

**PENENTUAN LABA PADA TRANSAKSI BISNIS BERBASIS BUDAYA
MAROSOK
(Studi pada Pasar Ternak Manggis, Lubuk Basung, Kab. Agam)**

Rinto Pebrian, Rindo Wifarsyah, Kurnia Firdaus

Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Email: marosok31@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine the determination of profit on Marosok Culture based-business transactions in Livestock Market Manggis, Lubuk Basung, Kab. Agam by using descriptive qualitative method. The informants were selected using judgmental sampling and snowball sampling techniques. Data was obtained through in-depth interview, observation, documentation and literature study. The technical data analysis by collecting data, describe, analyze, and do interpretation. The result showed that the determination of profit in marosok culture based business transaction as follows: (1) Seller from the side of toke livestock or businessman, profit is determined from the difference of selling price of livestock with total cost they spend, whereas seller from breeder side usually not too count on profit in transactions marosok. (2) Buyers from the side of butcher, profit is determined based on the accuracy of patuik dagiang they do, whereas buyer from breeder side, profit is determined based on accuracy patuik dipataranakan done in transactions marosok.*

Keyword : *profit, culture, marosok, patuik dagiang, patuik dipataranakan*

PENDAHULUAN

Tradisi merupakan suatu proses kebiasaan yang terjadi secara turun temurun serta menjelaskan bagaimana kebudayaan suatu masyarakat terbentuk. Salah satu keberagaman tradisi dan adat istiadat di Indonesia terdapat pada masyarakat Minangkabau. Ada beberapa tradisi yang saat ini masih dilestarikan oleh masyarakat Minangkabau salah satunya yaitu metode jual beli ternak dengan tradisi “marosok”. Tradisi *marosok* merupakan salah satu tradisi yang unik dimana tradisi ini dilaksanakan dalam sistem transaksi jual beli ternak. *Marosok* dalam Bahasa Indonesia adalah meraba, merasakan, dan memegang sesuatu tanpa melihat apa barang tersebut tapi hanya merasakannya berdasarkan otak dan perasaan. Kegiatan *marosok* ini dilakukan saat transaksi jual beli hewan ternak seperti kerbau, sapi, maupun kambing. Transaksi dimulai ketika pembeli telah menemukan ternak yang dianggap cocok, maka akan terjadi tawar menawar harga ternak. Tawar menawar ini dilakukan dengan cara *marosok*, dimana tangan pedagang dan pembeli saling bersalaman, disitu jari mereka saling *marosok* atau meraba satu sama lain. Pedagang lebih dahulu menetapkan harga, dan apabila dirasa tidak cocok pembeli boleh menawar (Regina, 2017). Tawar menawar ini berlangsung dengan menyembunyikan tangan pedagang dan pembeli ternak dibalik sarung, topi atau handuk kecil. Budaya *Marosok* merupakan bentuk komunikasi non verbal karena dalam proses transaksi menggunakan tangan untuk bersalaman antara penjual dan pembeli menggunakan bahasa tubuh, bahasa isyarat dan sentuhan.

Menurut Mak Katik, terdapat istilah “*marosok sapanjang tangan*”, yang artinya *marosok* dilakukan sepanjang pengetahuan kedua belah pihak yang

melakukan marosok. Dalam transaksi marosok ini kedua belah pihak harus bisa melakukan transaksi marosok. Jika pihak pedagang ternak maupun pembeli ternak tidak bisa melakukan marosok, maka ada pihak ketiga yang disebut calo (Wawancara Mak Katik tanggal 29 Mei 2018)

Budaya *marosok* identik dengan transaksi yang mengutamakan kerahasiaan. Kerahasiaan tersebut menyebabkan harga keseimbangan yang tercipta antara penjual dan pembeli hanya diketahui oleh kedua belah pihak saja dan tidak jarang antara kedua belah pihak tersebut tidak mendapatkan harga keseimbangan sehingga transaksi dibatalkan. Pembatalan transaksi antara penjual dan pembeli disebabkan oleh transaksi tersebut tidak menghasilkan laba. Sebaliknya transaksi akan dilanjutkan jika antara penjual dan pembeli merasa bahwasannya mereka mendapatkan laba dari transaksi yang mereka lakukan. Lalu bagaimanakah menentukan transaksi tersebut berlaba atau sebaliknya? Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang penentuan laba pada transaksi bisnis berbasis budaya *marosok*.

