

PERILAKU PEDAGANG PASAR SENIN DAN PASAR MODREN DI KECAMATAN RAMBAH KABUPATEN ROKAN HULU

Oleh : Indri Ariyani

Email: indriariyani9@gmail.com

Pembimbing : Dra. Indrawati, M.Si

Indrawati@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas KM. 12,5 Simpang Baru

Pekanbaru 28293 Telp/ FAX 0761-63272

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Pasar Senin dan Pasar Modern Kota Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. Permasalahan yang diteliti adalah tentang bagaimana perilaku pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rohulserta faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang di Pasar Senin dan Pasar Modern. Dalam memilih subjek penelitian dilakukan dengan cara menetapkan kriteria tertentu (purposive sampling) .Untuk proses pengumpulan data, penulis menggunakan pedoman wawancara dan melakukan wawancara mendalam kepada semua subjek penelitian dengan tujuan mendapatkan data yang valid. Hasil dalam penelitian ini menjelaskan bahwapPerilaku pedagang Pasar Senin dalam menetapkan harga sudah sesuai standar, dan akan terdapat penambahan produk jika terjadi pembelian dalam jumlah yang cukup banyak. Sedangkan perilaku pedagang Pasar Modern Pasir Pengaraian tidak melakukan penambahan produk jika terjadi pembelian dalam jumlah banyak. Perilaku pedagang Pasar Senin dalam menetapkan harga sudah sesuai standar, dan akan terdapat penambahan produk jika terjadi pembelian dalam jumlah yang cukup banyak. Pedagang di pasar Senin dan Pasar Modern Pasir Pengaraian menjaga kualitas produk, namun pedagang di Pasar Senin masih menawarkan produk yang sudah berkurang kualitasnya.

Kata Kunci: Perilaku, Pedagang, Pasar, Tradisional, Modern

BEHAVIOR OF SENIN MARKET TRADERS AND MODERN MARKETS, RAMBAH ROKAN HULU DISTRICT

By: Indri Ariyani

indriariyani9@gmail.com

Supervisor: Dra.indrawati.M.Si

indrawati@lecturer.unri.ac.id

Department of Sociology Faculty of Social and Political Sciences

Universitas Riau

Campus of Bina Widya Jalan H.R.Soebrantas, Km 12,5 Simpang Baru

Pekanbaru Riau 28293. Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This research was conducted at the Monday Market and Modern Market, Pasir Pengaraian City, Rokan Hulu Regency. The problems studied are about how the behavior of the Monday Market and Modern Market traders in Rambah District, Rohul Regency as well as the factors that influence the behavior of traders in the Monday Market and Modern Market. In selecting research subjects, it was done by setting certain criteria (purposive sampling). For the data collection process, the authors used interview guidelines and conducted in-depth interviews with all research subjects with the aim of obtaining valid data. The results in this study explain that the behavior of Pasar Senin traders in setting prices is in accordance with the standard, and there will be additional products if there are purchases in sufficient quantities. Meanwhile, the behavior of the Pasir Pengaraian Modern Market traders does not add products if there are purchases in large quantities. The behavior of Pasar Senin traders in setting prices is in accordance with the standard, and there will be additional products if there are purchases in sufficient quantities. Traders at Pasar Senin and Pasar Modern Pasir Pengaraian maintain product quality, but traders at Pasar Senin still offer products that have decreased in quality.

Keywords: Behavior, Traders, Market, Traditional, Modern

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kehidupan manusia tidak terlepas dari usaha- usaha ekonomi, dimana usaha ekonomi ialah isyarat terdapatnya kehidupan guna memenuhi kebutuhan. Upaya manusia memenuhi kebutuhan telah terdapat semenjak manusia dilahirkan. Aktivitas untuk memenuhi kebutuhan tersebut membutuhkan tempat selaku fasilitas pendukung yang diketahui dengan pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual serta pembeli untuk melaksanakan transaksi ekonomi ialah membeli serta menjual serta jasa ataupun sumber energi ekonomi ataupun faktor- faktor penciptaan yang lain.

