

**MENEBAR BATU MERAUP RUPIAH : EKISTENSI PEDAGANG  
BATU AKIK DI KOTA KENDARI<sup>1</sup>**

*Hasniah<sup>2</sup>*  
*Alham Haidir Darmin<sup>3</sup>*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan eksistensi pedagang batu akik di pelataran eks. MTQ Kendari dan strategi pedagang batu akik di pelataran eks. MTQ Kendari dalam mempertahankan usahanya. Penelitian ini menggunakan teori Modal Pierre Bourdieu dan metode yang digunakan adalah Metode Etnografi dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik pengamatan (*observation*) dan wawancara mendalam (*indepth interview*) serta teknik pemilihan informan *Purposive Sampling*. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif, analisa data dimaksudkan untuk menyederhanakan data yang diperoleh ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi pedagang batu akik dapat dilihat dari dua aspek yang ditawarkan yaitu barang dan jasa. Adapun aspek barang yang ditawarkan pedagang batu akik yaitu menjual bongkahan batu akik, menjual butiran batu akik, menjual pengikat batu akik dan menjual cincin batu akik siap pakai dan aspek jasa yaitu menawarkan jasa kerajinan batu akik. Sedangkan strategi yang digunakan pedagang batu akik di pelataran eks. MTQ Kendari dalam mempertahankan usahanya yakni memilih lokasi lapak yang strategis, menurunkan harga batu akik, membangun kerjasama antar pedagang batu akik, menjual secara online, menerima pesanan batu akik dan mengikuti kontes/lomba batu akik. Sehingga penelitian ini merekomendasi untuk beberapa pihak yaitu pedagang untuk mematuhi aturan yang berlaku dalam menjalankan aktivitas berdagang serta kepada pemerintah Kota Kendari untuk mengatur/mengontrol dan menentukan kawasan berdagang batu akik yang mudah dijangkau oleh pembeli.

**Kata kunci:** pedagang batu akik, eksistensi dan strategi

**ABSTRACT**

*This study aimed to identify and describe the existence of agate traders in the courtyard of ex MTQ Kendari and strategy of agate traders in maintaining their business in the courtyard of ex MTQ Kendari. This study used the theory of Capital by Pierre Bourdieu and the method used Ethnography method with data collection was done through observation techniques and in-depth interview, meanwhile the selection of informant was using purposive sampling technique. Data were analyzed by descriptive qualitative, data analysis was intended to simplify the data obtained into a form that was easier to read and interpret. The results showed that the existence of agate traders could be viewed by two aspects, namely the goods and services offered. As for the aspects of the goods offered by agate traders were selling agate, selling agate beads, selling ready-made agate ring and aspects of the services were offering services of agate crafts. While the strategy used by agate traders in the courtyard of the ex MTQ Kendari in maintaining their business was namely choosing a strategic location shanties, lowering the price of agate, establishing cooperation among agate traders, selling online, accepting agates' orders and making contests / competitions of agate. Therefore, this study recommended to several parties such as for the traders; complied with applicable rules in carrying out their trade activities meanwhile for the*

---

<sup>1</sup>Hasil Penelitian

<sup>2</sup> Staf Pendidik pada Jurusan Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Halu Oleo, Kampus Hijau Bumi Tridharma, Jl. H.E. Agus Salim Mokodompit, Kendari 93232, Pos-el: hasniahantro@gmail.com

<sup>3</sup> Alumni pada Jurusan Antropologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Halu Oleo, Kampus Hijau Bumi Tridharma, Jl. H.E. Agus Salim Mokodompit, Kendari 93232, Pos-el: alhamhaidir@gmail.com

*government of Kendari; to regulate / control and determine agate trade area that would be easily to access by the buyer.*

**Keywords:** *agate traders, attention and existence strategy*

## A. PENDAHULUAN

Fenomena Batu Akik yang sedang tren di kalangan masyarakat Indonesia akhir-akhir ini cukup menarik perhatian. Batu Akik atau biasa juga disebut batu mulia/alam adalah sejenis batu yang digunakan untuk permata cincin. Tingginya minat masyarakat menggunakan Batu Akik dipengaruhi oleh tren yang sedang berkembang dimasyarakat saat ini. Menurut Pawitro (2011), tren perubahan dalam perilaku masyarakat warga kota yang tengah terjadi pada saat sekarang ini, terutama didorong oleh berbagai faktor penyebab salah satunya adalah pengaruh teknologi informasi dan mobilisasi dalam masyarakat.

Saat ini peminat Batu Akik berasal dari berbagai lapisan masyarakat, mulai dari kalangan orangtua/dewasa hingga kalangan anak muda. Batu Akik yang dulu hanya identik dengan orang tua (aki-aki), namun sekarang menjadi tren dikalangan anak muda. Khusus di Kota Kendari, peminat Batu Akik berbanding lurus dengan pedagang Batu Akik. Semakin banyaknya warga Kota Kendari menggunakan Batu Akik, semakin menjamur pula pedagang Batu Akik di kota ini.

Untuk di Kota Kendari, para pedagang Batu Akik biasanya menjajakan barang dagangannya disekitar pelataran eks. MTQ. Saat mengunjungi tempat tersebut kita akan dibisingkan dengan suara desing mesin gerinda. Suara itu berasal dari ratusan batu alam yang sedang dipotong atau diasah oleh para pedagang Batu Akik dilapak jualan mereka. Tidak hanya suara desing, mata kita pun akan dimanjakan dengan tebaran aneka jenis batu alam yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia, mulai dari batu giok Aceh hingga batu ba-

can yang berasal dari Pulau Bacan, Maluku Utara. Para pedagang biasanya menebar aneka jenis Batu Akik dilapak jualan mereka, kondisi lapak mereka pun terbilang sederhana, ada yang menggunakan terpal sebagai pengalas lapak jualannya hingga mereka yang membangun lapak semi permanen.