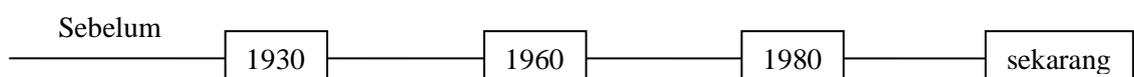
KAJIAN PUSTAKA

Kebudayaan

Kebudayaan secara umum adalah hasil cipta sitem gagasan dan tindakan serta hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari manusia dengan belajar (Koentjaningrat,2005). Menurut Tylor, kebudayaan adalah keseluruhan aktivitas manusia, termasuk pengetahuan, kepercayaan, seni, moral hukum adat istiadat, dan kebiasaan lain (Ratna, 2005).

Tradisi Marosok

Tradisi marosok merupakan salah satu tradisi transaksi bisnis yang unik dari Sumatera Barat , dimana tradisi ini dilaksanakan dalam sistem transaksi jual beli ternak. Marosok dalam Bahasa Indonesia adalah meraba, merasakan dan memegang sesuatu tanpa melihat barang tersebut tetapi hanya merasakannya berdasarkan otak dan perasaan. Menurut Mak Katik, Marosok berasal dari kata rosok yang memiliki arti barang yang belum diketahui sehingga dilakukan transaksi. Maksud dari barang yang belum diketahui tersebut adalah target yang akan dibeli sudah dilihat namun untuk mengetahui harganya harus dilakuan transaksi marosok terlebih dahulu. Transaksi marosok ini bermula dari sistem barter (Wawancara Mak Katik tanggal 29 Mei 2018). Untuk lebih jelasnya disediakan dalam bentuk grafik:



Sebelum tahun 1930, dikenal sistem barter, dimana pada masa ini masyarakat belum banyak yang mengenal dan memiliki uang sehingga untuk memenuhi kebutuhan dilakukan barter. Dari sistem barter inilah awal mulanya dikenal transaksi marosok.

Pada tahun 1930-1960, transaksi marosok ini sudah dikenal dan digunakan secara *general* pada jual beli di Minangkabau. Masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti sayuran, buah-buahan, ikan kering dan jual beli ternak semua transaksinya dilakukan dengan marosok.

Pada tahun 1960-1980an, transaksi yang dilakukan dengan marosok ini hanya pada jual beli ternak saja. Pada masa ini jual beli ternak ini biasanya belum bermotif ekonomi, namun lebih kepada pemenuhan kebutuhan seperti pesta pernikahan, acara adat, membantu keluarga, lebaran idul adha dan keperluan lainnya.

Pada tahun 1980-sekarang, transaksi marosok ini mulai bermotif ekonomi, karena masyarakat rata-rata mulai mengkonsumsi daging. Hewan yang dibeli dikembangkan untuk ternak maupun dijual kembali baik dalam bentuk utuh maupun dalam kiloan. Serta perpindahan kebutuhan masyarakat yang tidak hanya guna pemenuhan kebutuhan, namun juga untuk kepentingan pendidikan anak-anaknya.

Sampai saat ini tradisi marosok masih berkembang, dengan adanya transaksi marosok ini keharmonisan para pelaku di pasar ternak tetap terjaga, karena dengan tawar menawar dengan cara *marosok* ini hanya diketahui oleh kedua belah pihak yang bertransaksi, pihak lain tidak akan mengetahui kisaran harga yang sedang ditawarkan sehingga tidak terjadi persaingan dalam jual beli serta menghindari terjadinya perselisihan (Fahlevi,2015).