Pasar sepanjang ini telah menyatu serta mempunyai tempat yang sangat berarti dalam kehidupan warga tiap hari, untuk warga pasar bukan cuma tempat bertemunya antara penjual serta pembeli namun pula selaku wadah untuk berhubungan sosial. Para pakar ekonomi mendeskripsikan suatu pasar selaku kumpulan penjual serta pembeli yang melaksanakan transaksi atas sesuatu produk tertentu ataupun kelompok produk tertentu (Hakim, 2005: 97).

Secara universal warga memahami 2 tipe pasar ialah pasar tradisional serta pasar modern. Keduanya mempunyai karakteristik yang berbeda bila dilihat dari bangunan, tempat berjualan, sistem jual beli yang dicoba. Pasar tradisional biasanya terdiri dari los ataupun tenda, tidak permanen, serta lingkungannya tidak aman sebab becek, kotor, bau, serta tidak nyaman. Pasar modern umumnya mempunyai bangunan yang megah serta permanen, sarana yang mencukupi, aman, nyaman, banyaknya diskon yang ditawarkan serta harga terjangkau tentu.

Sosiologi memandang pasar selaku fenomena yang lingkungan dengan bermacam berbagai perangkatnya. Pasar bisa ditatap dari sudut yang bermacam- macam misalnya pasar ialah sesuatu struktur yang padat dengan jaringan sosial ataupun yang penuh dengan konflik serta persaingan (Damsar serta Indrayani, 2009: 254). Pemikiran sosiologi tentang pasar menuju pada artian yang lebih lingkungan. Sosiologi memandang kalau di dalam pasar ada bermacam berbagai fenomena yang bisa dibahas, tidak cuma memandang kalau pasar cuma selaku tempat ataupun fasilitas pertukaran antara penjual dengan pembeli saja, tetapi lebih dari hanya itu, di dalam pasar banyak fenomena yang bisa dikaji.

Pasar selaku wadah untuk berhubungan sosial hendak membentuk sesuatu sistem sosial bersumber pada norma- norma yang disepakati oleh para anggota warga yang bersangkutan. Sikap sosial tersebut dicoba secara berpola oleh segala orang, sehingga melahirkan sesuatu kebudayaan yang jadi pedoman warga pendukungnya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya (Koentjaraningrat, 2000: 25).

Pasar telah jadi bagian dari kehidupan warga, banyak warga yang tergantung pada terdapatnya pasar. Pasar yang sangat gampang ditemukan dikala ini salah satunya merupakan pasar tradisional. Pasar tradisional biasanya bangunan biasa yang terdiri dari kios ataupun gerai, los serta dataran terbuka yang dibuka penjual maupun pihak pengelola pasar, dan area dekat yang kurang aman, becek, kotor serta bau. Mayoritas orang dagang pasar tradisional menjual kebutuhan tiap hari berbentuk bahan santapan semacam daging, ikan, sayur- mayur, buahan serta lain sebagainya.

Kegiatan orang dagang pasar tradisional merupakan memperdagangkan beberapa barang yang dimilikinya kepada konsumen. Salah satu tipe orang dagang yang ada di pasar tradisional merupakan orang dagang kaki 5. Keberadaan orang dagang kaki 5 ini pada dasarnya banyak diakibatkan bermacam aspek, khususnya fasilitas perdagangan yang disediakan tidak sanggup menampung segala orang dagang. Kenaikan pemasukan retribusi pasar serta pula pasar selaku tempat para orang dagang berjualan buat menjualkan benda dagangannya, serta pasar selaku tempat membeli kebutuhan tiap hari yang sangat besar khasiatnya kepada warga, disamping itu pasar pula menampung tenaga kerja yang bertabiat non resmi. Orang dagang pasar membeli benda dagangan disesuaikan dengan kebutuhan yang hendak dijual tiap hari, mengingat keterbatasan fasilitas prasarana yang dimiliki oleh orang dagang. Perihal ini jauh berbeda dengan keadaan yang terdapat di pasar modern.

Pasar modern ialah tipe pasar yang menjual produknya dengan harga cocok, sehingga di dalamnya tidak hendak terdapat aktivitas tawar menawar pada harga benda antara pihak penjual serta pula pihak pembeli. Dengan kata lain dipasar modern penjual serta pembeli tidak melaksanakan kegiatan transaksi secara langsung. Pembeli cumalah memandang label harga dari sesuatu produk yang mau dibeli. Kala telah memutuskan buat membeli produk tersebut, pembeli nantinya hendak dilayani dengan mandiri oleh kasir/pramuniaga. Keberadaan pasar modern pula memunculkan anggapan yang berbeda-beda dari tiap golongan warga. Terdapat kelompok warga yang berpandangan positif

terhadap keberadaan pasar modern. Untuk warga kelas menengah ke atas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan sebab mereka bisa berbelanja dengan aman serta bebas di pasar modern. Hendak namun, tidak tidak sering yang mempunyai pemikiran negatif atas keberadaan pasar modern.