Aktivitas pedagang Batu Akik di Kota Kendari merupakan fenomena baru dimana keberadaan mereka terbilang baru, hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya pedagang Batu Akik yang bermunculan di Kota Kendari. Disamping itu keberadaan mereka juga sempat meresahkan sebagian masyarakat Kota Kendari. Sebelum berjualan di pelataran eks. MTQ, para pedagang dulunya berjualan di sekitar bahu jalan Ahmad Yani atau depan SMKN 2 Kendari. Namun karena keberadaan mereka membuat arus lalu lintas di jalan itu menjadi macet, sehingga Pemerintah Kota Kendari menertibkan dan rencana menempatkan para pedagang Batu Akik di Kawasan Pedagang Kaki Lima atau Peddys Market. Rencana tersebut ditolak para pedagang dengan alasan lokasi berada jauh dari pusat keramaian, sehingga keberlangsungan aktivitas jual beli Batu Akik di Kota Kendari untuk sementara ini berlangsung di pelataran eks. MTQ ([www.sultrakini.com/2014](http://www.sultrakini.com/2014)).

Pelataran eks. MTQ yang dijadikan lokasi aktivitas menjual pedagang Batu Akik merupakan salah satu ruang publik di Kota Kendari yang memiliki luas  $\pm$  15 hektar. Sebagai ruang publik, pelataran ini pula sering digunakan sebagai tempat kegiatan-kegiatan yang berskala regional maupun nasional. Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan, para pedagang memanfaatkan sudut barat pelataran eks. MTQ sebagai lokasi berjualan. Aktivitas pedagang Batu Akik biasanya sudah mulai berlang-

sung sejak pukul 07.00 Wita yang ditandai dengan mulai berdatangnya para pedagang di pelataran eks. MTQ untuk menggelar lapak jualan mereka dan para pedagang biasanya mengakhiri aktivitas berdagangnya sampai pukul 20.00 Wita, meskipun ditemukan pula pedagang yang beraktivitas hingga pukul 22.00 wita. Sebagian besar pedagang Batu Akik yang menjual di pelataran eks. MTQ tidak hanya diramaikan oleh pedagang lokal Kendari, tetapi juga pedagang yang berasal dari luar Kota Kendari yaitu dari Makassar, Bone, Soppeng, Surabaya, Garut, Lombok, Maluku dan daerah-daerah lainnya. Disamping alasan keuntungan, kedatangan mereka berjualan di Kota Kendari disebabkan karena masih sangat minimnya pedagang Batu Akik yang ada di kota ini. Berdasarkan informasi dari instansi terkait terdapat  $\pm$  47 orang pedagang Batu Akik yang berjualan di pelataran eks. MTQ, yang berasal dari berbagai daerah. (Dinas Pendapatan Kota Kendari: 2015).

Adapun jenis-jenis Batu Akik yang paling banyak diminati konsumen berasal dari Ternate yaitu Batu Bacan sementara jenis batu lokal sendiri yaitu Batu Badar Perak Ereke dari Buton Utara, tingginya minat konsumen terhadap kedua batu tersebut disebabkan karena keindahan dan motif yang terdapat pada kedua batu memiliki ciri khas tersendiri yang tidak terdapat pada Batu Akik lainnya sehingga menjadikan batu ini menjadi incaran para pencinta Batu Akik. Sebagai sebuah fenomena baru, pecinta Batu Akik tidak hanya berasal dari kalangan ekonomi tinggi namun ada pula dari kalangan menengah ekonomi kebawah, hal tersebut membuat fenomena Batu Akik tidak mengenal status dan profesi.

Bisnis jual-beli Batu Akik di Kota Kendari cukup menjanjikan keuntungan. Para pedagang biasanya menawarkan dagangannya dengan kisaran harga mulai dari puluhan ribu hingga puluhan juta rupiah. Walaupun aktivitas menjual merekarata-

rata hanya berlangsung  $\pm$  10jam per-hari, tetapi mereka mampu meraup keuntungan jutaan rupiah setiap bulannya. Hal ini pula yang memicu munculnya beberapa pedagang Batu Akik dadakan di kota Kendari.

Dalam menjalankan aktivitas jual-beli tidak sedikit pedagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ menggunakan strategi tertentu untuk mempertahankan usahanya. Strategi berdagang yang dilakukan para pedagang Batu Akik di saat menjual bertujuan untuk mendapatkan pembeli yang banyak dan tentunya akan meningkatkan penghasilan/keuntungan yang banyak pula. Strategi-strategi tersebut dapat dilihat dari pemilihan lokasi lapak yang strategis, membangun kerjasama antar pedagang, menawarkan harga yang terjangkau kepada pembeli, menerima dan menjual secara online hingga mengikuti konteks Batu Akik tingkat lokal maupun nasional. Semua itu dilakukan pedagang tidak lain sebagai bentuk upaya dalam meningkatkan keuntungan dan mempertahankan usaha mereka.

Melihat fenomena pedagang Batu Akik yang kian menjamur di berbagai daerah terutama Kota Kendari, maka peneliti menggunakan Teori Modal menurut Pierre Bourdieu sebagai landasan teori. Menurut Bourdieu ada empat modal yang berperan dalam masyarakat yang menentukan eksistensi sosial suatu masyarakat. Pertama, modal ekonomis adalah kemampuan finansial yang dimiliki atau menunjukkan sumber ekonomi; Kedua, modal sosial adalah jaringan sosial yang bernilai antar individu atau berupa hubungan-hubungan sosial yang memungkinkan seseorang bermobilisasi demi kepentingannya sendiri; Ketiga, modal budaya yang meliputi dimensi pengetahuan dan nilai; Keempat, modal simbol berasal dari kehormatan dan prestise seseorang. Keempat modal tersebut akan efektif digunakan jika diantara keempatnya ada interaksi sosial atau hubungan sosial. Modal sosial dapat digunakan untuk segala kepentingan, namun tanpa ada sumber daya

fisik, pengetahuan budaya yang dimiliki serta kekuasaan, maka akan sulit bagi individu-individu untuk membangun sebuah hubungan sosial. Eksistensi sosial hanya akan kuat jika keempat unsur diatas eksis (Sutrisno: 2005). Dalam hal ini penulis melihat eksistensi dan strategi pedagang batu akik di pelataran eks. MTQ merupakan wujud dari adanya interaksi dan hubungan dari keempat modal tersebut.