Laba

Laba merupakan selisih positif antara pendapatan dalam suatu periode dan biaya yang dikeluarkan untuk mendatangkan laba/keuntungan. Ghozali dan Chariri (2007) mengungkapkan pengertian laba yang dianut oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah laba akuntansi yang merupakan selisih pengukuran pendapatan dan biaya.

Fisher (1912) dan Bedford (1965) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa pada dasarnya ada tiga konsep laba yang dibicarakan dan digunakan dalam ekonomi. Konsep laba tersebut adalah:

1. *Psychic income* yang menunjukkan konsumsi barang/ jasa yang dapat memenuhi kepuasan dan keinginan individu.
2. *Real income* yang menunjukkan kenaikan dalam kemakmuran ekonomi yang ditunjukkan oleh kenaikan *cost of living*.
3. *Money income* yang menunjukkan kenaikan nilai moneter sumber – sumber ekonomi yang digunakan untuk konsumsi sesuai dengan biaya hidup (*cost of living*)

Fisher (1912) dalam Ghozali dan Chairi (2005) berpendapat bahwa real income adalah konsep income yang praktis bagi akuntan, ini disebabkan karena dari ketiga konsep tersebut psychis income merupakan konsep psikologi yang tidak dapt

diukur secara langsung, namun dapat ditaksir dengan menggunakan real income. Sedangkan money income meskipun mudah diukur, tetapi tidak mempertimbangkan perubahan nilai suatu unit moneter.

METODE

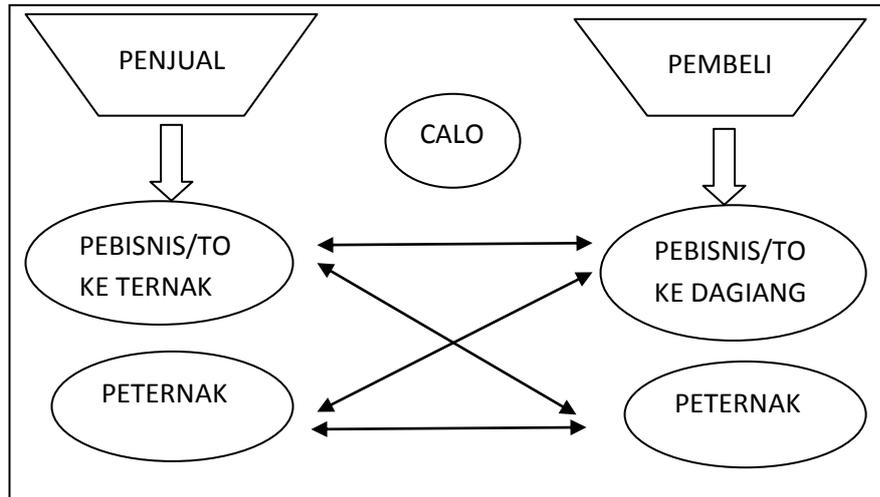
Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April-Juni 2018 yang berlokasi di Pasar Ternak Manggis, Lubuk Basung, Kab. Agam. Penelitian ini berkonsentrasi pada penangkapan gambaran sebagai fenomena sosial melalui operasi proses transaksi *marosok*. Penelitian ini menggunakan banyak aspek sosial dan teknis sehingga memerlukan banyak sumber dan pendekatan untuk memenuhi kebutuhan akan pembentukan pemahaman.

Berdasarkan tujuan, metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Dalam Aditjantra (2011) pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang paling tepat, karena penelitian ini untuk memahami perilaku pedagang ternak dalam menentukan akuntansi biaya mereka, kebijakan volume, dan konsepsi laba mereka. Menurut Kriyantono (2012) penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Informan yang dipilih dalam penelitian ini didapat dengan teknik *judgmental sampling* dan *snowball sampling*. *Judgmental sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan penilaian peneliti mengenai siapa saja yang pantas untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2014). *Snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit lama lama menjadi besar. Objek yang akan diteliti yaitu pedagang di Pasar Ternak Manggis, Lubuk Basung, Kab. Agam sehingga didapat informasi yang benar sesuai dengan masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk memudahkan dalam mengetahui penentuan laba pada transaksi *marosok*, peneliti mengklasifikasikan pelaku transaksi dalam dua kategori pelaku yaitu penjual dan pembeli. Dimana pada masing-masing pelaku dapat berlatarbelakang pebisnis maupun non-pebisnis (peternak) dan membuat model transaksi dalam *marosok* sebagai berikut :

