantaran ternak dilakukan dengan kesepakatan bersama saat prosesi tawar menawar. Namun pada tahap ini, terjadi juga kesepakatan pengantaran setelah proses akad dilaksanakan. Artinya mereka menyepakati pengantaran ternak dengan sesama dengan sistem pembayaran akomodasi perjalanan atau tidak.

Secara garis besar terdapat kebudayaan dagang yang terbentuk dalam pasar ternak Geurugok ini. Kebudayaan itu terlihat dari segala bentuk kegiatan, ide, tingkah laku dan simbolik yang dimiliki atau dipraktikkan oleh pedagang. Sehingga dalam kelompokan itu semua, secara tidak langsung mereka mempraktekkan pengetahuan yang sudah didapat sebelumnya dari pengajaran, pengalaman pribadi ataupun informasi lainnya. Oleh sebab itu, pengetahuan yang dimiliki oleh pedagang ternak di pasar ternak Geurugok sejalan dengan budaya yang diekspresikan dalam aktivitas pasar. Budaya dagang ini dipraktikkan secara berulang oleh para pedagang sehingga mereka mampu bertahan sampai saat ini dalam mempertahankan usaha dagang yang dirintisnya.

Gang Leumo merupakan salah satu pranata ekonomi masyarakat yang dapat menghubungkan masyarakat secara luas, maka perlu dipertahankan objek pasar ini sebagai salah satu pranata ekonomi tersebut. Hal ini dikarenakan dalam aktivitas pasar akan terjalin silaturahmi di antara masyarakat yang berinteraksi di lokasi tersebut. Berdasarkan aktivitas yang dilakukan oleh pedagang dalam menjual hewan ternak, maka perlu

dipertahankan juga penentuan harga yang dilakukan secara langsung dan ideal. Pedagang tidak boleh menggunakan sistem kapitalisasi yang saat ini telah berkembang di Indonesia. Artinya untuk kedepan sistem penentuan harga harus tetap sama seperti tradisi yang terjadi saat ini. Jika masuk sistem penentuan harga secara kapitalis, maka ada intuisi yang dapat merubah sikap para pedagang dalam menjual hewan ternak. Dengan hal ini pedagang tidak lagi melakukan perdagangan dengan semangat perputaran modal, namun sudah masuk ke tahap kelipatan modal yang besar. Dalam konteks pasar ini, perlu ada kajian lebih lanjut selain kajian yang kami lakukan ini. Artinya dengan ada kajian lanjutan, nilai-nilai tradisi yang hidup di tengah masyarakat akan terungkap kembali, terkhususnya dalam tradisi berdagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahadiyah, K. Lailatul. (2018). *Relasi Sosial Antara Kyai Non Politik dan Kyai Politik di Komunitas Religius Pedesaan*. Jurnal S1 Sosiologi Airlangga. Surabaya: Departemen Sosiologi, FISIP, Universitas Airlangga
- Ahimsa-Putra, H.S. (2011). *Bahasa Sebagai Model Studi Kebudayaan Di Indonesia - Antropologi Struktural Di Indonesia*. MASYARAKAT INDONESIA. Revisi makalah. Majalah Ilmu-Ilmu Sosial Indonesia. Edisi XXXVII/No.1.
- Ahimsa-Putra, H.S.; et al. (2003). *Ekonomi Moral, Rasional Dan Politik Dalam Industri Kecil Di Jawa: Esei-esei Antropologi Ekonomi*. Yogyakarta : KEPEL Press.
- Ahimsa-Putra. (2009). *Paradigma Ilmu Sosial-Budaya; Sebuah Pandangan*. Makalah dalam Kuliah Umum Paradigma Penelitian Ilmu-Ilmu Humaniora Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Kecamatan Gandapura Dalam Angka 2020*. © BPS-Kabupaten Bireuen.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Peternakan Dalam Angka 2020*. © BPS-RI/BPS-Statistics Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Kabupaten Bireuen Dalam Angka: Bireuen Regency in Figure 2021*. BPS-Kabupaten Bireuen.
- Balai Informasi Pertanian. Lembaran Informasi Pertanian. DKI Jakarta.(1993). *Karkas Dan Bagian-Bagiannya*. Vol.1. Agdex 403/26.
- Batubara, Taslim.(2020). *Sultan Alauddin Riayat Syah al-Qahhar: Sang Penakluk dari Kesultanan Aceh Darussalam*. Jurnal Kajian Islam Kontemporer (JURKAM) Vol 1, No. 1, Juni 2020, Page 1-6. Medan: Prodi Sejarah Peradaban Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Bustaman-Ahmad, Kamaruzzaman. (2013). *Memahami Tradisi Meugure*. Islamic Movement Journal Vol. 1, No.1.
- Dialeksis.com. (2019). *Plt Nova Kunjungi Pasar Hewan Gandapura*. Terbit 03/01/2019, akses 01/11/2021.

