

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pasar dalam bahasa latin dapat ditelusuri melalui akar kata “*mercatus*”, yang bermakna berdagang atau tempat berdagang. Pasar merupakan pertemuan antara penjual dan pembeli yang diarahkan oleh permintaan dan penawaran dalam proses, ruang dan waktu. Sosiologi memandang pasar sebagai fenomena sosial yang kompleks dengan berbagai macam perangkatnya. Pasar dapat dipandang dari sudut yang beragam misalnya pasar merupakan suatu struktur yang padat dengan jaringan sosial atau yang penuh dengan konflik dan persaingan. Pasar juga berfungsi sebagai sebuah institusi ekonomi yang tidak terlepas dari aktivitas yang akan dilakukan oleh penjual dan pembeli (Damsar, 2002:110).

Berdasarkan mekanisme transaksi yang dilakukan penjual dan pembeli dalam melakukan jual beli barang, maka pasar dapat dibedakan atas pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang mempertemukan antara penjual dan pembeli yang dapat melakukan transaksi secara langsung (*face to face*) dan biasanya ada proses tawar menawar. Pasar ini sudah memiliki lokasi tertentu yang cukup strategis, serta memiliki bangunan yang biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Ada kalanya pasar ini hanya ada pada hari-hari tertentu saja yang dipengaruhi oleh budaya setempat (bersifat tradisional). Kebanyakan barang-barang yang diperjualbelikan di pasar tradisional adalah barang kebutuhan pokok dan kebutuhan adat istiadat setempat. Beberapa

contoh dari pasar tradisional adalah pasar mingguan, pasar tengah hari dan pasar hewan. Sedangkan pasar modern merupakan pasar yang dicirikan rapih, bersih, dan berlokasi di tempat-tempat yang menjadi kunjungan orang yang tidak hanya sekedar berbelanja namun juga untuk cuci mata seperti mall, plaza, perkantoran dan lainnya. Biasanya barang-barang yang diperjualbelikan di pasar modern dibandrol dengan harga pas, sehingga tidak ada kegiatan tawar menawar oleh pembeli dan pembeli harus melakukan layanan sendiri. Beberapa contoh pasar modern adalah minimarket, supermarket, hypermart, toko swalayan, dan depstore.

Pasar Tradisional yang ada saat ini sangat identik dengan kondisi yang cenderung kumuh, kotor, becek dan sering menjadi salah satu penyebab kemacetan, ditambah lagi dengan semakin menjamurnya minimarket-minimarket yang sedikit demi sedikit mengikis keberadaan pasar tradisional. Salah satu terobosan dalam rangka merevitalisasi pasar ini adalah dengan mengembangkan pasar yang bersifat tematik yaitu pasar yang khusus menjual produk-produk tertentu saja, dan dikembangkan sesuai dengan tema atau fokus tertentu yang menjadi ikon pasar, misalnya pasar kuliner, pasar konveksi, pasar elektronik, pasar burung, pasar ikan, pasar ternak dan lain sejenisnya.

Pasar ternak merupakan tempat jual beli hewan ternak. Pasar ternak ini adalah salah satu bagian dari pasar tematik yang memegang peranan cukup penting dalam perekonomian Indonesia. Provinsi Sumatera Barat adalah salah satu wilayah pengembangan peternakan di Indonesia bagian barat. Pasar ternak di wilayah Sumatera Barat beroperasi setiap hari walaupun dengan lokasi pasar yang berbeda-beda serta hewan ternak yang diperjualbelikan juga berbeda-beda

tiap pasarnya. Berikut merupakan Daftar Pasar Ternak di Sumatera Barat yang dijelaskan pada tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1. 1**  
**Pasar Ternak di Sumatera Barat**

No.	Nama Pasar	Alamat	Hari Pasar	Daya Tam-pung (Ekor)	Ternak yang Diperjual-belian (ekor)	Rata - rata ternak terjual (ekor)
1	Pasar Ternak Cubadak	Nagari Cubadak Kec. Limo Kaum, Kab. Tanah Datar	Kamis	1,000	Sapi, Kerbau, dan kambing	± 350 Ekor
2	<b>Pasar Ternak Palangki</b>	<b>Jor. Tanjung Udani, Nag. Palangki, Kec. IV Nagari, Kab Sijunjung</b>	<b>Sabtu</b>	<b>600</b>	<b>Sapi, Kerbau, dan kambing</b>	<b>± 350 Ekor</b>
3	Pasar Ternak Limbanang	Jr. Ekor Parit, Nag. Limbanang, Kec. Suliki, Kab. Limapuluh Kota	Kamis	± 100	Sapi, Kerbau, dan kambing	± 15 Ekor
4	Pasar Ternak Muaro Paneh	Jor. Koto Kaciak, Nag. Muaro Paneh, Kec. Bukik Sundi, Kab. Solok	Senin	± 3000	Sapi, Kerbau dan Kambing	± 200 - 1000 Ekor
5	Pasar Ternak Sungai Sariak	Nagari Sungai Sariak, Kec. VII Koto, Kab. Padang Pariaman	Rabu	600	Sapi, Kerbau dan Kambing	
6	Pasar Ternak Simpang Tigo Ophir	Jr. Simpang Tigo Nagari Koto Baru, Kec. Luhak Nan Duo, Kab. Pasaman Barat	Jumat	60 Ekor	Sapi, Kerbau dan Kambing	15-20 Ekor
7	Pasar Ternak Lakitan	Jl. Koto Rawang, Nag. Lakitan, Kec. Lengayang, Kab. Pesisir Selatan	Selasa	± 350	Sapi dan Kerbau	
8	Pasar Ternak Gunung Medan	Jr. Kamp. Dondang, Nag. Gunung Medan, Kec. Sitiung, Kab. Dharmasraya	Kamis	1,000	Sapi, Kerbau dan Kambing	40 Ekor
9	Pasar Ternak Matur	Jl. Paparangan Kecamatan Matur, Kab. Agam	Kamis	300 Ekor	Sapi dan Kerbau	25 Ekor
10	Pasar Ternak Lubuk Basung	Jl. Manggis Lubuk Basung, Agam	Minggu	1000 Ekor	Sapi dan Kerbau	40-60 Ekor
11	Pasar Ternak Kota Payakumbuh	Jln. Panglima Polim Kelurahan Koto Panjang Kec. Payakumbuh Timur Kota Payakumbuh	Minggu	1,200	Sapi, Kerbau dan Kambing	50 ekor
12	Pasar Ternak Ladang Panjang	Ladang Panjang, Nagari Ladang Panjang, Kec. Tigo Nagari, Kab. Pasaman	Selasa	40	Sapi dan Kerbau	4 ekor/ hari

