

# INTERNALISASI NILAI-NILAI BUDAYA GORONTALO “*RUKUNO LO TAALIYA*” DALAM PENETAPAN HARGA JUAL PADA PEDAGANG TRADISIONAL DI KOTA GORONTALO

**Fitria Anwar**  
**Tri Handayani Amaliah**  
**Sahmin Noholo**  
Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia

## ABSTRACT

*The aimed of this study was to describe how to determined traditional selling price based on Gorontalo's culture value, Rukuno Lo Taaliya. This study was a qualitative research by using ethnomethodology approach. The results of this study indicated that in setting the selling price based on "Rukuno Lo Taaliya" embodied some value such as honesty, mutual help, sincerity, trust and deep affection. These values reflected gratefulness to God as part of the worship and shadaqah. Selling price was not strictly formed by the things relating money but also reflected the common value which is believed by the cultural society.*

*Kata kunci : Harga jual, budaya Rukuno Lo Taaliya dan etnometodologi*

## PENDAHULUAN

Gorontalo dikenal dengan sebutan *Hulontalo Lipu'u* merupakan suatu daerah yang terletak di bagian timur Indonesia. Mayoritas penduduk beragama Islam melahirkan filosofi *adat bersendikan syara, syara' bersendikan kitabullah*, artinya semua tatanan adat di Gorontalo berlandaskan Islam dan tertuang dalam Al-Quran (Apriyanto, 2012). *Filosofi Adat bersendikan syara, syara bersendikan kitabullah* terdapat budaya *Rukuno Lo*

*Taaliya* artinya rukun jual beli dan sangat ditaati oleh para pedagang tempo dulu.

*Adat bersendikan syara, syara bersendikan kitabullah* merupakan falsafah hidup seharusnya dijadikan sandaran bagi masyarakat suku Gorontalo dalam melakukan berbagai aktivitas berkehidupan. *Filosofi Adat bersendikan syara, syara bersendikan kitabullah* terdapat budaya *Rukuno Lo Taaliya* artinya rukun jual beli dan sangat ditaati oleh para pedagang tempo dulu. *Rukuno Lo Taaliya* didasarkan pada akar kata, memiliki makna menukar sesuatu

dengan sesuatu, seperti rotan ditukar dengan bahan makanan, damar ditukar dengan rempah-rempah (sistem ini dilaksanakan oleh leluhur kita) (Daulima, 2008). Menukar harta dengan harta dalam *syare'at* dilakukan menurut cara-cara tertentu atau *aqad*, jadi dapat dikatakan bahwa yang ada ijab kabulnya tidak hanya pada pernikahan tetapi jual beli juga ada ijab kabulnya, hal ini termasuk dalam *Rukuno Lo Taaliya*. Al-Qur'an Allah telah berfirman, dalam surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut: "Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba" (Daulima, 2008).

Lebih lanjut, jika berkaca pada penetapan jual beli zaman sekarang, masyarakat khususnya pedagang seolah-olah hanya mengejar materi dan mengesampingkan nilai-nilai budaya seharusnya tertanam dalam dirinya. Penelitian ini lebih menekankan pada pengungkapan nilai-nilai budaya *Gorontalo Rukuno Lo Taaliya* dalam penetapan harga jual pada pedagang tradisional. Mengapa? karena budaya tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat dimanapun mereka berada. Oleh karena itu, alangkah baiknya jika harga jual yang ditetapkan masyarakat dapat mengacu pada budaya Gorontalo yaitu *Rukuno Lo Taaliya* agar tersirat suatu kekuatan aspek sosial budaya dalam konsep

jual beli yang diimplementasikan dalam proses berkehidupan.

Selama ini konsep harga jual dipahami hanya sebatas nilai uang. Konsep harga jual konvensional dianggap sebagai ilmu pengetahuan dan praktik yang bebas nilai (*value free*), sehingga penetapan harga jual konvensional hanya berorientasi pada profit semata. Hal tersebut terkesan membuat manusia lupa akan budaya yang sudah tertanam sejak dulu. Motivasi pada penelitian ini untuk mengetahui lebih dalam mengenai budaya-budaya Gorontalo yang sudah mulai terkikis oleh zaman. Adapun pertanyaan penelitian ini adalah bagaimanakah nilai-nilai budaya Gorontalo *Rukuno Lo Taaliya* yang terinternalisasi dalam penetapan harga jual pada pedagang tradisional di Kota Gorontalo? Sehingga tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengungkap internalisasi nilai-nilai budaya Gorontalo "*Rukuno Lo Taaliya*" dalam penetapan harga jual pada pedagang tradisional di Gorontalo.

## KAJIAN TEORI

### Konsep Kebudayaan

Para pakar antropologi budaya Indonesia umumnya sependapat bahwa kata kebudayaan berasal dari bahasa Sansekerta *buddhayah*. Kata *buddhayah* adalah bentuk

jamak dari *buddhi* yang berarti budi atau akal. Secara etimologis, kata kebudayaan berarti hal-hal yang berkaitan dengan akal (Maran, 2000:24). Kebudayaan adalah suatu fenomena universal. Kebudayaan secara jelas menampakkan kesamaan kodrat manusia dari berbagai suku, bangsa dan ras. Orang bisa mendefinisikan manusia dengan caranya masing-masing, namun manusia sebagai *cultural being* merupakan fakta historis yang tak terbantahkan oleh siapapun juga. Sebagai *cultural being*, manusia adalah pencipta kebudayaan.

Sebagai ciptaan manusia, kebudayaan adalah ekspresi eksistensi manusia di dunia. Kebudayaan biasa dibatasi sebagai usaha masyarakat atau bangsa untuk menjawab tantangan-tantangan yang diharapkan kepadanya, dibandingkan dengan pendapat Koentjaraningrat (1983:182) yang mengatakan, kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Kebudayaan tidak dengan sendirinya terwujud, sebab keberadaan kebudayaan melalui suatu proses dinamis hasil keterkaitan antar berbagai sistem. Dengan demikian kebudayaan tidak pernah mencapai kemapanan abadi, suatu tahap perkembangan yang telah mencapai

kemapanan akan bersifat sementara meskipun kemapanan itu berlangsung dalam waktu yang relatif lama. Kebudayaan merupakan hasil proses dinamis penghasil yang fleksibel yang bukan abadi, dan karena itu tidak mungkin abadi.