- <https://dialeksis.com/aceh/plt-nova-kunjungi-pasar-hewan-gandapura/>
- Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Aceh. (2009). *Perubahan Rencana Kerja (Renja)*. Tahun 2009.
- Effendi, Nursyirwan. (2016) *Studi Budaya Pasar Tradisional dan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Pedesaan: Kasus Pasa Nagari dan Masyarakat Nagari di Propinsi Sumatera Barat*. JURNAL ANTROPOLOGI: Isu-Isu Sosial Budaya. Desember 2016 Vol. 18 (2): 105-120.
- Fatmasari, D. (2016). Analisis Eksistensi Pasar Tradisional Ditengah Hegemoni Pasar Modern. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2).
- Geertz, C. (1986). *Mokokuto: Dinamika Sosial Sebuah Kota di Jawa*. Jakarta: PT. Pustaka Grafitipers.
- Geertz, C. (1977). *Penjaja dan Raja*. (Terjemahan). Jakarta: PT. Gramedia
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation Of Cultures*. New York: Basic Books, Inc. Terjemahan penulis.
- Hadi, Amirul. (2010). *Aceh: Sejarah, Budaya dan Tradisi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obar Indonesia.
- Harun, Mohammad, et al. (2015). *Revitalisasi Nilai Etos Kerja Dalam Hadih Maja Sebagai Bahan Ajar Pendidikan Karakter*. Journal of EST. Program Pascasarjana Universitas Negeri Makassar. Volume 1 Nomor 3 Desember 2015 hal 75-84.
- Hasmi, F.D. Mutiara. (2020). *Pengembangan Aspek Kognitif Melalui Implementasi Metode Bermain Puzzle Angka Di Kelompok B TK Aisyiyah Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur*. Skripsi .Metro:Institut Agama Islam Negri
- Hasyifuddin, Helmi. (2018). *Mekanisme Penetapan Harga Jual Beli Sapi Di Pasar Sibreh Aceh Besar (Analisis Keberadaan Unsur Gharar Dalam Transaksi Jual Beli)*. Skripsi. Banda Aceh: UIN AR-RANIRY.
- Headland, Thomas N. (2004). *KENNETH LEE PIKE 1912-2000. A Biographical Memoir*. Washington: The National Academies Press. Tejemahan Penulis.