**Sumber : Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Sumatera Barat Tahun 2024**

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa pasar ternak Palangki IV Nagari Jorong Tanjung Udani merupakan salah satu pasar ternak yang besar di Sumatera Barat, hal ini dibuktikan dari jumlah transaksi di pasar sebanyak 350 ekor ternak. Karena merupakan salah satu pasar ternak yang besar di Sumatera Barat maka di pasar ini berkumpul para pedagang serta pembeli sapi dan kerbau lintas kota di Sumatera Barat dan juga lintas provinsi mulai dari Aceh sampai ke Lampung. Para pedagang ternak sering menyebut pasar ternak Palangki sebagai “Pasar Grosir Ternak”, karena pedagang membeli ternak di pasar ini untuk dijual kembali (*re-selling*) di pasar atau daerah lain baik di dalam Provinsi Sumatera Barat maupun di luar Provinsi Sumatera Barat. Hari pasar pada pasar ternak Palangki ini adalah Sabtu, namun setiap hari juga masih terdapat jual beli dengan frekuensi yang lebih kecil.

Jual beli di pasar ternak Nagari Palangki dilakukan dengan *marosok* dan timbangan yang objeknya adalah hewan ternak, pada umumnya adalah ternak sapi dan kerbau. Istilah *marosok* disinonimkan dengan bahasa Indonesia artinya "memegang atau meraba" berarti dalam transaksi jual beli ini dilakukan, kata sepakat antara penjual dan pembeli tidak diucapkan dengan kata atau kalimat tetapi ditandai dengan jari tangan penjual dan pembeli yang tidak terlihat oleh orang lain. Tegasnya telapak tangan kanan penjual dan telapak tangan kanan pembeli seperti halnya orang bersalaman dan kedua tangan itu ditutup dengan kain sehingga tidak terlihat oleh orang lain dari luar. Dalam bersalaman itu jari-jari mereka saling meraba, pihak penjual menawarkan dan pihak pembeli

menawar, bila telah terjadi kesepakatan harga ternak yang menjadi objeknya, maka jari-jari itu berhenti meraba.

Transaksi jual beli secara *marosok* paling diminati, karena selain sebagai salah satu tradisi yang unik dan hanya ditemui di Sumatra Barat jual beli *marosok* ini dianggap sebagai jual beli yang sopan karena tidak adanya persaingan harga antar pedagang serta menjaga solidaritas antara pedagang yang berjualan di pasar tersebut, sebab hal itulah jual beli *marosok* sampai sekarang masih diminati (Herman, 2020). Pelaksanaan jual beli *marosok* ini tidak hanya menarik tetapi terdapat ciri sosial budaya didalamnya seperti rasa malu, sopan santun dan saling menghargai antar pedagang, *silaturrahmi* serta budaya masyarakat Minangkabau yang menganut ajaran *syarak basandi syarak, syarak basandi kitabullah*, ajaran tersebut berhubungan dalam transaksi *marosok* yakni hanya dilakukan oleh laki-laki dengan laki-laki dan nilai sosial budaya lainnya ialah rasa tenggang rasa.

Ada beberapa tahapan dalam proses *marosok* yaitu, calon pembeli berkeliling di pasar ternak untuk melihat-lihat hewan ternak yang diinginkannya. Selanjutnya adalah menaksir ternak, tujuan dari menaksir ternak yang akan di beli adalah untuk memastikan ternak mana yang diinginkan, spesifikasi ternak seperti apa yang dibutuhkan, apakah ternak yang digunakan untuk ternak potong atau untuk dternakkan bahkan ada juga yang dibutuhkan untuk dijual kembali, di saat menaksir ternak pembeli juga menaksirkan harga ternak yang diinginkan tersebut sesuai dengan jenis ternak dan *performance*-nya. Selanjutnya saat pembeli telah selesai menaksir ternak yang diinginkan, pembeli menemui penjual ternak lalu melakukan tawar-menawar harga secara *marosok* dengan pedagang. Tawar

menawar dilakukan tidak menggunakan kata-kata melainkan dengan cara berjabat tangan dan kemudian ditutupi dengan kain sarung atau topi maupun handuk. Ditutupinya transaksi ini bertujuan agar orang lain tidak mengetahui harga ternak yang ditawarkan kepada si pembeli.

Melakukan transaksi dengan cara marosok dilakukan oleh orang yang sudah lama pandai bertransaksi di pasar ternak karena banyak hal yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi ini, tidak hanya pandai dalam mengartikan simbol tetapi juga pandai menerka kisaran harga ternak, kesehatan ternak dan kondisi ternak. Kesalahan yang terjadi jika salah penafsiran dan tidak mengetahui kondisi ternak itu sangat merugikan pembeli, karena dalam pembelian hewan ternak rugi yang didapat sangat besar dalam satu ekor ternak bisa saja rugi dalam jutaan bahkan sampai puluhan juta maka dari itu dalam melakukan transaksi memang harus pandai dan teliti melihat ternak.