Bourdieu berpendapat bahwa manusia memiliki banyak strategi untuk mengatasi hambatan struktur, sehingga menurutnya individu melakukan suatu tindakan berdasarkan atas pengalaman individu berhubungan dengan individu lainnya dalam hal ini jaringan struktur objektif yang ada di dalam ruang sosial. Begitupun para pedagang batu akik di Kota Kendari, memiliki hubungan sosial yang terjalin antar pedagang, dimanadalam melakukan aktivitas jual-beli batu akik para pedagang mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan (ekonomi), meskipun disatu sisi terjadi kompetisi atau persaingan dalam mendapatkan pembeli tetapi di sisi lain solidaritas pun terjalin dalam mempertahankan usaha mereka.

Keterkaitan eksistensi dan strategi pedagang Batu Akik di Pelataran Eks. MTQ dengan teori modal Pierre Bourdieu terlihat adanya hubungan antar keempat modal. Kemampuan finansial yang dikeluarkan pedagang dalam membuka usaha Batu Akik merupakan bentuk dari modal ekonomi, adapun eksistensi pedagang dalam berdagang Batu Akik di Pelataran eks. MTQ merupakan bentuk dari modal budaya, modal sosial strategi yang digunakan pedagang dalam membangun suatu jaringan sosial yang bernilai (keuntungan) meliputi interaksi sosial antar pembeli dan sesama pedagang sedangkan solidaritas yang terbangun antar pedagang dalam mempertahankan usahanya merupakan bentuk dari modal simbol. Disamping itu tindakan memanfaatkan ruang publik sebagai lokasi untuk melakukan aktivitas jual-beli merupakan disposisi (kebi-

asaan/habitus) yang dapat berubah-ubah berdasarkan situasi yang dihadapi oleh pedagang, hal tersebut dilakukan demi mempertahankan keberlangsungan aktivitas dagang mereka.

Dari konsep Bourdieu di atas, para pedagang Batu Akik di Pelataran Eks. MTQ mempertahankan eksistensi mereka dengan memanfaatkan ruang publik. Tindakan tersebut dilakukan pedagang, tidak lain sebagai strategi untuk mencapai tujuan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal. Jadi, dalam hal melihat eksistensi pedagang Batu Akik di Kota Kendari, penulis mengacu pada teori Modal menurut Pierre Bourdieu.

Tujuan penelitian ini adalah: a) untuk mengetahui dan mendeskripsikan eksistensi pedagang Batu Akik di Kota Kendari; b) untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi pedagang Batu Akik dalam mempertahankan usahanya.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dipelataran eks. MTQ. Pemilihan lokasi dipilih atas pertimbangan karena selama proses penelitian berlangsung para pedagang Batu Akik biasanya menjajakan barang dagangannya disekitar pelataran eks. MTQ, selain itu banyaknya jumlah pedagang yang terdapat di lokasi ini. Meskipun berlangsung di pelataran eks. MTQ Kendari, para pedagang dan pembeli yang datang bukan hanya berasal dari masyarakat Kota Kendari tetapi juga berasal dari luar daerah Kota Kendari. Lokasi pelataran eks. MTQ cukup strategis karena terletak di pusat Kota Kendari sehingga mudah untuk dijangkau dengan alat transportasi darat maupun berjalan kaki.

Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah para pedagang dan pembeli yang rutin melakukan aktivitas jual-beli Batu Akik di pelataran eks. MTQ. Pedagang dan pembeliyang dijadikan informan dipilih dengan pertimbangan bahwa informan ini

dapat memberikan informasi yang akurat. Pemilihan informan ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang sesuai dengan pertimbangan kelayakan dan keperluan penelitian, yaitu pemilihan informan dengan mengacu pada Spradley (1997) yang mengidentifikasi lima syarat minimal untuk memilih informan yang baik.

Informan yang menjadi subjek yang diwawancarai selama melakukan penelitian mengacu pada yang diutarakan oleh Spradley tentang pembicara asli (*native speaker*), bahwa informan merupakan sumber informasi atau secara harfiah informan menjadi guru bagi penulis (Spradley, 1997). Dengan demikian, penulis mendapatkan penggambaran yang didapatkan dari wawancara terhadap informan mengenai Eksistensi Pedagang Batu Akik di Kota Kendari untuk menarik sebuah kesimpulan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara penelitian lapangan yaitu peneliti turun langsung ke lapangan untuk mencari data yang dibutuhkan. Teknik yang digunakan adalah wawancara mendalam dan pengamatan.

Data yang diperoleh dalam penelitian dianalisis secara deskriptif kualitatif yaitu peneliti berusaha menggambarkan, memaparkan dan menjelaskan mengenai Eksistensi Pedagang Batu Akik di Kota Kendari. Analisis data dilakukan dengan cara menyusun seluruh data yang diperoleh dari hasil observasi dan pengamatan kemudian dikumpul sesuai dengan golongannya, dan membuang data yang tidak relevan. Selanjutnya melakukan pengkategorian data dan menyusun hubungan antar kategori data yang lain kemudian menginterpretasi data yang sudah dikategorikan tersebut sehingga dapat ditemukan sebuah makna simpulan (Maleong; 1994).

## **C. PEDAGANG BATU AKIK DI PELATARAN EKS. MTQ KENDARI**

### **1. Eksistensi Pedagang Batu Akik di Kota Kendari**

Keberadaan pedagang Batu Akik di kawasan eks. MTQ merupakan salah satu bentuk aktifitas ekonomi. Pada dasarnya eksistensi pedagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ tidak hanya sekedar dilihat dari segi aktivitas ekonomi, tetapi dalam berdagang Batu Akik terjadi kategorisasi pedagang, hal ini dilihat dari segi barang dan jasa yang ditawarkan oleh pedagang Batu Akik di pelataran Eks. MTQ. Seperti pedagang yang menjual batu bongkahan, cincin Batu Akik siap pakai, pengikat Batu Akik, butiran Batu Akik dan jasa kerajinan Batu Akik.

Setiap pedagang Batu Akik dipelataran eks. MTQ ada yang menjual satu jenis dagangan saja dan ada pula yang menawarkan dua, tiga, empat hingga kelima dagangan tersebut semua itu dipengaruhi oleh modal pedagang saat membuka lapak.