Gambar 1. Pelaku dan Model Transaksi dalam Marosok



1. Penjual Ternak

Penjual ternak adalah orang yang memperjualbelikan ternaknya seperti kerbau, sapi dan kambing di pasar ternak atau ditempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (Damsar, 2002). Berdasarkan hasil wawancara dengan penjual ternak dilapangan, keuntungan atau laba yang didapat dari transaksi marosok sangat tergantung pada harga jual yang disepakati. Harga jual itu sendiri didasarkan pada umur ternak, berat daging, harga pasaran daging per-kilogram dan biaya yang dikeluarkan. Di pasar ternak Manggis terdapat 2 jenis penjual ternak. Pertama adalah Toke ternak (pebisnis sapi) yaitu orang yang memelihara ternak dalam rentang waktu yang sebentar (kurang 1 tahun) dengan tujuan penggemukan sapi yang mereka beli pada usia yang telah cukup dewasa (1-2 tahun) yang akan dijual kembali dalam jangka waktu kurang 1 tahun. Menurut keterangan RM, pebisnis sapi akan membeli sapi mereka dalam rentang 2-3 bulan sebelum hari raya idul fitri/adha sehingga mereka bisa menjual tepat pada hari raya itu nantinya dengan harga daging tinggi. (Wawancara RM(Datuak Rajo Marah) tanggal 26 Juni 2018). Pada saat pebisnis sapi menjual sapinya melalui transaksi marosok biasanya sudah memperhitungkan laba yang diperoleh dari harga jual yang ditawarkan setelah memperhitungkan semua biaya-biaya yang dikeluarkan menjelang sapi dijual seperti biaya pakan rumput maupun pakan insentif penggemukan sapi dengan rata-rata biaya sebesar Rp 25.000 per hari untuk setiap ekor sapi. (Wawancara KH(Khairu) tanggal 6 Mei 2018). Berikut disajikan dasar perhitungan sederhana harga jual sapi dari pebisnis sapi pada tabel 1 :

Tabel 1. Dasar perhitungan harga jual sapi

Harga beli sapi (awal)	Rp 8.000.000
Biaya pakan selama 2 bulan (2*30*Rp 25.000)	Rp 1.500.000
Total	Rp 9.500.000
Harga jual sapi	>Rp 9.500.000

Berdasarkan tabel diatas, untuk memperoleh laba yang diinginkan, maka saat marosok penjual sapi harus menawarkan harga jual sapinya diatas harga Rp 9.500.000. Jika pembeli setuju dengan harga tersebut, maka labanya adalah selisihnya.

Kedua adalah penjual dengan latar belakang peternak yaitu orang yang memelihara sapi dalam rentang waktu lama (lebih 3 tahun) dengan tujuan melakukan perkembangbiakan sapi. Dari keterangan BJ, motif peternak sapi lebih kepada simpanan / "*ganti manabuang*" sehingga nantinya saat ada kebutuhan mendesak yang membutuhkan biaya besar dapat menjual sapi sebagai pemenuhan kebutuhan tersebut misalnya ketika "*baminantu*" (saat ada pesta perhelatan). Berbeda dengan jenis penjual sebelumnya, peternak umumnya tidak terlalu begitu menghitung biaya ataupun laba yang akan diperoleh, di karenakan ternak cenderung "*dilapehan jo di kimpauan*"(digembalakan). Jikalau ingin diperhitungkan, menurut BJ, kurang lebih biayanya adalah sebesar Rp 15.000 per hari. Misalnya, sapi yang akan dijual berumur 2 tahun. Maka harga jual sapi dapat ditawarkan saat marosok adalah diatas harga Rp 10.800.000 ($2 \times 360 \times \text{Rp } 15.000$). (Wawancara BJ (Basmari Jaya) tanggal 16 Juni 2018).