Pemerintah pusat melalui direktorat jenderal PPHP Departemen Pertanian membangun sarana dan prasarana di pasar ternak Nagari Palangki agar lebih modern dengan berbagai fasilitas yang disediakan sehingga dapat menunjang operasional. Proses pembangunan tersebut terus dilakukan agar kebutuhan pengguna pasar ternak dapat terpenuhi, dan salah satu fasilitas yang disediakan oleh Departemen Pertanian untuk memenuhi kebutuhan pasar ialah timbangan hewan ternak. Timbangan hewan ternak ini digunakan untuk mengukur berapa bobot hewan ternak secara akurat dan alat ini bertujuan untuk memudahkan pedagang dalam mematok harga sapi. Dalam penelitian yang dilakukan pedagang dipasar ternak palangki memiliki 2 cara transaksi jual beli yakni dengan

menggunakan marosok dan dengan timbangan. Pedagang memilih mengukur bobot dan melakukan kesepekatan harga dengan cara *marosok* karena beberapa faktor sosial budaya yang mereka percayai, cara *marosok* ini tentu tidak semua pedagang yang pandai, mengingat bukan hanya pedagang dan pembeli dari Sumatera Barat saja yang bertransaksi di pasar ternak ini. Oleh karena itu peneliti meneliti faktor sosial budaya penyebab marosok dan timbangan digunakan oleh pedagang di pasar ternak Palangki. Secara rasional timbangan ini lebih akurat pengukuran beratnya dibandingkan dengan menaksir bobot dengan cara *marosok* serta harga untuk keseluruhan pembeli menjadi sama jika menggunakan timbangan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan, lantas apakah penyebab pedagang masih mempertahankan marosok dan apa penyebab pedagang juga menggunakan timbangan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Provinsi Sumatera Barat adalah salah satu wilayah pengembangan peternakan di Indonesia bagian barat. Salah satu sentra pasar ternak di Sumatra Barat terletak di Kabupaten Sijunjung. Pasar ternak tersebut yakni Pasar Ternak Palangki, di pasar ini berkumpul para pedagang serta pembeli sapi dan kerbau lintas kota di Sumatera Barat dan juga lintas provinsi, seperti dari Riau, Jambi, Bengkulu, dan Lampung. Hari pasarnya adalah Sabtu, namun setiap hari juga masih terdapat jual beli dengan frekuensi yang lebih kecil.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti bersama kepala UPTD Pasar Ternak Palangki serta petugas peternakan yang berjaga di pasar ternak Palangki, umumnya para pedagang ternak melakukan transaksi jualbeli itu dengan

menggunakan *marosok* yang berdasarkan pada penaksiran (*performance*) ternaknya bukan berdasarkan bobot berat badan yang diukur melalui timbangan, namun ada beberapa pedagang yang menggunakan timbangan sebagai transaksi. Menurut pedagang tradisional yang menggunakan marosok sebagai transaksi jual beli penetapan bobot hewan dan harga bagi mereka lebih menguntungkan karena dilakukan hanya sebatas penaksiran daging hewan saja berbeda dengan timbangan yang mengukur berat hewan ternak secara keseluruhan termasuk tulang, kuku, kulit, bulu yang terkadang tidak bernilai bagi sebagian pembeli dan juga merugikan bagi pedagang ternak. Dalam penelitian yang dilakukan serta wawancara dengan pedagang menyebutkan adanya dualisme ekonomi yang terjadi di pasar ternak Palangki yakni transaksi dengan menggunakan marosok dan transaksi dengan menggunakan timbangan.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan masalahnya ialah “*Apa faktor sosial budaya yang menyebabkan marosok dan timbangan digunakan pedagang di pasar ternak Nagari Palangki*”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan faktor sosial budaya yang menyebabkan pedagang menggunakan marosok dan timbangan di pasar ternak Nagari Palangki.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Berdasarkan tujuan umum di atas maka diperinci menjadi tujuan khusus:

1. Mendeskripsikan penyebab pedagang menggunakan marosok di pasar ternak Nagari Palangki.
2. Mendeskripsikan penyebab pedagang menggunakan timbangan di pasar ternak Nagari Palangki.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Aspek Akademis**

Berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama bagi studi sosiologi ekonomi.

#### **1.4.2 Aspek Praktis**

Berkontribusi mendukung dan memberi informasi mengenai faktor sosial budaya dalam transaksi jual beli serta alasan pedagang menggunakan marosok dan timbangan hewan di pasar ternak. Dapat juga dijadikan sebagai bahan masukan yang berkaitan dengan aspek sosial budaya dalam lingkup pasar ternak pada masyarakat khususnya para pedagang di Nagari Palangki.

### **1.5 Tinjauan Pustaka**

#### **1.5.1 Aspek Sosial Budaya Masyarakat Minangkabau**

Dalam kamus sosiologi sosial budaya atau *sociocultural* adalah suatu yang memiliki ciri-ciri sosial dan budaya. Sedangkan sosial menurut kamus sosiologi yakni berkenaan dengan perilaku interpersonal atau yang berkaitan dengan proses sosial (Soekanto, 1993). Menurut Robert M. Z. Lawang pengertian kata sosial

adalah arti subjektif yang memperhitungkan perilaku orang lain yang terlibat dalam suatu tindakan. Arti subjektif menunjuk pada arti yang diberikan oleh orang yang bertindak untuk tindakannya sendiri (Damsar & Indrayani, 2016: 91-92). *Culture* atau kebudayaan menurut kamus sosiologi adalah hasil karya, rasa, dan cipta manusia yang didasarkan pada karsa. Horton dan Hunt mendefinisikan kebudayaan sebagai segala sesuatu yang dipelajari dan dialami bersama secara sosial oleh para anggota suatu masyarakat. Definisi Horton dan Hunt ini menempatkan manusia tidak hanya sebagai insan yang pasif yaitu mempelajari apa yang telah ada, tetapi juga sebagai insan yang aktif yaitu mengalami bersama secara sosial. Menurut Hunt dan Horton seseorang menerima kebudayaan sebagai suatu warisan sosial dan pada gilirannya bisa membentuk kebudayaan kembali dan mengenalkan perubahan-perubahan yang kemudian menjadi bagian dari warisan generasi yang berikutnya (Horton & Hunt, 1987:58).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sosial budaya adalah suatu yang memiliki ciri-ciri sosial dan budaya. Maksud tersebut ialah suatu hal yang diciptakan manusia berupa hasil karya maupun rasa yang berkaitan dengan proses sosial. Sosial budaya masyarakat Minangkabau termanifestasi dalam adat Minangkabau yang berlandaskan ajaran Islam. Dalam ajaran islam tersebut terdapat falsafah yang dipegang oleh masyarakat minangkabau dan dijadikan sebagai landasan dalam tata perilaku dan nilai-nilai dalam kehidupan, falsafah tersebut adalah *adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah* yang mengandung makna bahwa adat minang mesti bersendikan atau berdiri tegak diatas landasan agama islam dan agama islam berpedoman kepada Alquran. Dalam adat minang

yang dijadikan pedoman hidup itu tidak boleh melanggar perintah atau larangan yang diajarkan oleh agama atau Alquran. Seperti halnya pedagang di pasar ternak yang menggunakan falsafah tersebut dalam berinteraksi dan bertransaksi. Mereka menjunjung tinggi nilai dan norma yang diajarkan oleh adat dan agama serta harga diri yang dimiliki oleh individu.