### **2. Klasifikasi Pedagang Batu Akik di Kota Kendari**

#### **a. Menjual Bongkahan Batu Akik**

Cincin batu akik pada awalnya berasal dari bongkahan Batu Akiky ang masih berupa batuan biasa hingga kemudian melalui proses pemotongan, pembentukan, penggosokan dan menghalusan dari tangan pengrajin sebelum akhirnya digunakan sebagai aksesoris perhiasan seperti cincin atau liontin kalung. Bongkahan Batu Akik yang dijual pedagang di pelataran eks. MTQ berasal dari berbagai daerah mulai dari lokal Sulawesi Tenggara hingga luar Sultra. Seperti bongkahan batu Badar Perak Ereke dari Buton Utara, bongkahan batu Aspal Buton dari Buton, bongkahan batu Moramo dari Moramo, Bongkahan Kabaena dari Bombana, Bongkahan Wawonii dari Konawe Kepulauan hingga batu dari luar Sulawesi Tenggara seperti bongkahan batu Bacan dari pulau Bacan Halhamera Maluku

Utara, bongkahan giok Aceh dari Aceh, bongkahan batu sojol dari Palu, dan bongkahan panca warna garut dari Jawa Barat, dan lain-lain.

Untuk bongkahan lokal biasanya pedagang memperoleh dari penambang Batu Akik lokal yang datang menawarkan dilapak mereka, meskipun ada juga pedagang yang datang mengambil langsung ke daerah asalnya. Sedangkan batu-batu yang berasal dari luar Sulawesi Tenggara biasanya dibawa langsung oleh pedagang pendatang, serta ada juga yang memperoleh dengan cara memesan kepada pedagang Batu Akik yang berasal dari luar Sultra.

Penamaan batu akik tersebut didasarkan pada beberapa hal diantaranya adalah mengikuti nama tempat (asal daerah batu), bentuk, corak dan warna. Tujuan penamaan tersebut untuk mempermudah dan mengakrabkan nama Batu Akik tersebut ke telinga peminat atau masyarakat luas. Hampir semua pedagang Batu Akik yang berjualan di pelataran eks. MTQ menjual batu bongkahan dilapak jualan mereka, namun terdapat kurang lebih 20 pedagang yang hanya menjual batu bongkahan sedangkan sisanya pedagang yang mencampur dagangannya dengan jenis jualan lainnya seperti menjual butiran Batu Akik, pengikat Batu Akik, cincin siap pakai dan jasa kerajinan Batu Akik.

Pedagang yang menjual bongkahan Batu Akik kepada pembeli biasanya sudah memotong-motong kecil bongkahan kemudian bongkahan kecil tersebut ditaruh pada wadah yang telah terisi air. Sedangkan sistem penjualannya ada dua yaitu membeli hanya berdasarkan potongan kecil hingga membeli berdasarkan berat per-kilogram.

Adapun pilihan pedagang batu bongkahan lebih memilih hanya menjual batu bongkahan saja disebabkan karena modal yang dibutuhkan untuk membuka usaha tersebut tidak membutuhkan modal besar berbeda dengan ketika menjual berbagai ma-

cam barang seperti gagang cincin, batu cincin siap pakai dan jasa memoles batu (pengrajin Batu Akik).

Pedagang Batu Akik lebih banyak menjual bongkahan Batu Ereke. Hal tersebut dipengaruhi oleh tingginya peminat pembeli dalam mencari dan membeli Batu Ereke. Tingginya minat terhadap batu bongkahan badar perak ereke disebabkan karena batu ini yang terkenal dan telah mendapat pengakuan juara kontes Batu Akik baik di Kota Kendari maupun di luar Kota Kendari. Disamping itu, batu ini memiliki keindahan motif yang sangat beda dengan batu-batu lainnya. Sehingga banyak pembeli/peminat batu akik mencari batu tersebut.

### **b. Menjual Butiran Batu Akik**

Ketika mengunjungi lapak pedagang Batu Akik di kawasan Eks. MTQ tidak sedikit ditemukan pedagang yang juga menjual Batu Akik secara perbutir. Tujuan pedagang menjual secara perbutir yaitu untuk meningkatkan harga jual batu dan memberikan kemudahan pembeli untuk dapat memilih langsung butiran Batu Akik yang disukai. Saat menelusuri lapak pedagang yang menjual butiran Batu Akik di kawasan Eks. MTQ hanya terdapat kurang lebih lapak sedangkan sisanya mereka mencampur dagangannya dengan barang-barang lainnya seperti bongkahan, pengikat dan cincin siap pakai.

Rata-rata mereka yang menjual butiran Batu Akik adalah mereka yang pandai mengrajin Batu Akik (pengrajin). Dalam kesehariannya pedagang ini membutuhkan bongkahan dan mesin (potong/poles) untuk menghasilkan butiran Batu Akik yang siap dijual kepada pembeli. Butiran Batu Akik yang dijual pedagang merupakan butiran yang diolah sendiri dan adapula yang dibeli dari pengrajin lainnya. Dengan menjual butiran Batu Akik seperti dilakukan oleh pedagang di Pelataran eks. MTQ adalah salah satu bentuk meningkatkan nilai jual Batu Akik disamping itu untuk memperoleh ke-

untungan yang lebih. Sedangkan untuk harganya sendiri, pedagang menjual berdasarkan jenis dan harga perbutirnya mulai dari harga Rp. 25.000 sampai diatas Rp. 200.000,-.

### **c. Menawarkan Jasa Kerajinan Batu Akik**

Pada dasarnya pedagang dan pengrajin Batu Akik merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas penjualan Batu Akik. Hal ini disebabkan karena rata-rata pedagang di pelataran Eks. MTQ dapat melakukan pengrajinan Batu Akik. Namun tidak sedikit pula pedagang yang khusus mempekerjakan pengrajin di lapak jualan mereka. Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan terdapat kurang lebih 11 lapak yang khusus menawarkan jasa kerajinan Batu Akik sedangkan sisanya menyatukan dagangannya dengan barang-barang lainnya seperti bongkahan, pengikat Batu Akik dan cincin atau liontin siap pakai.