### **Budaya Lokal Daerah Gorontalo**

Kebudayaan Gorontalo merupakan kebudayaan yang ke Sembilan dari Sembilan belas kebudayaan di Nusantara (Apriyanto, 2012). Kehadiran islam di Gorontalo telah membawa implikasi pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Pengaruh tersebut antara lain adanya prinsip *adat bersendi syara, syara bersendi adat* dirubah menjadi tiga prinsip *adat, adat bersendi syara, syara bersendi Al-Quran*, akan tetapi dasar falsafah adat dan sumber hukum adat (*butaqolimo*) tidak dirubah tetapi dalam implementasinya pada setiap lembaga adat disesuaikan dengan ajaran Islam (Apriyanto, 2014). Dalam *adat bersendi syara, syara bersendi Alquran*, terdapat anutan masyarakat suku Gorontalo yang merupakan warisan leluhur yaitu dalam hal jual beli yang dikenal dalam bahasa Gorontalo *Rukuno Lo Taaliya* (Rukun jual beli) yaitu: ada penjual, ada pembeli, ada barang yang dijual, ada ketetapan harga dan ukuran, dan ucapan ijab kabul.

*Rukuno Lo Taaliya* terdapat empat syarat penjual dan pembeli yaitu:

1. Berakal, tidak syah jual beli/ pada orang gila
2. Dengan kehendaknya sendiri, tidak syah jual beli dari/ pada orang dipaksa dengan tidak benar misalnya dipaksa oleh hakim menjual hartanya untuk membayar hutangnya maka penjualannya itu tidak syah
3. Keadaan tidak *mubazir* (pemboros) karena harta orang yang *mubazir* itu ditangan walinya
4. Sudah *baliq* (dewasa), tidak syah jual beli dari / pada anak-anak. Adapun anak-anak yang sudah mengerti tetapi belum dewasa menurut pendapat setengah ulama mereka dibolehkan berjual beli barang-barang kecil (Daulima, 2008).

Terdapat juga syarat barang dan harga yaitu:

1. Suci barangnya, tidak syah menjual barang yang najis
2. Ada manfaatnya, jual beli yang ada manfaatnya, tidak bermanfaat tidak syah

3. Dapat dikuasai, tidak syah jual beli benda yang tidak dapat ditangkap, barang yang hilang, atau barang yang sulit didapatkan
4. Milik sendiri, tidak syah menjual barang orang lain tanpa seizinnya atau barang yang baru akan dimilikinya

### **Pengertian Harga jual**

Menurut Buchari (2005:169) harga (*price*) adalah suatu nilai barang yang dinyatakan dalam uang. Sedangkan menurut Kotler (2000:296), harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen yang lain menghasilkan biaya. Selanjutnya, Tjiptono (2001:151) menyatakan harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan dan penggunaan suatu barang dan jasa. Menurut Simamora (2000:574) harga adalah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa.

Adapun tujuan penentuan harga jual adalah untuk menentukan harga penjualan barang setiap unit sedemikian rupa sehingga harga penjualan yang ditentukan memberikan manfaat bagi perusahaan, warga perusahaan, pemerintah dan

masyarakat. Pada umumnya para penjual memiliki beberapa tujuan dalam penentuan harga jual atas barang dan jasa yang dijualnya. Samryn (2000:302) menyatakan secara rinci faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual adalah sebagai berikut.

a. Laba yang diinginkan

Dalam kaitannya dengan jumlah laba, penentuan harga mempertimbangkan kecukupan pengembalian modal kebutuhan akan laba untuk membayar dividen dan untuk ekspansi dari hasil penjualan tersebut.

b. Faktor produksi

Faktor ini mencakup realistiknya volume penjualan yang direncanakan, kelayakan untuk menggunakan tingkat harga yang diinginkan, kaitan harga dengan siklus produk.

c. Faktor biaya

Tingkat biaya tetap dan biaya variabel, efektifitas penggunaan modal, pembebanan biaya bersama pada tiap jenis produk juga turut diperhatikan dalam penentuan harga jual.

d. Faktor dari luar

Dalam hal ini yang perlu dipertimbangkan adalah elastisitas permintaan, target pasar, tingkat pesaing, tingkat persaingan, dan heterogenitas produk.

Selanjutnya, Hidayat (2000:74) mengemukakan bahwa ada 3 (tiga) metode dalam penentuan harga jual yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan, yaitu :

1. *Cost Oriented Pricing*

Suatu cara penentuan harga jual yang dinyatakan pada biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan menambahkan suatu presentase tertentu sebagai labanya.

2. *Demand Oriented Pricing*

Suatu cara penentuan harga jual yang didasarkan pada banyaknya permintaan. Jika permintaan naik harga pun cenderung naik, dan sebaliknya jika permintaan turun maka harga cenderung turun, walaupun mungkin biaya yang dikeluarkan sama saja.

3. *Competition Oriented pricing*

Suatu cara penentuan harga yang didasarkan pada pesaing, metode ini ditetapkan agar harga jual lebih dari harga pesaing. Tingkat harga jual dapat

ditetapkan 3 (tiga) kebijakan yaitu sama, lebih rendah, atau lebih tinggi dari harga pesaing.

### 2.3 Etnometodologi

Etnometodologi adalah cabang ilmu sosiologi yang mempelajari tentang berbagai upaya, langkah, penerapan pengetahuan umum pada kelompok komunitas untuk menghasilkan, mengenali subjek, realitas, dan alur tindakan yang bisa dipahami bersama-sama (Suharsaputra, 2014:237). Etnometodologi dikembangkan oleh Harold Garfinkel (1967) menyelesaikan studi di *Princeton* dan menghabiskan karir akademiknya di *University of California*, selama dua puluh tahun melaksanakan penelitian di Harvard di bawah Talcott Parsons.