Di pasar ternak Palangki pedagang menggunakan dua cara dalam bertransaksi yakni dengan *marosok* dan juga dengan timbangan hal tersebut disebabkan oleh faktor sosial budaya yang dipercaya oleh individu. Faktor ialah suatu penyebab atau penentu dari kondisi suatu peristiwa atau perubahan. Jadi yang menjadi faktor budaya penyebab pedagang menggunakan *marosok* yakni karena masih mempertahankan tradisi yang ada di pasar ternak, budaya tersebut meliputi rasa malu, sopan santun, transaksi dilakukan oleh laki-laki dengan laki-laki dan tenggang rasa. Sedangkan faktor sosialnya yakni interaksi sosial antar pedagang dan saling menghargai, faktor sosial budaya tersebut tentu tidak luput dari falsafah yang telah dijelaskan sebelumnya. Adapun penyebab pedagang menggunakan timbangan untuk bertransaksi yakni kebutuhan administrasi serta pilihan rasional pedagang, dalam hal ini timbangan digunakan pedagang untuk kebutuhan pembeli modern seperti perusahaan ataupun rumah potong.

### **1.5.2 Jual Beli Hewan Ternak**

Aktivitas jual beli merupakan hal yang tidak terpisahkan dalam masyarakat. Jual beli bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup pembeli dan untuk memperoleh keuntungan pedagang. Jual beli biasanya terjadi di pasar dimana pedagang dan pembeli bertemu langsung untuk bertransaksi. Pada saat sekarang

ini proses transaksi jual beli tidak hanya dilakukan di pasar namun bisa dengan media online. Proses jual beli tersebut banyak diminati oleh masyarakat karena kemajuan teknologi serta dinilai lebih efektif dan hemat tenaga. Namun proses jual beli secara tradisional atau bertemu langsung juga tidak hilang dikalangan masyarakat khususnya di pasar ternak.

Menurut Rahardi dalam Kadim (2016), pasar ternak adalah pasar yang menyediakan berbagai jenis ternak ruminansia (besar maupun kecil) yang masih hidup. Pasar ternak memegang peranan penting tataniaga ternak. Pasar ternak merupakan tempat transaksi pembelian dan penjualan ternak sapi/kerbau atau kambing. Definisi lain pasar ternak (*livestock market*) menurut Andesca dalam Kadim (2016), adalah suatu tempat yang dioperasikan sebagai pasar umum untuk membeli dan menjual ternak ruminansia (sapi, kerbau, kambing dan domba) atau sebagai tempat ternak dijual. Pasar ternak berfungsi sebagai: (a) tempat bertemunya pedagang dan pembeli (b) sebagai sumber pendapatan daerah (c) media untuk memperkenalkan input teknologi baru dalam produksi dan pemasaran ternak (d) menyelenggarakan informasi pasar yang baik. Selain itu, sebuah pasar ternak juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja, kegiatan ekonomi dan pendapatan regional. Jadi dapat disimpulkan bahwa pasar ternak ialah tempat menjualbelikan ternak bagi pedagang dan pembeli.

Sedangkan pedagang menurut Sujatmiko (2014), adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual-belikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan. Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik

secara langsung maupun tidak langsung. Pengertian pedagang menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/Kep/1/1998 adalah kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan pengalihan hak atas barang atau jasa dengan disertai imbalan. Sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Pedagang sebagai penghubung antara produsen sebagai penghasil barang dengan konsumen sebagai pemakai barang atau jasa. Pedagang ialah orang yang melakukan perniagaan sebagai pekerjaan sehari-hari. Perbuatan perniagaan adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual kembali, sehingga memperoleh keuntungan. Dapat disimpulkan bahwa pedagang ialah orang yang menjual belikan barang atau jasa yang tidak diproduksi sendiri dan untuk mendapatkan keuntungan. Dalam hal ini yang menjadi pedagang dalam penelitian ini ialah orang atau laki-laki dewasa yang menjualbelikan ternaknya, karena di pasar ternak Palangki yang bertransaksi hanya laki-laki tidak ada perempuan yang bertransaksi, sebab mereka mempertahankan budaya yaitu *marosok* serta mengikuti ajaran agama islam dimana laki-laki dengan perempuan tidak boleh bersentuhan atau bertransaksi karena bukan muhrim dan sesuai dengan falsafah yang dipedomani oleh masyarakat Minangkabau.

### **1.5.3 Tinjauan Sosiologis**

Peneliti menggunakan teori dualisme ekonomi J.H. Boeke. Dualisme ekonomi menurut J.H. Boeke adalah dua sistem ekonomi yang berbeda dan kuat. Dua sistem tersebut bukan sistem transisi ekonomi dimana sifatnya dan ciri-ciri

yang lama semakin lemah dan yang baru semakin menguat melainkan dua-duanya sama kuat dan jauh berbeda. Dualisme ini berarti dalam waktu yang sama didalam masyarakat terdapat dua gaya sosial yang jelas berbeda satu sama lainnya dan masing-masing berkembang secara penuh serta saling mempengaruhi. Dualisme adalah dua keadaan yang berbeda dimana satu keadaan bersifat superior dan keadaan lainnya bersifat inferior yang hidup saling berdampingan pada ruang waktu yang sama. Dengan adanya dua keadaan yang berbeda ini tentunya akan memiliki pengaruh tersendiri bagi suatu negara yang secara tidak langsung menganut sistem dualisme ekonomi ini (Dumairy, 1996: 48). Dualisme ekonomi ini dapat dibedakan menjadi dua kelompok :

- a. Kelompok ekonomi tradisional, berarti kegiatan ataupun ekonomi yang masih ada dikuasai oleh elemen ketradisional.
- b. Kelompok ekonomi modern, berarti berbagai kegiatan dan keadaan ekonomi yang sedang berlangsung dikuasai oleh elemen-elemen modern.