Pertumbuhan teknologi dikala ini pula mempengaruhi dengan keberadaan pasar modern baik dari segi transaksi jual beli, benda yang diperjualbelikan, tempat ataupun media jual beli yang digunakan. Bersamaan berjalannya waktu keberadaan pasar modern terus menjadi besar serta mempunyai gedung yang besar serta luas memasarkan bahan-bahan baju serta beberapa barang yang bermutu buat kepuasan konsumen.

Aktivitas perekonomian di pasar pada prinsipnya didasarkan pada kebebasan bersaing, baik dari sisi orang dagang ataupun dari pembeli. Penjual mempunyai kebebasan buat memastikan benda apa saja yang hendak dijual sebaliknya pembeli mempunyai kebebasan memilah ataupun membeli benda yang cocok dengan kebutuhan serta energi belinya. Persaingan yang lumayan besar menimbulkan orang dagang selaku pelakon bisnis melaksanakan seluruh metode sehingga menjurus kepada sikap orang dagang yang menyimpang dalam melakukan aktivitas berdagang. Pada riset ini penulis memilah melaksanakan riset sikap orang dagang di pasar senin serta pasar modern Pasir Pengaraian. Jarak antara pasar senin dengan pasar modern dekat 5, 2 kilometer dengan waktu tempuh 12 menit. Alibi penulis memilah pasar senin merupakan pasar senin ialah pasar yang lumayan lama beroperasi di Pasir Pengaraian. yang ialah salah satu pesaing untuk pasar modern.

Hasil observasi dan studi pustaka memberikan gambaran sekelumit permasalahan yang mencuat sekelumit kasus yang timbul berkaitan dengan sikap orang dagang pasar senin serta pasar modern di Pasir Pengaraian selaku berikut:

1. Masih terdapat orang dagang yang kurang takaran dari timbangan sehingga pembeli merasa dirugikan.
2. Masih terdapat orang dagang yang melaksanakan pengoplosan benda mutu kurang baik dengan yang mutu bagus.
3. Perbandingan harga antara orang dagang yang satu dengan orang dagang yang lain.
4. Orang dagang berlagak ramah dalam melayani pembeli
5. Orang dagang tidak jujur dengan menggabungkan benda mutu rendah dengan benda yang bermutu bagus.

Pembeli ataupun konsumen mendambakan terdapatnya ketentruman serta penyeimbang dalam berbelanja khususnya di pasar tradisional yang diharapkan dapat bebas dari penipuan serta kecurangan mengingat harga yang ditawarkan sangat berbeda jauh dari harga pasar modern. Bila orang dagang melaksanakan kecurangan hendak menimbulkan pembeli merasa tidak aman buat berbelanja ke pasar. Tidak hanya itu perilaku orang dagang dalam melayani pembeli pula jadi bawah pembeli buat kembali berbelanja kepada orang dagang tersebut.

Bersumber pada penjelasan di atas hingga penulis tertarik buat melaksanakan riset dengan judul **“Perilaku Pedagang Pasar Senin Dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu?”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perilaku pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rohul?
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rohul?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perilaku pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu

Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka tujuan manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai sumber informasi bagi pemerintah atau pihak-pihak terkait dalam menetapkan kebijakan terhadap perilaku pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rohul
2. Sebagai sumbangsih penulis

terhadap kajian ilmu Sosiologi tentang masalah perilaku pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu

3. Sebagai sumber informasi lebih lanjut dalam penelitian yang sama.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perilaku

Dalam kehidupan tiap hari sebutan sikap disamakan dengan tingkah laku. Bagi Koentjaraningrat dilansir oleh Rokhmad Prastowo yang diartikan tingkah laku merupakan sikap manusia yang prosesnya tidak terencana dalam gennya ataupun yang tidak mencuat secara naluri saja, namun selaku sesuatu perihal yang wajib dijadikan kepunyaan dirinya dengan belajar(Prastowo, 2008: 30).