- Hendro, E. Punto. (2020). *Simbol: Arti, Fungsi, dan Implikasi Metodologisnya*. Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi. Vol.3 No. 2.
- Holillulloh, Andi. (2016). *Pierrebourdieu dan Gagasannya Mengenai Agama*. Citra Ilmu. Edisi 24. Vol.xii.
- <https://adoc.pub/queue/kemiskinan-masyarakat-gampong-dalam-perspektif-budaya-di-pro.html>
- <https://geurugok.sigapaceh.id/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=VlaWTQdxn3g>
- Hugronje, Snock. (1985). *Aceh Di Mata Kolonial*. Jilid I. Jakarta: Yayasan Soko Guru.
- Kemong, B. (2015). Sistem Mata Pencaharian Nelayan Tradisional Suku Kamoro di Desa Tipuka, Kecamatan Mapurujaya, Kabupaten Mimika, Provinsi Papua. *HOLISTIC, Jurnal Sosial dan Budaya*.
- Kleden, I. & Abdullah, T. (2017). *Paradigma Ilmu Pengetahuan dan Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora di Indonesia*. Jakarta: LIPI Press.
- Koentjaraningrat. (1974). *Pengantar Antropologi*. Cetakan ke-V. Jakarta: Aksara Baru
- Mariansyah. (2018). *Tinjauan Hukum Islam Tentang Pelaksanaan Akad Jual Beli Pepaya Yang Terikat Harga Pada Pengepul (Studi Kasus Pekon Way Kerap Kecamatan Semaka Kabupaten Tanggamus)*. Skripsi. Lampung: Universitas As-Islam Negeri Raden Intan.
- Masturoh, I & Anggita, N. (2018). *Metode Penelitian Kesehatan*. Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.
- Muchsin, Misri A. (2018). *Kesultanan Perlak Dan Diskursus Titik Nol Peradaban Islam Nusantara*. *Journal Of Contemporary Islam And Muslim Societies*. VOL. 2/ NO. 2, Juli-Desember 2018.
- Nasution, A. A. (2019). Kebijakan Pangan dan Tradisi Lokal (Studi tentang Dampak Kebijakan Pengelolaan Pangan Daging terhadap Keberadaan Tradisi Uwer di Kabupaten Gayo Lues). *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(1), 89-106.
- Nurmansyah, et al. (2019). *Pengantar Antropologi: Sebuah Ikhtisar Mengenal Antropologi*. Bandar Lampung: CV. AURA

- Pardede, Perlindungan. (2009). *Penelitian Lintas Budaya*. Seminar Penelitian Pendidikan FKIP UKI, Jakarta Timur: Kampus UKI Cawang.
- Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia. (2014). *Pemotongan Hewan Qurban*. Nomor 114 tahun 2014.
- Qanun Kabupaten Bireuen. (2014). *Retribusi Tempat Pelelangan Hewan Ternak*. Nomor 6 Tahun 2014.
- Rambe, Y. M. (2021). Aceh Dan Perdagangan Di Selat Malaka. *HISTORIA: Journal of Historical Education Study Program*, 6(2), 94-101.
- Rismawati (2009). "*Pertukaran dan Hubungan Sosial di Kalangan Ina-ina (Studi Antropologi Ekonomi dalam Perspektif Strukturalisme)*." *Academica: Majalah Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 1, No. 2, 2009.
- Rizal, JJ, et al. (2013). *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jendral Kebudayaan.
- Rudito, B. & Famiola, M. (2013). *Social Mapping Metode Pemetaan Sosial: Teknik Memahami Suatu Masyarakat atau Komoditi*. Edisi Revisi. Bandung: Rekayasa Sans
- Saad, Hasan. (2003). *Bersama Induk Semang: Semangat Kearifan Tradisional dan Semangat Kewirausahaan Pedagang Pidie, Aceh*. Yogyakarta: Relief Press
- Saifuddin, A.F. (2006). *Antropologi Kontemporer: Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma*. Jakarta: KENCANA.
- Santosa, S. I., Setiadi, A., & Wulandari, R. (2013). Analisis potensi pengembangan usaha peternakan sapi perah dengan menggunakan paradigma agribisnis di kecamatan musuk Kabupaten Boyolali. *Buletin Peternakan*, 37(2), 125-135.
- Sarwoko, E. (2008). Dampak keberadaan pasar modern terhadap kinerja pedagang pasar tradisional di wilayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 4(2), 97-115.
- Sasanto, R., & Yusuf, M. (2010). Identifikasi Karakteristik Pasar Tradisional di Wilayah Jakarta Selatan (Studi Kasus: Pasar Cipulir, Pasar Kebayoran Lama, Pasar Bata Putih, dan Pasar Santa). *Jurnal Planesa*, 1(1).