Dualisme ekonomi memiliki 4 ciri-ciri, sebagaimana dikemukakan oleh Lincoln Arsyad yaitu :

- a) Dua keadaan yang berbeda dimana sebagian bersifat superior dan lainnya bersifat inferior yang bisa hidup berdampingan pada ruang dan waktu yang sama.
- b) Keadaan hidup berdampingan itu bersifat kronis dan bukan tradisional.
- c) Derajat superioritas atau inferioritas itu tidak menunjukkan kecenderungan yang menurun, bahkan terus meningkat.

d) Keterkaitan antara unsure superior dan unsur inferior tersebut menunjukkan bahwa keberadaan unsure superior tersebut hanya berpengaruh kecil sekali atau bahkan tidak berpengaruh dalam mengangkat derajat unsure superior (Sukirno, 2006: 12).

Dalam penelitian ini dualisme ekonomi itu terjadi pada transaksi di pasar ternak Palangki yaitu *marosok* dan timbangan. Dua sistem ini sama-sama kuat dan hidup berdampingan pada ruang dan waktu yang sama. Transaksi *marosok* ini digunakan oleh pedagang dengan kelompok tradisional, mereka menggunakan *marosok* dengan alasan sosial budaya tradisi dari pedagang-pedagang terdahulu yang masih dipertahankan hingga sekarang dan memiliki ciri sosial seperti interaksi sosial pedagang yang kuat serta rasa saling menghargai yang tinggi jika bertransaksi dengan *marosok* serta memiliki ciri budaya seperti rasa malu yang diungkapkan dalam sejarah *marosok*, sopan santun, dan rasa tenggang rasa yang masih menguat dimiliki oleh pedagang.

Adapun transaksi dengan timbangan digunakan oleh pedagang dengan kelompok ekonomi modern, dalam hal ini pedagang yang memilih dengan transaksi ini ialah pedagang yang menjual ternaknya untuk rumah potong maupun perusahaan-perusahaan terkait, mereka memiliki alasan karena merasa pilihannya itu rasional yang mempertimbangkan kebutuhan administrasi serta keuntungan yang jelas. Oleh setiap pedagang yang memilih menggunakan timbangan tentu semua berat hewan terhitung mulai dari daging, kulit, kuku, bulu dan lain-lain, mereka memperhitungkan hal tersebut karena semuanya terjual oleh mereka baik daging, kulit, kuku, tulang dan lain sebagainya. Berbeda dengan pedagang

tradisional yang memilih dengan menggunakan *marosok* mereka hanya memperhitungkan berat dagingnya saja karena bagi mereka sebagian yang lain seperti kulit, bulu, tulang dan lain-lain itu tidak bernilai.

#### 1.5.4 Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan suatu penelitian yang pernah dilakukan orang lain sebelumnya, yang serta dapat dijadikan sebagai rujukan atau bahan dalam mengerjakan penelitian. Dalam penelitian ini penulis berusaha menghubungkan berbagai hal yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu terkait faktor sosial budaya penyebab pedagang menggunakan *marosok* dan timbangan di Pasar Ternak Palangki. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang dijelaskan dalam tabel 1.2 dibawah ini :

**Tabel 1. 2**  
**Penelitian Relevan**

N o.	Penelitian	Judul	Permasalahan	Tujuan	Hasil
1	Regina (Jurnal FISIP, Universitas Riau, 2017)	Tradisi <i>Marosok</i> dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Ternak Kota Payakumbuh Sumatera Barat	Bagaimana prosesi tradisi <i>marosok</i> di pasar ternak, apa tujuan masih dipakainya tradisi <i>marosok</i> di pasar ternak dan apa makna dari setiap simbol jari pada tradisi <i>marosok</i> ?	Mengetahui bagaimana prosesi tradisi <i>marosok</i> , tujuan <i>marosok</i> serta makna simbol jari yang dipakai dalam tradisi <i>marosok</i> .	Di pasar ternak Payakumbuh transaksi yang digunakan untuk jual beli oleh pedagang ialah <i>marosok</i> . Tradisi ini bertujuan untuk mempertahankan tradisi, menghargai sesama pedagang serta menjadi daya tarik wisata.
2	Widia Herman. (Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Andalas,	Pelaksanaan Jual Beli Sapi Secara <i>Barosok</i> di Muaro Paneh.	Bagaimana pelaksanaan jual beli sapi secara <i>barosok</i> di Muaro Paneh dan apa saja kendala	Mengetahui bagaimana cara pelaksanaan jual beli sapi secara <i>barosok</i> di	Pelaksanaan yakni pada hari senin, ada tiga subjek yakni penjual, pembeli dan perantara, dan dilakukan dengan <i>barosok</i> dengan jari-