Sikap ialah hasil daripada seluruh berbagai pengalaman dan interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam wujud pengetahuan, perilaku serta aksi. Sikap ialah reaksi/ respon seseorang orang terhadap stimulus yang berasal dari luar ataupun dari dalam dirinya (Notoatmojo, 2010). Sebaliknya bagi Wawan(2011) Sikap ialah sesuatu aksi yang bisa diamati serta memiliki frekuensi khusus, durasi serta tujuan baik disadari ataupun tidak. Sikap merupakan kumpulan bermacam aspek yang silih berhubungan.

Konsep Pedagang

Orang dagang merupakan orang yang melaksanakan usaha berjalan, usaha kerajinan, ataupun

usaha pertukaran kecil, orang dagang pula dapat di artikan orang yang dengan moral relatif bermacam- macam yang berupaya di bidang penciptaan serta penjualan benda ataupun jasa- jasa buat penuhi kebutuhan kelompok warga. Orang dagang ialah pelakon ekonomi yang sangat berpengaruh dalam zona perdagangan sebab kontribusinya merupakan selaku penghubung dari produsen ke konsumen kesejahteraan seseorang orang dagang bisa diukur dari penghasilannya, oleh sebab itu faktor- faktor yang pengaruhi pemasukan orang dagang wajib dicermati biar pemasukan orang dagang normal serta kesejahteraan bertambah sehingga aktivitas jual- beli di pasar senantiasa berjalan mudah, jumlah orang dagang yang terdapat hendak senantiasa bertahan serta terus menjadi meningkat. Pedagang dikategorikan menjadi tiga bagian yakni:

1. Pedagang besar distributor /agen tunggal
Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen
2. Pedagang menengah/agen grosir
Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan dibeli daerah kekuasaan penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

3. Pedagang eceran/pengecer
Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.

Konsep Pasar

Dalam Keputusan Menteri Perindustrian serta Perdagangan No 23/ MPP/ KEP/ 1/ 1998 tentang Lembaga- Lembaga Usaha Perdagangan, pasar didefinisikan selaku tempat bertemunya pihak penjual serta pembeli buat melakukan transaksi di mana proses jual beli tercipta. Pasar bagi kelas pelanyannya bisa digolongkan jadi pasar tradisional serta pasar modern, sebaliknya bagi watak perindustriannya bisa digolongkan jadi pasar eceran serta pasar grosir. Istilah pasar mengandung pengertian yang beraneka ragam. Ada yang mendefinisikannya sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, dan terjadinya perpindahan kepemilikan. Selain itu ada pula definisi yang menyatakan bahwa pasar adalah permintaan yang dibuat oleh sekelompok pembeli potensial terhadap suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2008:59).

Pendapat senada juga dikemukakan oleh Mankiw, yang menyatakan bahwa pasar adalah sekelompok pembeli dan penjual dari suatu barang atau jasa (Gregory, 2006:78). Sedangkan menurut teori makro ekonomi (Ensiklopedia Ekonomi Bisnis dan Management, 1992:44), pasar merupakan suatu wujud abstrak dari suatu mekanisme ketika

pihak pembeli dan penjual bertemu untuk mengadakan tukar-menukar.

Menurut Sudarman (2004:8) pasar mempunyai lima fungsi utama. Kelima fungsi utama ini menunjukkan pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh setiap sistem ekonomi. Dalam sistem ekonomi persaingan sempurna, pasar menjawab semua pertanyaan-pertanyaan tersebut. Dalam sistem ekonomi komunistis, dilain pihak pertanyaan-pertanyaan tersebut dijawab oleh para perancang negara. Fungsi-fungsi tersebut adalah:

1. Pasar menetapkan nilai (*set value*).
Fungsi ini memecahkan masalah penentuan apa yang harus dihasilkan oleh suatu perekonomian.
2. Pasar mengorganisir produksi.
Dengan adanya harga-harga faktor produksi di pasar, maka akan mendorong produsen memilih metode produksi yang paling efisien.
3. Pasar mendistribusikan barang.
Hal ini menyangkut pertanyaan-pertanyaan untuk siapa barang dihasilkan. Kemampuan seseorang untuk membeli barang tergantung pada penghasilannya.
4. Pasar berfungsi menyelenggarakan penjatahan (*rationing*). Penjatahan adalah inti dari adanya harga.
5. Pasar mempertahankan dan mempersiapkan keperluan di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tipe penelitian yang penulis gunakan adalah tipe penelitian dengan metode penelitian kualitatif karena peneliti

mengumpulkan data dengan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan cara melakukan pengamatan ditempat penelitian dengan jelas, sehingga data memberikan keterangan lengkap mengenai perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, karena untuk mengetahui perilaku pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern melalui wawancara dengan pelaku usaha dan mengamati secara langsung terhadap perilaku pedagang saat melakukan transaksi jual beli. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, makna data yang sebenarnya, data yang pasti merupakan suatu nilai yang ada (Sugiyono, 2017:26).

Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini terletak di Pasar Senin dan Pasar Modern Kota Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu.

Key Informan Penelitian

Subjek penelitian adalah individu atau orang yang berada dalam situasi sosial yang ditetapkan sebagai pemberi informasi dalam sebuah penelitian

Sumber Data Data Primer

Sarwono (2006:16) Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli ataupun pertama. Data primer adalah data yang didapat langsung oleh peneliti dari lapangan. Adapun data

primer dari penelitian ini adalah data dari pedagang yaitu hasil dari wawancara yang diberikan oleh para pedagang pasar.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung berupa dokumentasi, laporan, struktur organisasi, tugas dan fungsi, standar operasional prosedur, dan pendukung lainnya. Peneliti juga mengambil data-data yang relevan dari buku-buku literature dan internet sesuai data yang diperlukan untuk memperjelas penilaian yang dilakukan.

Teknik Pengumpulan Data Teknik Wawancara

Wawancara yakni teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Wawancara dilakukan dengan cara penyampaian sejumlah pertanyaan dari pewawancara kepada narasumber Sugiyono (2013:198). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi terkait dengan perilaku pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rohul.

Teknik Observasi

Menurut Moleong (2013:125) teknik pengumpulan data observasi merupakan teknik yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung, pengamatan dilakukan dengan mengamati dan mencatat semua peristiwa yang bertujuan untuk mengetahui dan mendapatkan kebenaran atau fakta yang ada di lapangan. Teknik observasi pada penelitian ini berupa pengamatan yang dilakukan di sejumlah pasar yang tersebar di Kota Pasir Pengaraian. Pengamatan yang dilakukan untuk melihat perilaku

pedagang Pasar Senin dan Pasar Modern di Kecamatan Rambah Kabupaten Rohul.

Teknik Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang (Sugiyono, 2013: 240). Dokumentasi dalam penelitian ini adalah pengumpulan data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa, catatan atau transkrip, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dokumentasi yang diperlukan dalam penelitian ini adalah berupa data penelitian yang peneliti butuhkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap individu memiliki perilaku, watak dan sifat yang berbeda-beda. Begitu juga halnya dengan perilaku pedagang pasar Senin yang berada di Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Beberapa aspek perilaku pedagang pasar Senin berkaitan dengan takaran timbangan, kualitas barang/produk, keramahan, penepatan janji, pelayanan, empati pada pelanggan, persaingan sesama pedagang, pembukuan transaksi. Untuk selengkapnya dapat diuraikan sebagai berikut:

Perilaku Pedagang terkait Takaran/Timbangan

Takaran ataupun timbangan ialah dimensi yang senantiasa serta senantiasa digunakan buat sesuatu pekerjaan serta tidak boleh ditambah ataupun dikurangi. Timbangan ataupun takaran merupakan perihal yang wajib dicermati oleh orang dagang demi kepuasan pembeli. Timbangan diambil dari kata imbang yang maksudnya banding, timbalan,

bandingan (Dawwah, 2008: 58). Pembeli hendak merasa puas apabila transaksi yang dia jalani transparan serta tidak terdapat yang ditutup-tutupi. Menyempurnakan takaran ataupun timbangan ialah syarat yang harus dipatuhi oleh tiap orang.