- Saudah. (2018). *Konteksstasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Relasi Sosial Dan Komunikasi*. ETTISAL Journal of Communication. Vol. 3, No. 2, Desember 2018.
- Serambi One Tv. (2021). *Hari Uroe Peukan Pasar Kecamatan Gandapura Bireuen Telah Ada Sejak Masa Sebelum Merdeka*. Terbit tanggal 17/6/2021. Akses tanggal 21 Juni 2021.
- Setyawati, Dewi. (2016). *Perkembangan Perkebunan di Aceh P (Abad Ke XIII-XIX)*. Jurnal Criksetra, Vol. 5, No.9. Hlm. 102-144
- Siegel, James T. (1969). *The Rope Of God*. London: University Of California Press. Terjemahan Penulis.
- Sistem Informasi Gampong (SIGAP). *Peta Aset Geurugok*. Akses tanggal 27/06/2021.
- Spradley, James P. (2007). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana.
- Sturtevant, William C. (1964). *Anthropological Approaches: Studies in Ethnoscience.*. Bureau of American Ethnology, Smithsonian Institution. doi.org/10.1525/aa.1964.66.3.02a00850. Terjemahan Penulis.
- Sudarmin. (2014). *Pendidikan Karakter, Etnosains Dan Kearifan Lokal (Konsep dan penerapan dalam penelitian dan pembelajaran sains)*. Semarang: UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG.
- Sufi, Rudi, at al. (1995). *Persepsi Tentang Etos Kerja Kaitannya Dengan Nilai Budaya Masyarakat Propinsi Daerah Istimewa Aceh*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Proyek penelitian, pengkajian dan pembinaan nilai - nilai budaya daerah istimewa Aceh. Tahun 1994-1995
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarto. (2019). *Budaya, Pemahaman dan Penerapannya "Aspek Sistem Religi, Bahasa, Pengetahuan, Sosial, Kesenian dan Teknologi"*. Jurnal Literasiologi. Vol.1 No. 2.
- Suryani. A. J., et al. (2012). *Potongan Komersial Karkas Dan Edible Portion Pada Sapi Peranakan Ongole (Po) Yang Diberi Pakan Jerami Urinasi Dan Konsentrat Dengan Level Yang Berbeda (Commercial Cut And Edible Portion Of Ongole Grade Cattle Fed*

- Urine Fermented Rice Straw And Different Levels Of Concentrate*).
Animal Agricultural Journal, Vol.1. No.1.
- Suryo, S. Agung. (2007). *Uroek Gantoe Pada Masyarakat Aceh*. Banda Aceh: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional.
- Susanti. (2016). *Etos Kerja Pedagang Tionghoa Di Peunayong*. Skripsi. Banda Aceh: UIN AR-RANIRY
- Sutarso, Joko. (2017). *Pola Komunikasi Pedagang dan Pembeli di Pasar Tradisional Perspektif Jender di Pasar Sidodadi Kleco Surakarta*. Acta diurna Vol.13, No.1.
- Undang - Undang Republik Indonesia. (1999). *Pembentukan Kabupaten Bireuen dan Kabupaten Simeulue*. Nomor 48 Tahun 1999.
- Undang - Undang Republik Indonesia. (2009). *Ketentuan-Ketentuan Pokok Peternakan Dan Kesehatan Hewan*. Nomor 18 Tahun 2009.
- Verasatiwi, I., & Wulan, R. R. (2018). Studi fenomenologi pengemudi ojek online perempuan di kota Bandung dalam kajian feminisme. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 14(1).
- Yani, M. Turhan. (2009). *Kontribusi Irwan Abdullah Dalam Pengembangan Keilmuan Islam Di Bidang Modernisasi Ekonomi*. Ulul Albab, Vol. 10, No. 1, 2009
- Yunita, E., Amsia, T., & Syaiful, M. (2015). Perjuangan Sultan Iskandar Muda Dalam Meraih Kesuksesan Kerajaan Aceh di Nusantara. *Perjuangan Sultan Iskandar Muda dari Kerajaan Aceh Dalam Meraih Kejayaan di Nusantara*]. *Jurnal. fkip.unila.ac.id/index.php/PES/article/view/10455*
- Yusri. (Tt). *Kemiskinan Masyarakat Gampong Dalam Perspektif Budaya di Provinsi Aceh*. Artikel.