

Implementasi Nilai Kejujuran dalam Aktivitas Jual Beli Ternak dan Implikasi terhadap Pendidikan Karakter

Oleh
Naufal Raid

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) LPPN Padang

naufal.raid89@gmail.com

Article History

Received : December 2018

Accepted : February
2019

Published : March 2019

Keywords

Kejujuran, Pasar, Jual beli ternak.

Abstract

Honesty is the main value that must exist in conducting buying and selling transactions on the market. This article aims to describe the form of implementation of honesty values that exist in livestock buying and selling transactions. The method used is a qualitative method with descriptive type. The results of the study show that there are still some who do not implement honesty values in livestock buying and selling transactions. The solution offered is the need for strict sanctions from market officers for those that are not honest.

Abstrak

Kejujuran merupakan nilai utama yang harus ada dalam melakukan transaksi jual beli di pasar. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk implementasi nilai kejujuran yang ada pada transaksi jual beli ternak. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan tipe deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih adanya *toke* yang tidak mengimplementasikan nilai-nilai kejujuran dalam transaksi jual beli ternak. Solusi yang ditawarkan perlunya ada sanksi tegas dari petugas pasar bagi *toke* yang tidak berlaku jujur.

A. Pendahuluan

Pasar adalah salah satu pranata ekonomi dan gaya hidup yang membawa masyarakat menjalankan transformasi sosial, budaya dan politik. Pasar tradisional tidak semata diasumsikan sebagai tempat berdagang, tetapi juga terutama sebagai arena sosial dimana banyak individu membangun hubungan-hubungan sosial. Dalam perekonomian mikro peran pasar tradisional penting sebagai pusat perputaran uang, karena setiap hari banyak sekali transaksi di dalam pasar. Pasar tradisional di setiap wilayah berbeda, ini diakibatkan oleh bentuk komoditi, nilai transaksi, kondisi sosial, budaya dan potensi alam di wilayah sekitarnya (Surti, 2003). Salah satu bentuk pasar tradisional yaitu pasar ternak. Sama halnya dengan pasar-pasar lainnya, pasar ternak juga menjadi tempat

terjadinya aktivitas jual beli antara pembeli dan penjual.

Dalam pelaksanaan aktifitas jual beli ada proses interaksi antara satu individu dengan individu lainnya, dimana dalam interaksi tersebut diperlukan nilai-nilai yang harus diperhatikan agar timbulnya hubungan baik antara penjual dan pembeli. Salah satu nilai utama yang perlu diimplementasikan pada aktivitas jual beli yaitu nilai kejujuran. Kejujuran dalam bahasa Arab diungkap dengan istilah shiddiq dan amanah. Shiddiq artinya benar dan amanah artinya dapat dipercaya. Karakter kejujuran merupakan bentuk kepribadian yang mengucapkan segala hal tanpa dikurangi dan dilebih-lebihkan atau sesuai kenyataan yang sebenarnya (Salahudin, 2013).

Apalagi dalam jual beli ternak

yang merupakan makhluk hidup dengan berbagai resiko dalam transaksi jual belinya. Maka dibutuhkan seorang pedagang yang jujur dalam melakukan transaksi jual beli seperti keadaan ternak yang dijual.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Penelitian dilakukan di pasar ternak Agropolitas Gunung Medan Kabupaten Dharmasraya. Informan ditentukan dengan teknik *purposive sampling* pengambilan sampel berdasarkan penilaian subjektif penelitian berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya sebagai pertimbangan tertentu. Data

dikumpulkan dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Milles dan Huberman (Emzir, 2014)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pasar Ternak Agropolitan Gunung Medan Kabupaten Dharmasraya merupakan pasar ternak milik pemerintah daerah Kabupaten Dharmasraya. Pemerintah kabupaten ini mendirikan pasar ternak Agropolitan ini bertujuan untuk tempat pemasaran ternak bagi masyarakat di Kabupaten Dharmasraya. Aktivitas jual beli dipasar ternak Agropolitan Gunung Medan Kabupaten Dharmasraya masih berlangsung secara tradisional dengan menggunakan sistem *barosok*. Pasar

tenak Agropolitan ini tetap berjalan setiap minggunya dengan berbagai aktor yang terlibat dari berbagai daerah. Secara teoritis pasar ternak agropolitan sudah memiliki unsur sebagai sebuah pasar, dimana pengertian pasar dalam arti sempit adalah suatu tempat dimana pada hari tertentu para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk jual beli barang. Sedangkan pengertian pasar dipakai dalam arti yang lebih luas yaitu dimana pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi jual beli tidak lagi terbatas pada suatu tempat tertentu saja maupun pada hari tertentu (Gilarso, 2004)