Dalam aktivitasnya, para pengrajin Batu Akik menggunakan beberapa alat sebagai penunjang dalam membuat kerajinan cincin Batu Akik. Terdapat tiga komponen dalam membuat kerajinan Batu Akik yaitu pemotongan, pemolesan serta pengolahan atau membentuk menjadi cincin Batu Akik siap pakai, setiap komponen memiliki alatnya masing-masing. Adapun peralatan kerja tersebut ialah mesin pemotong, mesin gosok/pemoles dan palu cincin (selongsong/sunglon akik).

Dari hasil wawancara di atas bahwa dalam membuat cincin Batu Akik terdapat beberapa tahap yaitu tahap pemotongan, penggosokkan atau pemolesan batu dan pemasangan batu ke gagang cincin batu. Di mana para pengrajin harus memiliki masing-masing keterampilan dari tahap-tahap tersebut untuk mendapatkan hasil cincin yang bagus. Selain itu, setiap tahap pembuatan Batu Akik memiliki alatnya masing-masing, tahap pemotongan menggunakan

mesin pemotong, tahap menggosok atau memoles menggunakan mesin pemoles batu dan yang terakhir tahap pemasangan batu ke gagang cincin menggunakan besi selongsong/sunglon dan palu mini. Sedangkan untuk membuat hasil cincin Batu Akik lebih mengkilat pengrajin menggunakan serbuk intan dan cairan pengkilat.

Rata-rata pengrajin Batu Akik di pelataran Eks. MTQ mempelajari keterampilan mengrajin Batu Akik secara otodidak dan ada pula yang saling mengajari satu sama lain. Berdasarkan informasi dari pengrajin, mereka membutuhkan waktu kurang lebih satu minggu untuk mempelajari teknik memotong, memoles dan memasang Batu Akik hingga kemudian mereka siap untuk mengrajin batu dari pembeli.

Berdasarkan wawancara di atas menyatakan bahwa, para pedagang di pelataran Eks. MTQ mempelajari teknik kerajinan Batu Akik dengan dua cara yaitu secara otodidak dan mendapat pengetahuan lewat seseorang. Sedangkan waktu yang dibutuhkan pengrajin untuk mempelajari keterampilan ini kurang lebih satu minggu hingga kemudian menerima jasa kerajinan Batu Akik. Bagi pengrajin dibutuhkan ketekunan dan kesabaran untuk mempelajari teknik kerajinan Batu Akik.

Untuk jasa memoles dan memotong Batu Akik, pengrajin mematok harga antara Rp. 25.000 – Rp. 50.000, hal tersebut dilihat dari ukuran batu. Sedangkan tarif membentuk pengikat cincin bervariasi, tergantung dari material yang digunakan. Untuk pengikat cincin bermaterial aluminium sekitar Rp. 50.000, sedangkan ikatan berbahan perak bisa mencapai Rp. 100.000 per cincin.

### **d. Menjual Pengikat Batu Akik**

Setelah bongkahan batu yang diolah oleh pengrajin selesai, agar kemudian dapat digunakan oleh pembeli, Batu Akik tersebut memerlukan pengikat atau ring. Umumnya pengikat Batu Akik terbagi atas beberapa

bentuk yaitu cincin, liontin dan gelang. Adapun pengikat yang dijual oleh pedagang umumnya terbuat dari bahan alloy, besi, kuningan, titanium, emas dan perak. Namun di kawasan Eks. MTQ pengikat yang terbuat dari perak dan emas tidak terlalu massif peredarannya karena harganya mahal dan terbatas.

Ketika mengunjungi kawasan pelataran Eks. MTQ terdapat kurang lebih 5 pedagang yang khusus menjual pengikat Batu Akik dilapak jualan mereka sedangkan sisanya sebagian pedagang yang mencampur dagangannya dengan barang-barang lain seperti pedagang bongkahan dan pengikat cincin, pengrajin dan pengikat cincin serta pedagang cincin siap pakai dan pengikat cincin, namun mereka yang mencampur dagangannya hanya memiliki sedikit pengikat Batu Akik dibanding dengan yang mereka khusus menawarkan pengikat Batu Akik terlihat lebih banyak.

Sebagian besar pedagang yang menjual pengikat Batu Akik di pelataran Eks. MTQ merupakan pedagang pendatang dari luar kota Kendari yaitu berasal dari Bone, Makassar, Pare-pare dan Jakarta. Sedikitnya pedagang yang khusus menjual pengikat Batu Akik disebabkan barang tersebut di order dari Makassar dan Jakarta, belum banyak terdapat di kota Kendari sehingga pedagang lokal hanya mengambil atau membeli ulang pengikat tersebut dari pedagang yang datang dari luar kota Kendari.

Saat penelitian ini dilakukan masih sangat minim pedagang yang menjual pengikat Batu Akik di kawasan eks. MTQ namun hal tersebut diprediksi akan terus bertambah mengingat semakin banyak orang yang mulai menggeluti bisnis ini dan ditambah lagi semakin banyaknya peminat/pembeli Batu Akik yang bermunculan di Kota Kendari.

Adapun jenis pengikat yang dijual pedagang berbeda-beda tergantung dari bahannya, antara lain: alloy, besi, kuningan,

titanium, emas dan perak dan setiap jenis tersebut memiliki harga yang berbeda-beda. Disamping itu pengikat yang terbuat dari bahan emas dan perak tidak terlalu massif peredarannya karena harganya mahal dan terbatas.

#### **e. Menjual Cincin Batu Akik Siap Pakai**

Eksistensi lain yang dilakukan pedagang Batu Akik dalam menawarkan dagangannya ialah menjual cincin batu akik siap pakai. Dengan menjual cincin batu akik siap pakai, pembeli dapat langsung memilih cincin-cincin yang diinginkan. Di kawasan eks. MTQ terdapat pedagang yang khusus menjual cincin siap pakai meskipun terdapat juga pedagang yang mencampur dagangannya dengan barang lainnya (batu bongkahan, butiran, dan pengikat Batu Akik). Di lokasi Eks-MTQ terdapat kurang lebih 8 lapak yang menjual cincin Batu Akik siap pakai.