Etnometodologi mengisyaratkan upaya-upaya mendeskripsikan dan memahami masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya, misalnya bagaimana pola interaksi, cara berpikir, perasaan mereka, cara berbicara. Jadi, dapat dikatakan bahwa etnometodologi memfokuskan pada upaya untuk mempelajari, memahami realitas sosial yang dilakukan dalam kesehariannya. Hal ini meliputi bagaimana seorang individu dalam suatu masyarakat bertindak, bertingkah laku, berupaya untuk memahami kehidupan sehari-hari mereka,

melaksanakan praktik-praktik dengan berbagai prosedurnya.

Pemanfaatan metode etnometodologi dalam suatu penelitian yang dilakukan dan dimaksudkan untuk dapat menangkap dunia dengan berbagai realitasnya yang terorganisir, yang secara substantif dapat terlihat melalui analisis *indeksikal* dan *refleksivitas*. Makna *indeksikal* bergantung sepenuhnya pada konteks maupun situasi yang melingkupinya, jadi sebuah kata yang dikeluarkan informan bisa saja memiliki lebih dari satu arti. Namun dapat juga sebaliknya, makna yang sama dapat diekspresikan melalui beberapa cara. Sementara itu, *refleksivitas* menunjukkan hubungan antara peneliti dan obyek yang diteliti melalui proses perenungan.

## METODE PENELITIAN

### Pemilihan dan Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Moleong, 2007:5). Penelitian kualitatif atau *naturalistic inquiry* adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau

lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Penelitian kualitatif sebagai tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri yang berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Suharsaputra, 2014:181). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dengan survei pendahuluan. Tahapan ini peneliti menggali informasi-informasi awal dengan cara berdialog langsung dengan tokoh adat dan budayawan. Adapun teknik pengumpulan data selanjutnya adalah:

### 1. Observasi (Pengamatan)

Penelitian ini peneliti akan memaksimalkan observasi melalui pengamatan berpartisipasi pasif yaitu peneliti mengamati dan mengikuti aktivitas perdagangan yang dilakukan oleh pedagang tradisional. Namun, dalam hal ini peneliti tidak berperan sebagai pedagang seutuhnya. Pengamatan berpartisipasi pasif bertujuan agar data yang diperoleh bersifat naturalistik dan tidak bias. Hal ini juga merupakan upaya yang dilakukan peneliti untuk membina hubungan baik agar dapat memperoleh kemudahan mendapatkan informasi dari para informan.

### 2. Wawancara mendalam (*In-depth interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dimaksudkan untuk mendapatkan pemahaman atas budaya *Rukuno Lo Taaliya* dalam praktik penetapan harga jual yang diimplementasikan oleh pedagang tradisional. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dan bersifat informal dalam berbagai kesempatan dan situasi. Dengan ini, peneliti menghindari kemungkinan hal-hal yang tidak mengenakan ataupun keterpaksaan informan dalam menyampaikan informasi.

Dalam penelitian ini, proses wawancara yang dilakukan akan mengarah pada pertanyaan-pertanyaan yang mengalir natural berdasarkan informasi-informasi yang diperoleh pada saat wawancara berlangsung, pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dikembangkan secara spontan selama terjadinya percakapan antara peneliti dan informan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data. Dimana sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian baik berupa

sumber tertulis, foto nantinya akan memberikan informasi bagi proses penelitian. Peneliti dalam hal ini sangat membutuhkan sumber tertulis agar memudahkan peneliti untuk mengingat hal-hal inti dari jawaban yang diberikan oleh informan, selain itu foto juga bermanfaat untuk digunakan peneliti dalam membaca situasi yang ada.

## **METODE ANALISIS DATA**

Proses analisis yang dilakukan mengikuti kaidah dalam etnometodologi dengan memperhatikan indeksikalitas dan refleksikalitas. Dengan demikian, proses analisis yang mengalir dari tahap awal hingga tahap penarikan kesimpulan hasil penelitian mencakup enam tahap yaitu: a) pengkodean dan reduksi data b) tematisasi, c) penyajian data, d) indeksikalitas, e) reflektivitas dan f) penarikan kesimpulan.

Komponen-komponen analisis data yang terdiri dari pengkodean dan reduksi data, tematisasi, penyajian data, indeksikalitas, reflektivitas dan penarikan kesimpulan secara interaktif saling terkait satu dengan lainnya, baik selama dan setelah pengumpulan data. Adapun sistematis enam tahap analisis bahan empirik, yaitu: pengkodean data dan reduksi data. Pada tahapan ini dilakukan pengkodean data terhadap aktivitas terkait

dengan proses penjualan khususnya pada praktik penerapan reduksi harga jual.

Sementara itu, reduksi data dilakukan dengan pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar yang diperoleh di lapangan. Reduksi data dapat pula diartikan sebagai proses penyempurnaan data yang dilakukan baik pada penyederhanaan data yang kurang perlu dan tidak relevan, maupun terhadap penambahan data yang dirasa masih kurang. Setelah dilakukan pengkodean data dan reduksi data, tahapan selanjutnya yaitu: tematisasi data. Pada tahapan ini peneliti melakukan kategorisasi atau pengelompokan-pengelompokan data berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan praktik penentuan harga yang muncul dari hasil eksplorasi.

Kategorisasi dilakukan dengan menelaah seluruh data yang terkumpul dari berbagai sumber hasil wawancara dilapangan. Kategorisasi ini diperlukan untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh makna dan menemukan pola praktik penetapan harga jual sehingga menghasilkan temuan-temuan. Tahapan proses analisis lebih lanjut, yaitu: penyajian data. Penyajian data dalam penelitian ini berupa teks naratif dan foto-foto. Pada tahapan ini peneliti menyajikan kumpulan



informasi tersusun yang memungkinkan untuk dilakukan pemaknaan yang mendalam terhadap praktik penetapan harga jual dengan mengkaitkan tema-tema yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tahapan selanjutnya adalah indeksikalitas. Untuk memperoleh makna mendalam dari kata-kata yang telah tersaji, maka penafsiran data dalam penelitian ini tidak terlepas dari kaidah yang digunakan dalam etnometodologi, yaitu dengan memperhatikan indeksikalitas yang terdapat dalam bentuk manuskrip.