Penjual atau pedagang pada pasar ternak Agropolitan dikenal dengan istilah *Toke*. *Toke* akan berfungsi sebagai perantara antara Pemilik Ternak dengan Pembeli

Ternak. Selama Pasar ternak berlangsung maka *toke* lah yang berhak berkeliling menjajakan ternak untuk dipasarkan. Dalam proses bertransaksi khususnya tentang harga, seorang *toke* akan berusaha untuk memperoleh keuntungan dari ternak yang akan mereka jual. Salah satu nilai yang perlu diimplementasikan oleh *toke* pada pasar ternak ini yaitu nilai kejujuran. Jujur adalah perilaku pada upaya yang menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan dan pekerjaan (Salahudin, 2013).

Menurut hasil observasi dan wawancara peneliti tingkat kepercayaan pembeli akan lebih tinggi kepada *toke* yang bisa berlaku jujur. Bentuk kejujuran yang ada pada pasar ternak ini yaitu dari kualitas ternak yang dijual oleh *toke*. Bentuk

implementasi kejujuran adalah: 1) Adanya kesamaan harga yang diberikan oleh *toke* sesuai dengan standar yang ada dipasar ternak. Dimana *toke* tidak terlalu meninggikan harga ternak atau mengurangi harga ternak. Dimana pada pasar ternak ini ada kesepakatan harga yang dibuat oleh para *toke*; 2) *Toke* akan selalu datang sesuai dengan aturan yang dibuat oleh UPT Pasar Ternak. Sehingga semua *toke* akan mulai berdagang secara bersama-sama; 3) *Toke* tidak memberikan uang tips kepada Petugas Pasar. Sebagai bentuk kejujuran dalam tidak bertindak curang; 4) *Toke* tidak mau menerima yang bukan haknya. Seperti adanya kelebihan dalam pembayaran.

Namun dalam implementasi pada pasar ternak masih ada beberapa orang *toke* yang berlaku tidak jujur

seperti sering datang lebih awal dari waktu yang telah ditetapkan oleh petugas pasar. Dan ada *toke* yang suka memberi harga lebih murah dari standar yang dibuat. Sehingga akhirnya ada ketidakpercayaan antara *toke* yang ada di pasar ternak. Solusi yang bisa diberikan yaitu adanya sanksi tegas yang harus diberikan oleh petugas pasar kepada *toke* yang tidak taat akan aturan.

Implikasi penelitian ini untuk pendidikan sangat berkaitan dengan kurikulum/K13. Dalam K13 siswa atau peserta didik dituntut untuk memiliki karakter yang baik. Salah satu nilai karakter yang harus diajarkan kepada siswa sejak dini, yaitu nilai kejujuran. Oleh karena itu, nilai kejujuran perlu dan harus selalu diterapkan, agar terciptanya generasi penerus bangsa yang berkarakter.

D. Simpulan dan Saran

Simpulan dari artikel ini yaitu: masih adanya toke yang berlaku tidak jujur seperti datang lebih awal dari waktu yang telah ditetapkan oleh petugas pasar dan memberi harga lebih murah dari standar yang dibuat/disepakati. Namun hanya beberapa orang yang bertindak curang tersebut, sehingga nilai-nilai kejujuran tetap bisa diimplementasikan pada aktivitas jual beli ternak dipasar Agropolitian Gunung Medan Dharmasraya.

Daftar Pustaka

- Emzir. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Gilarso, T. 2004. *Pengantar Ekonomi Makro*. Yogyakarta : Kanisius.
- Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Lawang, R.M.Z. 2004. *Kapital Sosial Dalam Perspektif Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: FISIP UI.
- Lilweri, Alo. 2007. *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- M. Fuad, Christine H, Nurlela, Sugiarto, dan Paulus Y.E.F. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hasbullah, Jousairi. 2005. *Sosial Capital Menuju Keunggulan Budaya dan Tata Sosial Baru*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Milles B dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta. Universitas Indonesia Pers.
- Salahudin, Anas dan Irwanto Alkriencienchi, 2013. *Pendidikan Karakter*. Jakarta: CV Pustaka Setia.
- Surti, Titi Nastiti. 2003. *Pasar di Jawa Masa Mataram Kuno*. Jakarta : Pustaka jaya.