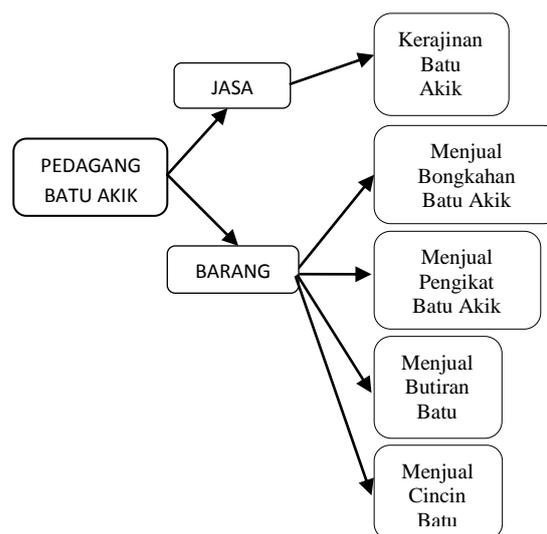
Pada umumnya pedagang di kawasan Eks. MTQ menjual cincin Batu Akik siap pakai merupakan hasil buatan sendiri, meskipun terdapat juga pedagang yang membeli cincin-cincin tersebut dari pengrajin Batu Akik lainnya. Di lapak pedagang yang menjual cincin Batu Akik siap pakai tidak hanya menjual aksesoris cincin saja tetapi juga menjual liontin dan gelang Batu Akik siap pakai namun jumlah cincin yang berada dilapak pedagang memiliki jumlah yang lebih banyak dibanding liontin dan gelang Batu Akik.

Kebanyakan mereka yang menjual cincin kepada pembeli menawarkan kualitas cincin yang jauh lebih bagus dibanding cincin yang lainnya, hal tersebut dapat dilihat dari motif, keindahan batu, serta asal batu dan tidak sedikit pedagang cincin yang juga menawarkan batu permata yang sudah cukup terkenal di kalangan pencinta Batu Akik seperti Safir asal Srilangka dan Zamrud asal Siberia. Sedangkan cincin Batu Akik asal luar Sultawesi Tenggara pedagang biasa menjajakan cincin Batu Akik

seperti cincin batu bacan asal Ternate, Giok Aceh asal Aceh, Pancawarna Garut asal Garut, Sojol asal Sulteng dan untuk cincin Batu Akik asal Sultra seperti cincin Batu Akik badar perak Ereke asal Buton Utara, batu Kabaena asal Bombana, Batu Akik Wawonii asal Konawe Kepulauan.

Para pedagang cincin Batu Akik juga biasanya menawarkan kepada pembeli aneka jenis Batu Akik yang memiliki khasiat tertentu, seperti Batu Sojol memiliki khasiat apabila digunakan akan memberi kekuatan kepada pemakaiannya, adapun batu lainnya yaitu Batu Jahanam dari Loloda Halmahera Utara memiliki khasiat melancarkan peredaran darah, meningkatkan vitalitas dan stamina pria saat berhubungan suami istri, sedangkan Batu Safir dan Zamrud merupakan batu yang sejak dahulu kala sudah cukup terkenal dikalangan pecinta Batu Akik, batu ini dahulunya dipakai oleh para bangsawan, raja-raja dan pembesar negara sebagai simbol keagungan dan kekuasaan sehingga mereka yang memakai batu ini dipercaya akan memberi keuntungan dan memiliki derajat yang tinggi.

Pedagang mematok harga berdasarkan jenis dan kualitas batu meliputi: 1) asal batu cincin, yaitu pedagang mematok dari mana batu tersebut berasal. Apabila batu tersebut berasal dari luar negeri seperti cincin Batu Akik Safir asal Srilangka akan memiliki harga yang cukup mahal dibanding dengan batu yang berasal dari dalam negeri; 2) motif batu, yaitu pedagang melihat dari segi nilai seni batu, ketika cincin batu tersebut memiliki motif yang bagus dan indah akan memiliki harga yang cukup mahal; 3) sejarah dan pengalaman cincin batu dalam mengikuti kontes cincin Batu Akik. Ketika cincin batu tersebut pernah memenangi lomba cincin Batu Akik (sertifikat) tentu harga batu tersebut akan lebih tinggi dibanding cincin Batu Akik lainnya.



Bagan 1. Eksistensi Pedagang Batu Akik di Pelataran Eks. MTQ Kota Kendari

Bagan diatas menggambarkan bahwa Eksistensi Pedagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ dapat dilihat dari dua hal yaitu Barang dan Jasa yang ditawarkan. Barang yang dijual meliputi bongkahan Batu Akik, pengikat Batu Akik, butiran Batu Akik, cincin Batu Akik siap pakai dan jasa kerajinan Batu Akik.

#### D. STRATEGI PEDAGANG BATU AKIK DI EKS. MTQ

Ada beberapa strategi yang dilakukan pedagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ dalam menjual dagangannya kepada pembeli untuk memperoleh keuntungan dan mempertahankan eksistensi usahanya, antara lain:

##### 1. Pemilihan lokasi Lapak yang Strategis

Dalam menjalankan usaha, pemilihan lokasi menjadi faktor utama dalam mendapatkan banyak pembeli. Sehingga dalam melakukan aktivitas usaha pemilihan lokasi menjadi hal yang sangat penting untuk dipertimbangkan. Begitu pula sebagian pedagang Batu Akik di pelataran Eks. MTQ memilih lokasi lapak yang berdekatan dengan jalan masuk ke kawasan penjualan batu akik di pelataran Eks. MTQ. Hal tersebut

disebabkan lokasi jalan masuk menjadi tempat yang banyak dilewati pembeli dan juga pedagang beranggapan bahwa ketika pembeli datang maka lapak yang berada di jalan masuk menjadi lapak yang pertama dikunjungi oleh pembeli. Oleh sebab itu, ketika mengunjungi pelataran Eks. MTQ kawasan yang menjadi daerah padat pedagang Batu Akik yaitu area jalan masuk ke lokasi jual-beli Batu Akik.