Sebuah kata sebenarnya tersimpul makna tertentu yang harus diukir sedemikian rupa oleh peneliti sehingga apa yang disampaikan informan dipahami oleh orang lain. Sebenarnya, indeksikalitas juga mengarah pada bahasa gerak tubuh informan pada saat memberikan informasi. Indeksikalitas memberikan arti mendalam tentang cara berpikir dan bertindak pada suatu latar tertentu yang dilakukan oleh suatu individu dalam suatu kelompok masyarakat.

Refleksivitas dapat dikatakan sebagai upaya untuk menghasilkan makna tersirat yang tergalil dari realitas informan. Makna yang dihasilkan tersebut tidak saja sangat terikat oleh ruang dan waktu, namun juga “bersentuhan” dengan pengetahuan yang

dimiliki oleh diri peneliti atau dengan mengambil pengetahuan di luar dirinya.

Melalui proses indeksikalitas dan refleksivitas yang dilakukn akan melahirkan suatu pemaknaan realitas informan yang tidak saja dalam wujud tersurat namun juga secara tersirat sebagai suatu temuan dalam praktik penetapan harga jual oleh para pedagang. Tahapan ini berfungsi untuk menemukan sintesis makna nilai-nilai budaya *Rukuno Lo Taaliya* dalam penetapan harga.

Setelah beberapa tahapan di atas, maka proses analisis selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan merupakan tahapan terakhir dalam proses analisis pada penelitian ini. Pemahaman terhadap temuan sintesis makna budaya *Rukuno Lo Taaliya* diimplementasikan para pedagang dalam penetapan harga jual.

## HASIL

Penelitian ini berlokasi Pasar Kamis yang terletak di jalan Irigasi Ilomaya Desa Talumopatu Kecamatan Tapa Kabupaten Gorontalo dan merupakan salah satu pasar tradisional dalam aktivitasnya terdapat berbagai karakter para pedagang. Pemandangan yang terlihat di Pasar Kamis sebenarnya sama halnya dengan apa yang

kita bisa saksikan di pasar-pasar tradisional lainnya di Gorontalo. Komoditas yang diperdagangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebagian besar hanya dapat bertahan dalam kurun waktu yang terbatas, seperti sayur-sayuran, ikan serta rempah-rempah. Para pedagang saat menjajakan dagangannya hanya menggunakan peralatan sederhana (*sisiru*) sebagai wadah untuk menyimpan dagangannya agar mudah dilihat oleh konsumen.

Walaupun peralatan yang digunakan sangat sederhana namun, tidak menyurutkan semangat mereka dalam beraktivitas. Para pedagang tidak bosan-bosannya menyapa para pengunjung pasar yang melintas di depan dagangannya. Terdengar sapaan para pedagang dengan nada sedikit keras yang ditujukan ke para calon pembelinya : “Eeeee ibu... *tamate limo lolihu...*(eee ibu harga tomat Rp.5.000)” terdengar seketika terjadi interaksi antara pedagang dan pembeli “*ngolo uwito?* (“berapa itu?”). “Utonu ibu?” (“yang mana bu?”) “*Tamate?.. Rica? Bawangi?*” (“tomat?.. cabai? bawang?”). *Rukuno Lo Taaliya* merupakan warisan leluhur yaitu dalam hal jual beli dikenal dalam bahasa Gorontalo. Menurut (Daulima, 2008), *Rukuno Lo Taaliya* terdapat lima hal (rukun) yang harus

dipenuhi yaitu: (1) ada penjual; (2) ada pembeli; (3) ada barang yang dijual; (4) ada ketentuan harga dan ukuran; (5) ucapan ijab Kabul. Jika kelima hal ini terpenuhi maka terjadilah apa yang disebut *Taaliya*.

*Rukuno Lo Taaliya* terdapat empat syarat penjual dan pembeli yaitu:

1. Berakal, tidak syah jual beli/ pada orang gila
2. Dengan kehendaknya sendiri, tidak syah jual beli dari/ pada orang dipaksa dengan tidak benar misalnya dipaksa oleh hakim menjual hartanya untuk membayar hutangnya maka penjualannya itu tidak syah
3. Keadaan tidak *mubazir* (pemboros) karena harta orang yang mubazir itu ditangan walinya
4. Sudah *baliq* (dewasa), tidak syah jual beli dari / pada anak-anak. Adapun anak-anak yang sudah mengerti tetapi belum dewasa menurut pendapat setengah ulama mereka dibolehkan berjual beli barang-barang kecil (Daulima, 2008).

Terdapat juga syarat barang dan harga yaitu:

1. Suci barangnya, tidak syah menjual barang yang najis

2. Ada manfaatnya, jual beli yang ada manfaatnya, tidak bermanfaat tidak syah
3. Dapat dikuasai, tidak syah jual beli benda yang tidak dapat ditangkap, barang yang hilang, atau barang yang sulit didapatkan
4. Milik sendiri, tidak syah menjual barang orang lain tanpa seizinnya atau barang yang baru akan dimilikinya
5. Mestinya diketahui kadar barang/benda dan harganya, begitu juga jenis dan sifatnya. Jual beli benda yang disebutkan sifatnya saja dalam janji (tanggung) hukumnya boleh, jika memang sifat tersebut sesuai dengan apa yang telah disebutkan.

Seperti yang telah di ungkapkan di atas, penjelasan mengenai budaya *Rukuno Lo Taaliya* dipertegas oleh seorang budayawan berikut ini :

“*Rukuno Lo Taaliya* yang ada dalam adat bersendikan syara, syara bersendikan kitabullah sama dengan rukun islam. Jadi di dalam rukun jual beli itu harus ada penjual, pembeli, barang yang diperjual belikan dan serah terima. Dalam jual beli yang tidak boleh tidak ada di jual

beli seperti yang saya sebutkan tadi kalau satu tidak ada, jual beli tidak boleh itu yang dimaksudkan jual beli dalam rumusan *adat bersendi syara, syara bersendi Al-Quran*. Sekarang, kalau rukun itu oke. Tapi kalau syarat itu, pada sebagian tidak. Misalnya saja yang menjual harus akhir *baliq*. Artinya apa, pandangan seperti sekarang itu sebagian besar tidak bisa bertahan didalam hal materialisme karna inti dari dari *Rukuno Lo Taaliya* itu adalah harmoni (menyeimbangkan) dalam agama Sunnatullah”. (Alim S Niode).

Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Bapak Alim S Niode bahwa inti dari *Rukuno Lo Taaliya* yaitu harmoni (menyeimbangkan) antara Rukun dan syarat yang sudah ada dalam budaya tersebut yaitu rukun: ada penjual, ada pembeli, ada barang yang di perjual belikan, ada ketetapan harga dan ukuran dan ucapan ijab kabul serta syaratnya yang berupa syarat penjual dan pembeli dan syarat barang. Maka, dengan penjelasan di atas ungkapan indeksikalitas yang dituturkan oleh Bapak Alim S Niode yaitu “kalau rukun itu oke” menunjukkan bahwa dalam budaya *Rukuno Lo Taaliya* salah satu hal penting yang harus terpenuhi yaitu rukun,

masih berlaku bagi pedagang sampai saat ini karena, dalam hal jual beli, jika salah satu rukun tidak terpenuhi maka tidak akan menjadi jual beli. Sama halnya yang diungkapkan oleh Bapak Aston. Dalam Budaya *Rukuno Lo Taaliya* terdapat suatu kesucian hati. Makna indeksikalitas yang tercermin pada ungkapan “kesucian hati” berarti bahwa syarat penjual dan pembeli haruslah berakal, dengan kehendaknya sendiri, keadaan tidak mubazir, dan sudah akhir baliq. Namun, ungkapan indeksikalitas yang diungkapkan Bapak Alim S Niode “Tapi kalau syarat itu, pada sebagian tidak, Misalnya saja yang menjual harus akhir *baliq*” menunjukkan bahwa dengan perubahan zaman seperti sekarang ini, syarat yang terdapat dalam budaya *Rukuno Lo Taaliya* hampir tidak digunakan oleh sebagian pedagang dalam melakukan transaksi jual beli. Budaya *Rukuno Lo Taaliya* seperti yang diuraikan di atas tercermin pada diungkapkan berikut ini:

“Ini pokok empat ribu dia kase, saya jual lima ribu baru lagi dia tawar baru saya tidak ada untung biar bo saribu. Bo dia so bili dua so kase sambilan ribu bo untung saribu pera, yang penting ada”( Ta Nina).

(“Harga pokok barang empat ribu, saya menjualnya lima ribu tapi dia

menawarnya lagi jadi saya tidak mendapat keuntungan. Tetapi, dia membeli dua jadi saya memberinya harga Sembilan ribu dan dapat keuntungan seribu, tidak menjadi masalah”).

Pada kutipan wawancara di atas, Ta Nina mengungkapkan tentang realitas budaya *Rukuno Lo Taaliya* sebagai penggerak dalam aktivitas para pedagang dalam melakukan aktivitas berjualan. Budaya *Rukuno Lo Taaliya* pada hasil wawancara tersebut, terletak pada terpenuhinya syarat pembeli dan penjual yaitu: berakal, dengan kehendaknya sendiri dan tidak mubazir (tidak melebihi takaran yang telah disepakati). Selain itu, menurut amatan peneliti, penjual dan pembeli sudah memiliki umur yang akhir baliq. Ungkapan indeksikalitas yang berbunyi “Bo dia so bili dua so kase sambilan ribu bo untung saribu pera, yang penting ada” menunjukkan bahwa penetapan harga yang dilakukan adalah melalui proses penawaran.

Kehadiran nilai budaya *Rukuno Lo Taaliya* dalam kehidupan pedagang menciptakan nilai kejujuran yang tercermin melalui ungkapan berikut:

“Lia ini bawang... biar kakacili Oma tida barani se campur deng yang babasar”

(“Lihat bawang ini... meskipun kecil Oma tidak berani untuk mencampurnya dengan bawang yang besar”)

Ungkapan indeksikalitas oleh Ibu Rumin Harun meminta peneliti untuk melihat langsung apa yang di jualnya, membuat peneliti kagum bahwa pada zaman sekarang yang serba modern, ternyata masih ada orang yang jujur. Kejujuran (Wikipedia.org) berarti dapat dipercaya, setia, adil dan tulus. Budaya *Rukuno Lo Taaliya* yang tercermin dalam ungkapan Oma yaitu terletak pada syarat yang kedua yaitu dengan kehendaknya sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain. Selanjutnya pedagang dalam aktivitas berjualan menanamkan perilaku tolong menolong seperti yang diungkapkan berikut ini:

“ini sablah lain, saya punya ini. Depe orang ada pigi jadi saya yang jaga akan” ( Ujar Laila Hasan sambil melayani pembeli).

(“Yang sebelah ini lain, punya saya yang ini... Orangnya sedang pergi jadi saya yang menjaga dagangannya”)

Tolong menolong (Wikipedia.org) merupakan suatu istilah asli Indonesia yang

berarti bekerja bersama-sama untuk mencapai suatu hasil yang didambakan. Gotong royong yang diimplementasikan oleh pedagang dalam melakukan aktivitas berjualan, akan membentuk terciptanya keterjalinan dalam bentuk saling membutuhkan diantara mereka. Berikut nilai kepercayaan (*trust*) melalui penuturan Ibu Rumin Harun :

“ti oma ambe dulu ini barang, nanti laku baru bayar. Kalo misalnya tida laku, nanti hari Kamis depan bayar...”.

(“Oma mengambil barang ini terlebih dahulu, setelah laku baru dibayar. Kalau misalnya tidak laku terjual, hari Kamis depan baru dibayar”)

Adanya nilai kepercayaan (*trust*) dalam penuturan Rumin Harun menandakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu perekat antara pedagang. Adanya kepercayaan (*trust*), maka timbullah sebuah harapan dan melalui sebuah harapan dibangunlah suatu kerjasama. Adapun cara berakuntansi pedagang tercermin dalam penuturan berikut:

“Itu goraka, kuning lima ribu soalnya mahal.Kuning dua blas ribu

satu kilo, goraka anam puluh ribu sampe tuju pulu ribu satu kilo. Orang minta tambah mokase... Ada orang bo bili goraka dua ribu mokase dua panggal”(Rumin Harun).

(“Jahe, kunyit harganya lima ribu karena mahal. Kunyit harganya dua belas ribu satu kilo, jahe harganya enam puluh ribu sampai tujuh puluh ribu satu kilo. Pembeli meminta bonus saya kasih... adapun yang membeli jahe dengan harga dua ribu saya kasih dua biji”).