	2020)		dalam jual beli sapi secara <i>barosok</i> di Muaro Paneh?	Muaro Paneh serta apa saja kendala dalam jual beli sapi secara <i>barosok</i> di Muaro Paneh.	jari tangan dibalik kain, serta kendalanya adalah masih ada penjual yang belum tau cara <i>barosok</i> , penjual belum memiliki sertifikat kepemilikan sapi dan kesehatan sapi yang menjadi bukti tertulis.
3	Felia Siska dan Irwan. (Jurnal Ilmu sosial dan Humaniora, 2020)	Strategi Bertahan Pasar Ternak Palangki dalam Tinjauan Historis.	Bagaimana strategi bertahan pasar ternak Palangki sehingga menjadi pasar ternak terbesar dan bagaimana perkembangannya,	Menganalisis perkembangan dan strategi bertahan pasar ternak Palangki.	Menjelaskan strategi bertahan pasar ternak palangki yakni dengan peningkatan infrastruktur dan dengan adaptasi perubahan model transaksi jual beli ternak, yakni dari menggunakan model “ <i>marosok</i> dibalik kain” menjadi transaksi dengan cara timbangan.
4	Sri Wahyuni. (Skripsi, Fakultas Peternakan, Universitas Andalas, 2022)	Analisis Tradisi Jual Beli Sapi Secara <i>Marosok</i> di Pasar Ternak Cubadak Kabupaten Tanah Datar.	Bagaimana proses jual beli sapi secara <i>marosok</i> di pasar ternak Cubadak dan apa makna dari komunikasi saat proses jual beli sapi di pasar ternak Cubadak?	Menjelaskan proses jual beli sapi secara <i>marosok</i> di pasar ternak Cubadak serta menjelaskan makna komunikasi saat proses jual beli	Menjelaskan bahwa transaksi jual beli dilakukan dengan <i>marosok</i> yang prosesnya meliputi beberapa tahap, dan maknanya ialah penutupan tangan saat tawar menawar untuk merahasiakan harga ternak serta menjelaskan arti tiap-tiap jari jika sedang bertransaksi.

**Sumber Data : Primer Tahun 2023**

Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan ialah terletak pada dualism transaksi yang ada di pasar ternak palangki serta menjelaskan faktor sosial budaya penyebab pedagang menggunakan *marosok* dan timbangan, dalam

penelitian ini lebih dijelaskan apa saja yang menyebabkan pedagang menggunakan marosok dan timbangan di pasar ternak Palangki. Perbedaan lainnya ialah dari beberapa penelitian diatas hanya membahas tentang marosok tidak membahas tentang timabangan, padahal timbangan salah satu cara dalam bertransaksi, dan pada tempat dan tahun penelitian yang dilakukan juga ada perbedaan.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian adalah sudut pandang yang digunakan oleh peneliti untuk memecahkan permasalahan penelitian (Afrizal, 2014: 11-12). Data yang dikumpulkan dijadikan sebagai dasar untuk menentukan pendekatan penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif karena penulis ingin memahami fenomena dari sudut pandang pelaku agar dapat mendeskripsikan fenomena tersebut untuk mencapai tujuan penelitian. Pendekatan ini mampu mempelajari berbagai fenomena, dan berusaha mendapatkan pemahaman tentang fenomena-fenomena tersebut berdasarkan pemaknaan dari orang-orang yang menjalani atau mengalaminya (Afrizal, 2014).

Data yang dikumpulkan dan dianalisis dalam penelitian ini berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen resmi lainnya (Moleong, 2013). Penelitian ini menggambarkan faktor sosial budaya yang menyebabkan marosok dan timbangan digunakan pedagang di pasar ternak Nagari Palangki.

### 1.6.2 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian maupun suatu hal kepada peneliti. Informan adalah orang-orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian (Afrizal, 2014:139).

Ada dua kategori informan yang digunakan dalam penelitian kualitatif menurut Afrizal (2014:139) yaitu:

1. Informan pelaku, yaitu informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, perbuatan, pikirannya, interpretasinya (maknanya) atau pengetahuannya. Mereka adalah subyek dari penelitian itu sendiri, yang menjadi informan pelaku adalah pedagang ternak. Pedagang di pasar ternak ini dalam satu kali pasar bisa menjadi dua aktor yakni sebagai pedagang dan sebagai pembeli. Seperti pedagang yang membeli ternak pada pagi hari maka disebut sebagai pembeli namun bisa saja dalam satu hari pasar itu di sore hari ternak tersebut dijual karena ada pembeli lain yang tertarik maka dalam hal ini disebut sebagai pedagang. Karena di pasar ternak banyak terdapat pedagang maka dalam penelitian ini ditentukan kriteria dalam pengambilan informan. Pengambilan informan dalam penelitian ini dengan cara *purposive sampling* (sengaja). *Purposive sampling* adalah penarikan informan yang dipilih secara sengaja oleh peneliti berdasarkan pertimbangan tertentu. Artinya, sebelum melakukan penelitian para peneliti menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang akan dijadikan sumber

informasi (Afrizal, 2014). Berikut beberapa kriteria yang menjadi acuan dalam pengambilan informan pelaku :

- a) Pedagang yang telah berdagang selama kurang lebih 5 tahun.
- b) Pedagang yang menggunakan *marosok*.
- c) Pedagang yang menggunakan timbangan.

2. Informan pengamat, yaitu informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informasi ini dapat dikatakan sebagai orang yang tidak diteliti, melainkan mengetahui tentang orang yang diteliti atau dapat juga disebut sebagai agen/saksi suatu kejadian atau pengamat lokal (Afrizal, 2014:139). Dalam penelitian ini yang menjadi informan pengamat adalah pemerintah terkait yang mengetahui proses transaksi pedagang di pasar ternak dalam hal ini yakni pengelola UPTD pasar ternak.

**Tabel 1.3**  
**Informan Penelitian**

No.	Nama	Umur (Tahun)	Kategori Informan
1	Taswir	51	Pelaku
2	Syafrizal Ade Putra	52	Pelaku
3	Yunizar (Ukek)	59	Pelaku
4	Robert Kenedi	63	Pelaku
5	Herbidunan (Guru)	47	Pelaku
6	Opian	52	Pelaku
7	Ilham	41	Pelaku
8	Nur Edison	49	Pelaku
9	Tambijo	59	Pelaku
10	Edi Wartawan	57	Pelaku
11	Ardizal	46	Pelaku
12	Roni	38	Pelaku
13	Amin	24	Pelaku
14	Andri	41	Pelaku
15	Sarwandi	59	Pelaku
16	Erleigh Maidoni, S.Pt	45	Pengamat
17	Dasril, SP	43	Pengamat
18	Jairun Nasir	52	Pengamat

**Sumber : Data Primer 2023**

### 1.6.3 Data yang Diambil

Metode pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Pada penelitian kualitatif data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata (lisan ataupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia, tanpa adanya upaya mengangkakan data yang telah diperoleh (Afrizal, 2014). Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan melalui sumber data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penelitian dilapangan. Data primer didapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan dalam penelitian. Dengan menggunakan teknik wawancara, peneliti mendapatkan data dan informasi-informasi penting yang sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Data sekunder merupakan data yang memperkuat data primer yang dapat diperoleh dari media yang dapat mendukung dan relevan dengan penelitian ini, serta dapat diperoleh dari studi kepustakaan, dokumentasi, data statistik, foto-foto, literatur-literatur hasil penelitian dan artikel. Data ini diperoleh dari pihak pengelola UPTD Pasar Ternak Nagari Palangki yang berupa dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian.