## 2. Menurunkan harga Batu Akik

Pedagang batu akik di pelataran Eks. MTQ dalam menawarkan harga kepada pembeli berbeda-beda hal tersebut disesuaikan dengan batu yang dijual dan nilai yang dianggap pantas untuk batu tersebut. Pada dasarnya batu-batu yang dijual pedagang tidak mempunyai ukuran standar harga yang tetap namun penjualan Batu Akik tergantung pada proses transaksi dan negosiasi yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli. Sebagai contoh batu Bacan jauh lebih mahal dibanding batu Ereke hal ini dikarenakan batu tersebut dianggap jauh lebih bagus dan memiliki kualitas yang tinggi jika dibandingkan dari batu Ereke. Oleh karena itu harga batu akik yang diperjualbelikan oleh pedagang tidak memiliki standar harga yang ditetapkan oleh pedagang. Hal tersebut tergantung pada proses transaksi dan tawar-menawar yang dilakukan antara pedagang dan pembeli. Sehingga tidak sedikit pedagang batu akik di pelataran eks. MTQ menurunkan harga sebagai bentuk strategi dalam menarik pembeli.

## 3. Membangun kerjasama antar pedagang

Kerjasama antar pedagang menjadi salah satu strategi yang dilakukan pedagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ untuk mempertahankan usahanya. Kerjasama itu terlihat dari komunikasi yang terbangun antar pedagang satu dengan yang lain. Bentuk kerja sama tersebut dapat dilihat dalam contoh: ketika pedagang A mendapat pem-

beli yang menanyakan batu jenis A dan pada saat itu stok barang jenis batu A di lapak Pedagang A lagi kosong maka pedagang A akan mendatangi pedagang B untuk menanyakan stok batu jenis A yang dijual oleh pedagang B. Apabila stok batunya masih ada, maka pedagang A akan mengambil dan menjualkan batu tersebut kepada si pembeli dengan harga yang telah dinaikkan sedikit oleh pedagang A. Strategi itu dilakukan pedagang untuk dapat mengambil keuntungan meskipun stok batu dilapak pedagang tersebut lagi kosong tetapi dengan menjalin kerjasama antar pedagang maka hal tersebut dapat diatasi.

Terkadang pedagang di pelataran eks. MTQ memiliki stok batu yang terbatas sehingga untuk mengantisipasi tersebut pedagang membangun hubungan kerjasama dengan pedagang lain untuk melancarkan aktifitas jual-beli mereka.

Dengan memanfaatkan hubungan relasi, maka pedagang akan memperoleh keuntungan dari penjualan tersebut. Disamping itu, mereka mengambil keuntungan dengan menaikkan harga sedikit lebih tinggi dari harga yang sebenarnya dijual oleh pedagang lain, hal itu bertujuan untuk sama-sama mendapatkan keuntungan.

## 4. Menjual secara Online

Ditengah berkembang pesatnya teknologi komunikasi dan semakin tingginya pengguna internet (*online*) membuat pedagang Batu Akik menjadikan media internet sebagai salah satu cara untuk menawarkan dagangannya kepada pembeli. Pemanfaatan media internet dapat dilihat dari cara pedagang menjual dagangannya secara online dengan memanfaatkan media sosial seperti BBM (Blackberry Messenger) dan Facebook. Alasan penggunaan dua media itu disebabkan karena media sosial tersebut cukup mudah digunakan dan masih sangat familiar dikalangan masyarakat.

## **5. Menerima pesanan batu akik**

Pedagang Batu Akik di pelataran Eks. MTQ juga membuka jasa pemesanan aneka batu sebagai bentuk strategi penjualan mereka. Hal tersebut dilakukan pedagang sebagai bentuk untuk memenuhi keinginan pembeli. Melihat stok batu yang dijual pedagang cenderung terbatas membuat pedagang berinisiatif untuk membuka pemesanan Batu Akik di lapak mereka. Hal tersebut tergambar dari lapak mereka yang terdapat informasi mengenai menerima pemesanan aneka jenis Batu Akik. Namun tidak semua pedagang di pelataran eks. MTQ menawarkan jasa pemesanan Batu Akik. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan pendapatan pedagang, para pedagang di pelataran eks. MTQ membuka jasa pemesanan batu sebagai strategi untuk memenuhi keinginan pembeli. Jenis batu yang di pesan oleh pembeli merupakan batu-batu kelas (langkah) sehingga untuk mengantisipasi hal tersebut pedagang menerima jasa pemesanan Batu Akik sebagai bentuk untuk menambah pendapatan mereka. Rata-rata yang dipesan oleh pembeli diperoleh pedagang dari pedagang lain yang berada diluar Kota Kendari (daerah Jakarta & Jawa).

Saat menerima pesanan Batu Akik pedagang akan menawarkan harga yang cenderung lebih tinggi dibanding harga normalnya hal tersebut disebabkan karena pedagang mengkalkusikan harga batu tersebut dengan biaya ongkos kirim ditambah keuntungan yang akan diambil sehingga menyebabkan harga batu yang dipesan tersebut cenderung lebih mahal. Di samping itu pembeli harus bersabar saat melakukan pesanan Batu Akik kepada pedagang, karena barang yang dipesan biasanya akan baru tiba 2 hingga 3 hari. Hal ini disebabkan karena pedagang menggunakan jasa pengiriman (POS/TIKI/JNE) saat memesan batu yang diinginkan pembeli.