Berdasarkan penuturan di atas, budaya *Rukuno Lo Taaliya* yang ada, yaitu masuk pada rukun: ada pembeli dan penjual, ada barang yang diperjualbelikan dan ada ijab kabulnya. Makna indeksikalitas yang diungkapkan Oma “soalnya mahal” menandakan bahwa dalam penentuan harga jual didasarkan pada harga pokok yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang dagangan. Selain itu, makna refleksikalitas pada “Orang minta tambah mokase” menunjukkan bahwa sesungguhnya dalam penetapan harga jual juga ditentukan oleh adanya nilai cinta kasih. Cinta kasih yang dimaksudkan di sini adalah cinta kasih kepada para pembeli.

Perlu diketahui bahwa dalam transaksi penjualan, penjual tidak

menggunakan pencatatan namun merekamnya dalam ingatan mereka. Selain itu, hal yang menarik bagi peneliti adalah penentuan harga jual tidak memperhitungkan biaya transportasi untuk dijadikan dasar pada harga barang dagangan yang dijualnya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan berikut ini:

“  
Saya pigi ka pasar cumin keponakan ada antar kamari, habis dia antar baru dia pulang dia so tau olo kalo pasar so abis nanti itu dia bale kamari” (Ta Nina)

(“ Saya pergi ke pasar hanya diantar oleh keponakan, setelah dia mengantar saya maka dia pulang. Dia juga sudah mengetahui kalau pasar selesai jam berapa dan datang menjemput saya kembali”)

Dari ungkapan tersebut, membuat peneliti memahami bahwa dalam penetapan harga jual, biaya transportasi terkadang tidak dimasukkan oleh para pedagang pada saat menentukan harga barang yang dijualnya. Setelah membahas mengenai nilai kejujuran, gotong royong, kepercayaan (*trust*) dan cinta kasih, hal yang menarik adalah nilai-nilai tersebut merefleksikan nilai syukur yang terbingkai

melalui ibadah dan sedekah terlahir dari ungkapan informan berikut:

“Saya ini kan untuk niat ini bajual mo kase laku samua, Insha Allah ini mo laku, saya biar nanti mo ambe untung di tanpa lain. Saya ini tida mo ambe untung banya tiap hari saya targetkan keuntungan dua pulu ribu, itu Cuma untuk mo kase makan akan orang kalo hari raya ketupat”.

(“Saya berjualan niatnya hanya untuk melariskan semuanya, Insha Allah barang ini laku, saya bisa ambil keuntungan ditempat lain. Saya tidak mau ambil keuntungan banyak setiap hari, saya targetkan dua puluh ribu, itu hanya untuk memberi makan orang kalau hari raya ketupat”).

Kutipan hasil wawancara “hari raya ketupat” menunjukkan makna indeksikalitas yang menggambarkan tentang tradisi masyarakat Gorontalo sebagai hari raya kemenangan yang dilakukan pada hari ketujuh di awal bulan syawal setelah lebaran Idul Fitri melakukan puasa sunah syawal selama enam hari. Penuturan dari informan di atas yang bernama Ta Nina membuat peneliti menemukan nilai-nilai dari keunikan pemaknaan keuntungan dibalik budaya

*Rukuno Lo Taaliya* dalam penetapan harga jual.

Nilai-nilai merupakan tujuan akhir yang umumnya ingin dicapai oleh manusia, nilai-nilai ini memberikan motivasi kuat bagi tindakan manusia dan memiliki pengaruh menyeluruh terhadap tindakan manusia sehari-hari (Leksono, 2009:47). Keuntungan bukanlah semata-mata untuk mencari sesuatu yang bernilai uang. Namun, dibalik semua itu terdapat nilai sedekah dan ibadah yang terbungkus rapi dalam sebuah kata Syukur. Syukur adalah menghargai nikmat, menghargai pemberi nikmat dan mempergunakan nikmat itu menurut kehendak dan tujuan pemberi nikmat (Fachruddin 1992:447). “Ketika Tuhan kamu memberitahukan: Kalau kamu bersyukur, sudah tentu Aku akan memberi lebih banyak, dan kalau kamu tidak bersyukur, sesungguhnya siksa-Ku sangat keras.” (Ibrahim(14):7), (Fachruddin 1992:451).

Selain itu, sedekah artinya pemberian yang didasarkan hendak mencari keridaan Allah (Fachruddin 1992:368). “Ambillah sedekah dari sebagian harta benda mereka, untuk membersihkan dan mensucikan mereka dan do’akanlah untuk mereka. Allah mendengar dan mengetahui.”( Al Baraah (9): 103), (Fachruddin 1992:369). Serta

ibadah adalah puncak ketundukan yang tertinggi yang timbul dari kesadaran hati sanubari dalam rangka mengagungkan yang disembah (Ritonga 1997:2). Sehingga adanya sedekah dan ibadah yang terbingkai dalam nilai syukur menandakan bahwa

keuntungan tidaklah bersifat materi saja namun ada nilai non materi didalamnya.

Analisis indeksikalitas dan refleksikalitas dalam penelitian etnometodologi dalam ungkapan informan, dapat dilihat pada table analisis berikut ini:

**Tabel 1**  
**Analisis Indeksikalitas dan Refleksikalitas**

Tahapan	Bentuk	Data	Indeksikalitas	Refleksikalitas
Menggali nilai budaya <i>Rukuno Lo Taaliya</i>	Interaksi antara pedagang dan konsumen	“Ini pokok empat ribu dia kase, saya jual lima ribu baru lagi dia tawar baru saya tidak ada untung biar bo saribu. Bo dia so bili dua so kase sambilan ribu bo untung saribu pera, yang penting ada” ( Ta Nina).	Ungkapan indeksikalitas yang berbunyi “Bo dia so bili dua so kase sambilan ribu bo untung saribu pera, yang penting ada” menunjukkan bahwa penetapan harga yang dilakukan adalah melalui proses penawaran dan selalu mencapai kesepakatan.	Dalam proses tawar-menawar, pedagang tidak menjadikan harga sebagai prioritas pada saat berjualan. Cerminan Budaya <i>Rukuno Lo Taaliya</i> terlihat pada syarat pembeli dan penjual yaitu: berakal, dengan kehendaknya sendiri dan tidak mubazir (tidak melebihi takaran yang telah disepakati) serta penjual dan pembeli sudah memiliki umur yang akhir baliq
		“Lia ini bawang... biar kakacili Oma tida barani se campur deng yang babasar”	Pergeseran nilai budaya yang kini terkikis oleh zaman membuat pedagang melakukan segala cara agar mendapatkan keuntungan, ternyata tidak berlaku bagi beberapa pedagang.	Makna tersirat dari apa yang dikatakan informan melahirkan nilai kejujuran dan cerminan dari Cerminan Budaya <i>Rukuno Lo Taaliya</i> yaitu terletak pada syarat yang kedua yaitu dengan



				kehendaknya sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain.
		“ini sablah lain, saya punya ini. Depe orang ada pigi jadi saya yang jaga akan” ( Ujar Laila Hasan sambil melayani pembeli).	Makna indeksikalitas dari penuturan informan bahwa perilsku pedagang yang cenderung memiliki sifat egoisme tidak tertanam dalam benak beberapa pedagang	Dalam aktivitas jual beli, pedagang tidak saja berpacu untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Namun, ada nilai tolong menolong yang melekat.
		“ti oma ambe dulu ini barang, nanti laku baru bayar. Kalo misalnya tida laku, nanti hari Kamis depan bayar... ”.	Proses pembelian barang dagangan antara pedagang biasanya dalam bentuk hutang dan pembayaran akan dilakukan sesuai dengan kesepakatan	Makna tersirat yang ada dalam ungkapan tersebut bahwa antara pedagang, nilai kejujuran merupakan salah satu prinsip yang dipegang pada saat terjadi transaksi jual beli di pasar
		“Itu goraka, kuning lima ribu soalnya mahal.Kuning dua blas ribu satu kilo, goraka anam puluh ribu sampe tuju pulu ribu satu kilo. Orang minta tambah mokase... Ada orang bo bili goraka dua ribu mokase dua panggall”(Rumin Harun).	Makna indeksikalitas yang diungkapkan Oma “soalnya mahal” menandakan bahwa dalam penentuan harga jual didasarkan pada harga pokok yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang dagangan.	Dalam penetapan harga jual juga ditentukan oleh adanya nilai cinta kasih. Cinta kasih yang dimaksudkan adalah cinta kasih kepada para pembeli.
		“ Saya pigi ka pasar cumin keponakan ada antar kamari, habis dia antar baru dia pulang dia so tau olo kalo pasar so abis nanti itu dia bale	Makna indeksikalitas yang tercermin yaitu penetapan harga jual, biaya transportasi terkadang tidak dimasukkan oleh para pedagang pada	Refleksikalitas yang tercermin dalam penuturan Ta Nina bahwa penentuan harga jual yang biasanya memperhitungkan biaya-biaya tidak terpikirkan oleh

		kamari” (Ta Nina)	saat menentukan harga barang yang dijualnya.	para pedagang saat berjualan.
		“Saya ini kan untuk niat ini bajual mo kase laku samua, Insha Allah ini mo laku, saya biar nanti mo ambe untung di tampa lain. Saya ini tida mo ambe untung banya tiap hari saya targetkan keuntungan dua pulu ribu, itu Cuma untuk mo kase makan akan orang kalo hari raya ketupat”.	Kutipan hasil wawancara “hari raya ketupat” menunjukkan makna indeksikalitas yang menggambarkan tentang tradisi masyarakat Gorontalo sebagai hari raya kemenangan yang dilakukan pada hari ketujuh di awal bulan syawal setelah lebaran Idul Fitri melakukan puasa sunah syawal selama enam hari.	Makna refleksikalitas yang tercermin melalui Penuturan dari Ta Nina, peneliti menemukan nilai-nilai dari keunikan pemaknaan keuntungan dibalik budaya <i>Rukuno Lo Taaliya</i> dalam penetapan harga jual yaitu nilai ibadah dan sedekah yang terbingkai dan tertata rapi dalam syukur

## DISKUSI

Penetapan harga jual berbasis nilai-nilai budaya Gorontalo ( *Rukuno Lo Taaliya*) Menurut (Daulima, 2008), *Rukuno Lo Taaliya* terdapat lima hal (rukun) yang harus dipenuhi yaitu: (1) ada penjual; (2) ada pembeli; (3) ada barang yang dijual; (4) ada ketetapan harga dan ukuran; (5) ucapan ijab Kabul. Jika kelima hal ini terpenuhi maka terjadilah apa yang disebut *Taaliya*.

*Rukuno Lo Taaliya* terdapat empat syarat penjual dan pembeli yaitu:

1. Berakal,tidak syah jual beli/ pada orang gila
2. Dengan kehendaknya sendiri, tidak syah jual beli dari/ pada orang dipaksa dengan tidak benar misalnya dipaksa

oleh hakim menjual hartanya untuk membayar hutangnya maka penjualannya itu tidak syah

3. Keadaan tidak *mubazir* (pemboros) karena harta orang yang mubazir itu ditangan walinya
4. Sudah *baliq* (dewasa), tidak syah jual beli dari / pada anak-anak. Adapun anak-anak yang sudah mengerti tetapi belum dewasa menurut pendapat setengah ulama mereka dibolehkan berjual beli barang-barang kecil (Daulima, 2008).

Terdapat juga syarat barang dan harga yaitu:

1. Suci barangnya, tidak syah menjual barang yang najis

2. Ada manfaatnya, jual beli yang ada manfaatnya, tidak bermanfaat tidak syah
3. Dapat dikuasai, tidak syah jual beli benda yang tidak dapat ditangkap, barang yang hilang, atau barang yang sulit didapatkan
4. Milik sendiri, tidak syah menjual barang orang lain tanpa seizinnya atau barang yang baru akan dimilikinya
5. Mestinya diketahui kadar barang/benda dan harganya, begitu juga jenis dan sifatnya. Jual beli benda yang disebutkan sifatnya saja dalam janji (tanggung) hukumnya boleh, jika memang sifat tersebut sesuai dengan apa yang telah disebutkan.