### 1.6.4 Teknik dan Proses Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data menggunakan terknik-teknik tertentu, beberapa teknik yang dipakai untuk pengumpulan data tersebut adalah:

## 1. Wawancara Mendalam (*in-depth interview*)

Wawancara mendalam merupakan proses penggalian informasi secara mendalam, terperinci dan terbuka yang bertujuan mencapai tujuan penelitian, dengan cara interaksi sosial informal antara seorang peneliti dengan para informannya. Wawancara mendalam dilakukan dengan cara mendalami informasi dari seorang informan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari hasil data percakapan. Diperlukannya konfirmasi data dengan wawancara berulang kali dengan tujuan klarifikasi terhadap informasi yang sudah didapat dalam wawancara (Afrizal, 2014:137)

Peneliti telah mewawancarai para pedagang dan pengelola UPTD pasar ternak Palangki. Wawancara mendalam dilakukan karena peneliti ingin memberikan kesempatan kepada informan untuk dapat bercerita atau memberikan informasi mengenai tradisi marosok dipasar ternak Palangki dan alasan-alasan yang menyebabkan pedagang tidak menggunakan timbangan dipasar. Dalam pengumpulan data saat wawancara mendalam peneliti perlu menyiapkan pedoman wawancara, alat tulis, dan juga alat perekam.

Sedangkan menurut Afrizal (2014 : 145-46) menyebutkan bahwa terdapat enam hal yang harus dilakukan untuk memperoleh data yang valid, yaitu:

- a. Pada tahap awal, peneliti memperkenalkan diri dan membangun hubungan yang baik dengan informan yang akan diwawancarai.
- b. Mendengarkan informan memberikan informasi.
- c. Menghargai informan dengan cara tidak memberikan komentar yang tidak menyinggung perasaan informan.

- d. Mendengarkan keterangan informan dengan seksama.
- e. Melakukan probing pada informan, dimana probing salah satu cara peneliti untuk mendalami informasi yang didapatkan informan.
- f. Mengajukan pertanyaan-pertanyaan umum kemudian berkembang sesuai informasi atau data yang dibutuhkan.

Dalam proses wawancara peneliti memanfaatkan beberapa instrumen, yaitu (1) list pedoman wawancara untuk mengemukakan pertanyaan-pertanyaan pada informan, (2) pena dan buku tulis sebagai alat untuk mencatat penjelasan yang berisi informasi dari informan, (3) HP sebagai alat merekam serta mendokumentasikan foto saat wawancara berlangsung.

Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu membuat pedoman wawancara dan melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing agar penelitian dapat berjalan dengan sukses, selain itu peneliti juga memenuhi syarat administrasi berupa surat izin yang harus diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas agar bisa mewawancarai instansi-instansi terkait. Kegiatan wawancara pertama kali dilakukan 8 Juli 2023, sebelum peneliti melakukan wawancara mendalam, terlebih dahulu peneliti melakukan pendekatan dengan kepala UPTD pasar ternak Palangki. Pertama peneliti perkenalan diri dan meminta izin untuk melakukan wawancara, selanjutnya peneliti bertanya tentang riwayat pak kepala, selanjutnya peneliti bertanya mengenai kondisi pasar ternak palangki serta bertanya meminta beberapa informasi lainnya. Wawancara tersebut peneliti rekam sembari peneliti catat dikertas pedoman yang dibawa untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Wawancara selanjutnya ialah dengan

bapak Syafizal Ade Putra yang merupakan salah satu pedagang yang sedang berjualan dipasar ternak. Peneliti menggali beberapa informasi terkait tradisi marosok, proses timbangan serta alasan bapak tersebut tidak menggunakan timbangan. Wawancara ini dilakukan sekitar 30 menit.

Wawancara dilanjutkan pada tanggal 14 Juli 2023 dengan pedagang pasar ternak Palangki dengan jumlah informan pedagang sebanyak 7 orang. Wawancara dilakukan di tempat informan duduk sembari menjaga hewan ternaknya. Pertama peneliti meminta izin untuk melakukan wawancara dengan informan. Peneliti memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan peneliti. Peneliti sedikit bertanya mengenai kehidupan pribadi informan. Pertanyaan sesuai dengan pedoman wawancara dan ada beberapa pertanyaan spontan yang peneliti tanyakan seputar *marosok* dan juga seputar pedagang tidak menggunakan timbangan hewan ternak. Wawancara dengan informan dilakukan dengan rentang waktu 30-50 menit setiap informan. Kesulitan yang peneliti temui disini ialah masih sedikit pedagang yang datang dikarenakan bukan hari pasar pada tanggal tersebut.

Wawancara selanjutnya ialah ditanggal 21 Juli 2023, peneliti disini pergi kepasar sudah sangat sore dikarenakan ada beberapa kendala untuk pergi kepasar ternak tersebut. Pada tanggal tersebut peneliti mewawancarai 2 orang pedagang. Selanjutnya peneliti melakukan wawancara pada tanggal 22 Juli 2023 pada wawancara hari tersebut peneliti ditemani oleh bapak kepala UPTD pasar ternak, dikarenakan pada saat peneliti ingin mewawancarai sendiri banyak pedagang yang menolak. Sehingga dengan bantuan pak kepala pada hari tersebut wawancara berjalan lancar dengan durasi perinforman sekitar 25-45 menit dan mendapatkan 5

informan baik informan yang menggunakan timbangan maupun informan yang menggunakan tradisi marosok.