2. Pembeli Ternak

Pembeli yaitu mereka yang datang ke lokasi pasar dengan maksud untuk membeli suatu barang atau jasa, tetapi tidak mempunyai tujuan dimana ia akan membeli (Damsar, 2002). Dan pembeli ternak adalah orang-orang yang datang kepasar ternak atau kekampung kampung dengan tujuan untuk membeli ternak, entah itu kerbau, sapi ataupun kambing. Tetapi belum mempunyai tujuan dimana ia akan membeli ternak tersebut. Biasanya para calon pembeli mengelilingi pasar melihat ternak yang diinginkannya, sesuai dengan kebutuhannya serta menaksir harga pembelian dari ternak yang dilihatnya. Menurut Masri St. Rajo lelo, pembeli biasanya dapat mengetahui berat ternak dengan melihat dari fisik ternak dengan cara memperkirakan ternak (*mamatuik taranak*). Mamatuik taranak bertujuan untuk memastikan ternak mana yang diinginkan dan sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan. Dalam mamatuik ternak ini terdapat dua istilah, yaitu *patuik dipataranakan* dan *patuik dagiang*.

Patuik dagiang adalah proses memperkirakan bobot daging sapi dalam satuan kilo gram. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Khairul patuik dagiang dilakukan dengan cara menekan bagian tertentu pada sapi untuk menentukan apakah daging sapi benar-benar daging padat (Wawancara Khairul tanggal 6 Mei 2018). Lazimnya patuik dagiang digunakan oleh *Toke dagiang* (pebisnis), dimana motif laba utama bagi *Toke dagiang* ialah banyaknya jumlah kilogram daging dari ternak tersebut yang mampu dijual nantinya di pasaran, oleh karena itu pengetahuan tentang harga daging di pasar dan keterampilan dalam *mamatuik dagiang* atau menerka berat daging sapi sangat diperlukan sebelum melakukan transaksi marosok. Biasanya terkaan mereka cukup akurat dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 5 kg. Tingkat keuntungan atau laba yang mereka diperoleh ditentukan oleh seberapa terampil mereka dalam tawar menawar ketika

marosok. Berikut disajikan dasar perhitungan sederhana harga beli sapi bagi pembeli tabel 2 :

Tabel 2. Dasar Perhitungan harga beli sapi

Diperkirakan berat sapi	150 kg
Umur sapi	2 tahun
Harga pasar daging eceran	Rp 130,000,-
Total	Rp 19.500.000,-
Harga beli saat marosok	<Rp 19.500.000

Berdasarkan table diatas, pembeli *mematuik* atau menerka daging sapi seberat 150 kg dengan harga pasar daging sapi saat ini yaitu Rp 130.000 per kg. Maka total penjualan sebesar Rp 19.500.000. Untuk memperoleh keuntungan, pembeli harus membeli sapi utuh tersebut dengan harga dibawah Rp 19.500.000. Semakin terampil menawar harga jual saat marosok, semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh pembeli.

Berbeda dengan patuik daging, Patuik dipataranakan atau pantas ditenak tidak menghitung harga beli ternak berdasarkan bobot daging ternak melainkan hewan ternak yang diinginkan ditaksir harganya berdasarkan kriteria seperti ternak betina, pusa-pusa bagus, tanduk bagus, bulu bagus serta baik secara fisik sehingga hewan yang diinginkan cocok untuk ditenakkan.berdasarkan hasil wawancara dengan Da Tuah, Peternak lazim menggunakan patuik dipataranakan sebagai alat mengukur harga beli ternak, dimana motif laba utama bagi peternak ialah kemampuan ternak dalam menghasilkan keturunan, jadi pembeli dengan tujuan untuk beternak dalam *marosok* harus memiliki pengetahuan tentang ciri-ciri ternak yang cocok untuk ditenakan.