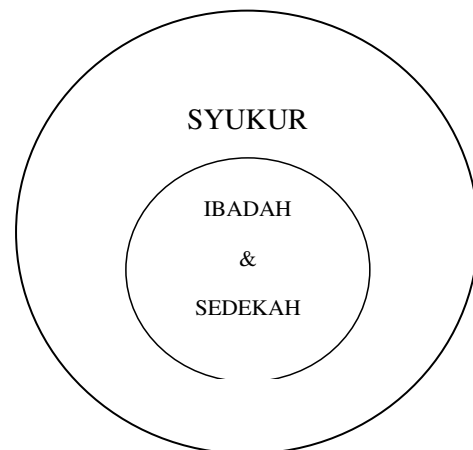
Selain itu, penuturan Bapak Alim S Niode dan Bapak Aston selaku budayawan dan kepala adat bahwa inti dari Rukuno Lo Taaliya yaitu harmoni (menyeimbangkan) antara Rukun dan syarat yang sudah ada dalam budaya tersebut yaitu: ada penjual, ada pembeli, ada barang yang di perjual belikan, ada ketetapan harga dan ukuran, ucapan ijab kabul serta syaratnya berupa syarat penjual/pembeli dan syarat barang serta kesucian hati berarti bahwa syarat penjual/pembeli haruslah berakal, dengan kehendaknya sendiri, keadaan tidak mubazir, dan sudah akhir baliq.

Gambar 1 menjelaskan konsep pembentukan harga jual berdasar nilai

budaya *Rukuno Lo Taaliya*. Harga jual terbentuk sebagai ungkapan nilai-nilai kejujuran, tolong menolong, nilai keikhlasan, nilai kepercayaan, nilai kebersamaan yang berperan aktif dalam terbentuknya harga jual serta ada nilai ibadah dan sedekah yang terbingkai dan tertata rapi dalam syukur.

Gambar 1

Konsep Harga Jual “*Rukuno Lo Taaliya*”



## SIMPULAN

Penelitian ini telah menjawab pertanyaan: bagaimanakah nilai-nilai budaya Gorontalo “*Rukuno Lo Taaliya*” yang terinternalisasi dalam penetapan harga jual pada pedagang tradisional di Kota Gorontalo?. Nilai budaya *Rukuno Lo Taaliya* tergambarkan mulai dari aktivitas pembelian barang dagangan, aktivitas penjualan yang berhubungan langsung dengan konsumen, hingga sampai pada

proses pencapaian keuntungan yang ditetapkan melalui harga jual. Hasil analisis nilai *Rukuno Lo Taaliya* terhadap proses pembelian, penjualan dan perolehan keuntungan bahwa dalam kegiatan jual beli Nilai Budaya *Rukuno Lo Taaliya* merupakan pedoman bagi para pedagang dalam menjalankan usahanya. Pada proses pembelian dan penjualan barang dagangan, para pedagang telah memenuhi rukun dan syarat yang ada dalam *Rukuno Lo Taaliya* yaitu rukun dan syarat jual beli yang sangat dipatuhi oleh orang-orang terdahulu. Kehadiran nilai budaya *Rukuno Lo Taaliya* dalam kehidupan pedagang menciptakan nilai operasional berupa, nilai kejujuran, tolong menolong, nilai keikhlasan, nilai kepercayaan, nilai kebersamaan yang berperan aktif dalam terbentuknya harga jual. Nilai tersebut dapat berlaku dimana saja, akan tetapi penerapan terhadap nilai pasti berbeda. Satu hal penting dalam penelitian ini ialah kemampuan pedagang dalam menyatukan nilai syukur yang terbingkai melalui ibadah dan sedekah. Pendapat tentang keuntungan yang umumnya mencari laba sebesar-besarnya tidak berlaku bagi para pedagang. Bagi mereka, keuntungan adalah nilai tersirat yang tidak kalah berharganya dengan uang.

Maka, penelitian ini pada akhirnya melahirkan sebuah konsep harga jual yang berangkat dari *adat bersendi syara, syara*

*bersendi Alquran* dan terdapat warisan leluhur yaitu dalam hal jual beli yang dikenal dalam bahasa Gorontalo “*Rukuno Lo Taaliya*” (Rukun jual beli) bahwa penetapan harga jual menyertakan unsur-unsur biaya dan laba tidak saja bersifat materi (uang), namun juga unsur-unsur non materi (nilai-nilai dalam *Rukuno Lo Taaliya*). Akan tetapi nilai dalam *Rukuno Lo Taaliya* menjadi nyawa pedagang dalam menuju kebahagiaan dunia dan akhirat karena keuntungan bukanlah dinilai dari seberapa besar uang yang didapatkan saat berjualan, tapi ada nilai ibadah dan sedekah yang terbingkai dan tertata rapi dalam syukur.

## REFERENSI

- Amaliah, Tri Handayani. (2014). Konsep Penetapan Harga Jual Papalele dalam Lingkup Nilai-Nilai Budaya Masyarakat Maluku. Disertasi Doktor. Universitas Brawijaya. Malang.
- Apriyanto, Joni. (2012). Sejarah Gorontalo Modern: Dari Hegemoni Kolonial Ke Provinsi. Yogyakarta: Ombak (Anggota IKAPI).
- Daulima, Farha. (2008). Dialog Budaya Daerah. Gorontalo: Galeri Budaya Daerah *Mbu'IBungale*.
- Fachruddin Hs. H. (1992). Ensiklopedia Al-Quran, Jilid II: M-Z. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Hidayat, Cecep. (2000). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Ipwi.

Koentjaraningrat. (1983). Manusia dan Kebudayaan di Indonesia, Pengantar antropologi. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.

Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.

Maran, Rafael Raga. (2000). Manusia dan Kebudayaan dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Ritonga, A. Rahman. (1997). Fiqh Ibadah.

Jakarta: Gaya Media Pratama.

Samyarn, L.M. (2000). Manajemen Pemasaran Internasional. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Simamora, Hendri. (2000). Manajemen Pemasaran Internasional. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Suharsaputra, Dr. Uhar. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Bandung: PT Refika Aditama.

Tjiptono, Fand. (2001). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.