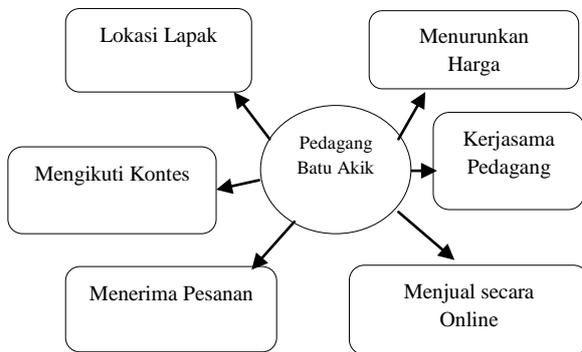
## **6. Mengikuti konteks atau lomba batu akik**

Dalam meningkatkan harga jual batu akik serta menumbuhkan minat pembeli terdapat Batu Akik, biasanya para pedagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ mengikuti aneka lomba maupun kontes Batu Akik yang dilaksanakan oleh pihak pemerintah maupun swasta. Tujuan pedagang mengikuti kontes tersebut yaitu untuk mempromosikan diri mereka kepada pembeli selain itu untuk menaikkan harga jual batu akik yang telah mereka ikutkan dalam lomba Batu Akik. Saat penelitian ini dilakukan terdapat kurang lebih 3 perlombaan kontes Batu Akik yang terselenggara di Kota Kendari yaitu pertama, Kontes Batu Akik yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Kendari pada kegiatan Festival Nambo berlangsung I Pantai Nambo, dari tanggal 4 s/d 6 April 2015; kedua Pameran dan Kontes Batu Permata Sultra 2015 yang diselenggarakan oleh Double's Café berlangsung pada tanggal 16 s/d 17 Mei 2015 bertempat di Double's Café Kendari; ketiga Konteks Batu Akik yang diselenggarakan oleh Polda Sultra dalam kegiatan Bhayangkara Expo 2015 yang berlangsung di kawasan eks. MTQ pada tanggal 8 s/d 14 Juni 2015. Pameran dan kontes batu itu bertujuan untuk mengenalkan batu-batu lokal yang ada di Sultra kepada masyarakat.

Berdasarkan pelaksanaan kontes Batu Akik dan permata yang selama ini berlangsung, pihak penyelenggara membagi kelas dan kriteria yang dilombakan. Seperti kategori lomba kelas batu lokal Sultra dan kategori lomba kelas batu umum (bebas). Dalam kategori lomba kelas batu lokal Sultra, jenis batu yang diperlombakan adalah batu-batu lokal yang berasal dari daerah Sultra seperti batu Ereke, batu Aspal Buton, batu Wawonii, batu Kabaena dan batu lainnya, sedangkan kategori lomba kelas batu umum adalah jenis batu yang diperlombakan adalah batu yang berasal dari luar daerah Sultra, seperti batu giok aceh, batu

garut, batu bacan dan jenis batu lainnya. Adapun bentuk penilaian didasarkan pada 4 kriteria atau patokan yang sering disebut sebagai patokan tradisional yang sering disebut penilaian empat C, yakni warna (color), potongan (cut), kejernihan (clarity) dan kristal (crystal).

Cincin Batu Akik yang telah memenangkan kontes batu, cenderung memiliki nilai jual yang lebih tinggi dibanding batu sejenisnya yang tidak pernah memenangkan lomba. Sehingga dengan mengikuti kontes Batu Akik para pedagang secara tidak langsung sedang meningkatkan harga jual Batu Akik mereka. Hal tersebut menjadi salah satu strategi yang digunakan pedagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ.



Bagian 2. Strategi Pedagang Batu Akik di Pelataran Eks. MTQ dalam mempertahankan usahanya

Bagan di atas menggambarkan bahwa Strategi pedagang Batu Akik dipelataran eks. MTQ dalam mempertahankan usahanya dilakukan dengan beberapa hal yaitu memilih lokasi lapak yang strategis, menurunkan harga Batu Akik, membangun kerjasama antar pedagang Batu Akik, menjual atau menawarkan Batu Akik secara online, menerima jasa pemesanan Batu Akik dan mengikuti kontes Batu Akik.

## E. PENUTUP

Pada dasarnya eksistensi pedagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ tidak hanya sekedar dilihat dari segi aktivitas ekonomi, tetapi eksistensi mereka dalam berdagang Batu Akik dapat dilihat dari dua hal

yaitu barang dan jasa yang ditawarkan. Kedua eksistensi tersebut mengakibatkan terjadinya pengklasifikasian pedagang dalam berdagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ, klasifikasi pedagang tersebut seperti pedagang yang menjual batu bongkahan, cincin Batu Akik siap pakai, pengikat Batu Akik, butiran Batu Akik dan jasa kerajinan Batu Akik.

Adapun dalam mempertahankan usahanya para pedagang Batu Akik di pelataran eks. MTQ biasanya menggunakan strategi tertentu dalam menawarkan dan menjual Batu Akik kepada pembeli. Strategi-strategi tersebut ialah memilih lokasi lapak yang strategis, menurunkan harga Batu Akik, membangun hubungan kerjasama antar pedagang Batu Akik, menjual/menawarkan Batu Akik secara online, menerima jasa pemesanan Batu Akik, hingga mengikuti berbagai kontes Batu Akik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Geertz, Clifford. 1977. *Penjaja dan Raja*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Hans-dieter evers. 1991. *Ekonomi Bayangan dan Sektor Informal* dalam prisma 5 Mei 1991. Jakarta: LP3ES.
- Maleong. 1994. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Galang Press.
- Manning, Chris dan Tadjuddin Noer Effendi. 1996. *Urbanisasi, Pengangguran, dan Sektor Informal di Kota*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Spradley, James P. 1997. *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sutrisno, Mudji. 2005. *Teori-teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suparlan, Parsudi. 1984. *Manusia, Kebudayaan, dan Lingkungan*. Jakarta: Rajawali Press.

- Wirosarjono. 1985. *Pengertian Batasan dan Masalah Sektor Informal* dalam Prisma 3. Jakarta: LP3ES.
- Yustika, Ahmad Erani. 2000. *Industri-alisasi Pinggiran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pawitro, Udjiyanto. 2011. Makalah Presentasi dalam Seminar Nasional SCAN # 02. *Tren Kawasan Perkotaan – Industri Property dan Gaya Hidup Metropolitan*([http://www.academia.edu/4732468/TREND\\_KAWASAN\\_PERKOTAAN\\_INDUSTRI\\_PROPERTY\\_DAN\\_GAYA\\_HIDUP\\_METROPOLITAN](http://www.academia.edu/4732468/TREND_KAWASAN_PERKOTAAN_INDUSTRI_PROPERTY_DAN_GAYA_HIDUP_METROPOLITAN) diakses pada tanggal 03 April 2015).
- <http://www.sultrakini.com/2014/content/view/48404/59/>