Sebagai triangulasi/validasi data dalam wawancara yang dilakukan peneliti mengobservasi aktivitas pedagang sebelum dan setelah melakukan transaksi, dalam observasi yang dilakukan peneliti melihat pedagang yang mencari ternak serta melihat pedagang yang mengurus surat jual beli hewan kepada pengelola yang bertugas serta peneliti melihat bagaimana sapi/kerbau ditarik untuk diturunkan dari mobil pedagang maupun untuk dibawa kepada pembeli.

## 2. Studi Dokumen

Data sekunder penulis dapatkan diarsip dan dokumen pada dinas dan instansi terkait penelitian ini, seperti data dari UPTD pasar ternak Palangki. Untuk mencapai keabsahan data maka peneliti di sini akan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memfokuskan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan sebagai pembanding terhadap data itu, teknik triangulasi paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Artinya data yang telah penulis dapat di lapangan dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi setelah itu penulis analisa dengan menggunakan teori yang ada (Moleong, 2013).

### 1.6.5. Unit Analisis

Unit analisis dalam suatu penelitian berkaitan dengan pemilihan siapa dan apa yang akan diteliti dalam memahami permasalahan yang menjadi tujuan penelitiannya (Aan Komariah, 2009). Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, dengan sumber datanya adalah pedagang ternak yang menggunakan

marosok ataupun timbangan hewan ternak dalam transaksi di pasar ternak Nagari Palangki.

#### **1.6.6. Analisis Data**

Analisis data penelitian kualitatif merupakan suatu proses yang sistematis untuk menentukan bagian-bagian dan saling keterkaitan antara bagian-bagian dan keseluruhan dari data yang telah dikumpulkan untuk menghasilkan klasifikasi atau tipologi. Aktivitas peneliti dalam menganalisis yaitu menentukan data penting, menginterpretasikan, mengelompokkan ke dalam kelompok-kelompok tertentu dan mencari hubungan antara kelompok-kelompok (Afrizal, 2014).

Dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan adalah analisis data Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman secara garis besar membagi analisis data dalam penelitian kualitatif ke dalam tiga tahap, yaitu kodifikasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga tahap tersebut dilakukan terus setialah melakukan pengumpulan data. Oleh karena itu, analisis data dalam penelitian kualitatif adalah aktivitas yang dilakukan secara terus-menerus selama penelitian berlangsung, dilakukan mulai dari mengumpulkan data sampai pada tahap penulisan laporan (Afrizal, 2014). Berikut tahap analisis data dalam penelitian ini :

##### **1) Kodifikasi Data**

Pada tahap ini akan dilakukan perkodingan terhadap data. Perkodingan data adalah peneliti memberikan nama atau penamaan terhadap hasil penelitian. Hasil dari kegiatan tahap ini adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi data hasil penelitian. Cara melakukannya adalah peneliti menulis

ulang catatan-catatan lapangan yang telah dibuat, selanjutnya peneliti memilih informasi yang berkaitan dengan pasar ternak Palangki ataupun yang berhubungan dengan penelitian peneliti dengan memberikan tanda-tanda (Afrizal, 2014:179).

2) Penyajian data

Pada tahap ini peneliti menyajikan temuan penelitian berupa kategori atau pengelompokan jenis transaksi yang digunakan, dan juga lama berdagang. Menurut pandangan Miles dan Huberman, untuk menyajikan hasil penelitian yang lebih efektif dianjurkan untuk menggunakan matrik dan diagram (Afrizal, 2014:179).

3) Verifikasi data atau kesimpulan

Pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari temuan data. Ini merupakan interpretasi atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen. Setelah kesimpulan diambil, peneliti kemudian mengecek kembali kesahihan interpretasi dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang dilakukan (Afrizal, 2014:179).

### 1.6.7 Definisi Operasional Konsep

Ada beberapa konsep yang dipakai dalam penelitian ini, karena itu perlu diberikan batasan untuk mempermudah peneliti memahaminya. Definisi konsep ini merupakan informasi ilmiah yang membantu peneliti dalam mengukur variabel yang digunakan. Untuk menghindari kerancuan dalam pemakaian konsep, maka perlu didefinisikan konsep-konsep yang dimaksudkan adalah :

1. Sosial Budaya : Suatu yang memiliki ciri-ciri sosial dalam transaksi marosok yang meliputi interaksi sosial pedagang dan saling menghargai, dan ciri-ciri budaya yakni mempertahankan tradisi seperti rasa malu, sopan santun serta tenggang rasa.
2. Pedagang : laki-laki dewasa yang menjualbelikan ternak.
3. Pasar ternak : Tempat untuk jual beli hewan ternak.
4. Marosok : Tradisi transaksi jual beli ternak antara penjual dan pembeli untuk mencari kesepakatan harga dengan menggunakan tangan kedua belah pihak yang saling bersalaman serta ditutupi oleh kain.

#### **1.6.8 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dapat diartikan sebagai setting atau konteks sebuah penelitian. Tempat tersebut tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada organisasi dan sejenisnya (Afrizal, 2014). Lokasi penelitian di pasar ternak Nagari Palangki Kecamatan IV Nagari Kabupaten Sijunjung. Alasan memilih pasar ternak Palangki karena merupakan salah satu pasar ternak yang besar di Sumatera Barat, dengan transaksi rata-rata ternak terjual adalah 350 ekor. Di pasar ini tempatnya para pedagang serta pembeli sapi dan kerbau lintas kota di Sumatera Barat dan juga lintas provinsi, seperti: dari Riau, Jambi, Bengkulu, dan Lampung, hal ini sebagaimana tercantum dalam latar belakang penelitian.

#### **1.6.9 Jadwal Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama 11 bulan. Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2023 hingga April 2024. Adapun jadwal penelitian dalam menghasilkan skripsi dapat digambarkan pada tabel halaman berikut :

**Tabel 1.4**  
**Jadwal Penelitian**

No.	Nama Kegiatan	Bulan, Tahun 2023-2024									
		Jun	Jul - Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	
1.	Menyiapkan instrumen penelitian										
2.	Pengumpulan Data Lapangan a. Obsevasi b. Wawancara Mendalam										
3.	Analisis Data										
4.	Menyusun Laporan Penelitian dan Bimbingan Skripsi										
5.	Ujian Skripsi										