3. Calo atau Perantara

Calo adalah perantara atau pihak ketiga yang membantu pedagang ternak maupun pembeli ternak dalam transaksi marosok. Dari hasil wawancara dengan Mak Katik, ada beberapa penyebab munculnya calo:

- a. Transaksi antara kedua belah pihak yang memiliki hubungan kekerabatan. Seperti mamak rumah dan sumando, hal ini dikarenakan jika mamak rumah dan sumando melakukan transaksi marosok, kedua belah pihak akan sungkan melakukan tawar menawar harga.
- b. Ada pedagang ternak yang sudah terbiasa berjualan di pekan ternak bahkan sudah puluhan tahun tidak pandai melakukan trasaksi marosok begitupun dengan pembeli ternak.
- c. Pemilik ternak tidak memiliki waktu untuk berjualan.

Calo dapat dijadikan sumber informasi bagi para pembeli tentang keadaan ternak. Dari hasil wawancara dengan ZL, pendiri sekaligus pengelola Pasar Ternak Manggis yang biasa dipanggil “goceng”, ia mengatakan bahwa biasanya calo mendapat keuntungan dari seberapa besar calo bisa menjual sapi dibandingkan dengan harga pokok yang ditetapkan oleh pemilik sapi (Wawancara Bapak Zal tanggal 17 Juni 2018) Secara matematis, dapat diformulasikan sebagai berikut:

Upah calo = harga jual – harga pokok dari pedagang ternak

Dari hasil wawancara dengan BN, salah satu calo di Pasar Ternak Manggis, ia mendapatkan upah tergantung tawar menawar yang dilakukan pada saat marosok dengan calon pembeli serta banyaknya ternak yang terjual. Biasanya cukup untuk biaya makan dan biaya transpor, serta bisa dibawa pulang (Wawancara Bang Nopi tanggal 26 Juni 2018)

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan laba pada transaksi bisnis berbasis budaya *marosok* pada Pasar Ternak Manggis, Lubuk Basung, Kab. Agam. Penentuan laba pada transaksi bisnis berbasis budaya *marosok* pada Pasar Ternak Manggis, Lubuk Basung, Kab. Agam

- (1) Penjual dari sisi toke ternak atau pebisnis, laba ditentukan dari selisih harga jual ternak dengan total biaya yang mereka keluarkan, sedangkan penjual dari sisi peternak biasanya tidak terlalu menghitung laba dalam bertransaksi secara *marosok*.
- (2) Pembeli dari sisi toke daging atau pebisnis, laba ditentukan berdasarkan keakuratan *patuik daging* yang mereka lakukan, sedangkan pembeli dari sisi peternak, laba ditentukan berdasarkan keakuratan *patuik dipataranakan* yang dilakukan dalam bertransaksi secara *marosok*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aqmil, K. (2016). *Peran Pasar Ternak dalam Pemasaran Sapi Potong* (Studi Kasus Pasar Ternak Lubuk Basung Kabupaten Agam Provinsi Sumatera Barat). Diploma thesis, Universitas Andalas.
- Chariri, A., and Ghozali, I., 2007, *Teori Akuntansi* (trans: Accounting Theory), Semarang: Badan Penerbit UNDIP, ISBN 979.704.014.3.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi (edisi revisi)*, Jakarta: Rajawali Pers
- Fahlevi, M. Akbar.(2015). *Komunikasi Non Verbal Dalam Pekam Ternak "Marosok" di Payakumbuh* , Provinsi Sumatera Barat. e-proceeding of management : Vol.2 No. 3 Desember 2015. Page 4200.
- Kriyantono, R. (2012). *PR Writing: Teknik Produksi Media Publik Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ratna, Nyoman Kutha. (2005). *Sastra dan Cultural Studies: Representasi Fiksi dan Fakta*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Regina. (2017). *Tradisi Marosok Dalam Transaksi Jual Beli Ternak Di Pasar Ternak Kota Payakumbuh, Sumatera Barat*. *Jom FISIP*, 4(2), 1–15.