Timbangan serta takaran merupakan tipe perlengkapan pengukuran benda yang sangat universal dalam perdagangan serta jual beli. Apalagi, sebagian benda yang umumnya dimeter ataupun dihitung satuannya pula diperjual belikan dengan timbangan ataupun takaran, misalnya kain kiloan, telur kiloan, ayam kiloan, serta lain sebagainya. Tetapi dalam realitas tidak seluruh orang dagang berlaku jujur dalam menimbang, menakar ataupun mengukur (Mudjahidin, 2013: 10).

Perilaku Pedagang terkait Kualitas Produk

Mutu benda ataupun produk ialah tingkatan baik buruknya sesuatu produk. Mutu produk ialah atribut ataupun watak yang dideskripsikan di dalam produk serta digunakan buat penuhi harapan-harapan pelanggan. Mutu produk ialah perihal yang berarti yang wajib diusahakan oleh tiap orang dagang bila mau benda yang dihasilkan bisa bersaing di pasar buat memuaskan kebutuhan serta kemauan pelanggan. Bagi Kotler serta Keller (2016: 392) mutu produk merupakan kepribadian ataupun watak yang dipunyai oleh suatu produk yang bisa penuhi kebutuhan ataupun kemauan dari seorang.

Mutu benda/ produk ialah tingkatan baik buruknya ataupun taraf dari sesuatu produk. Mutu produk merupakan beberapa atribut ataupun watak yang dideskripsikan di dalam produk serta yang digunakan buat penuhi harapan-harapan pelanggan. Mutu produk ialah perihal yang

berarti yang wajib diusahakan oleh tiap orang dagang bila mau benda yang dihasilkan bisa bersaing di pasar untu kemuaskan kebutuhan serta kemauan konsumen (Kurriawati, 2015: 48).

Perilaku Pedagang terkait Keramahan

Keramahan seorang sangatlah berarti dalam menyangkut perihal apapun paling utama pekerjaan, salah satunya dalam berdagang. secara bahasa ramah merupakan manis tutur kata serta perilakunya. Dalam penafsiran seragam ramah pula dimaknai selaku baik hati serta menarik budi bahasanya ataupun suka berteman serta mengasyikkan dalam pergaulan, baik perkataannya ataupun perilakunya dihadapan orang lain (Uchrowi, 2012: 69).

Seseorang orang dagang diwajibkan mempunyai perilaku yang ramah kepada pelanggannya. Ramah disini artinya yakni manis tutur kata serta perilakunya, sehingga pelanggan hendak merasa bahagia serta aman dalam melaksanakan aktivitas jual beli. Begitu pula dalam perihal pelayanan, seseorang orang dagang wajib melayani pembeli dengan baik supaya pembeli merasa puas. Seseorang orang dagang butuh mencermati perasaan pembeli, perkenankan pelanggan berdialog serta dengarkanlah dengan seksama apa yang diperlukan serta diinginkannya, serta layani dengan sepenuh hati

Perilaku Pedagang terkait Penepatan Janji

Seorang hendak dipercaya sebab kebenaran perkataannya. Begitu pula seseorang pembeli hendak

yakin kepada orang dagang apabila orang dagang sanggup merealisasikan apa yang diucapkannya. Salah satunya yakni dengan menepati janji. Seseorang orang dagang yang mau dipercaya serta disukai oleh para pelanggannya sebaiknya senantiasa menepati janji- janji yang diucapkannya kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak hendak merasa di khianati serta sangat bisa jadi buat kembali membeli lagi.

Seorang hendak dipercaya sebab kebenaran perkataannya. Seseorang pembeli hendak yakin kepada pembeli apabila orang dagang sanggup merealisasikan apa yang dia ucapkan. Salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang mempunyai integritas yang besar berarti dia sanggup penuhi janji- janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Dia tidak over- promised under- delivered terhadap janji- janjinya (Tandjung, 2008: 44).

Perilaku Pedagang terkait Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli.

Pelayanan ialah membantu dengan sediakan seluruh apa yang dibutuhkan orang lain semacam tamu ataupun pembeli. Melayani pembeli secara baik merupakan suatu keharusan supaya pelanggan merasa puas. Seseorang penjual butuh mencermati perasaan pembeli. Perkenankan pelanggan berdialog serta dengarkanlah

dengan saksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya (Tandjung, 2008: 45).

Dalam membagikan suatu pelayanan terhadap pembeli, terdapat sebagian orang dagang yang telah membagikan pelayanan bagus pada tiap pembeli. Semacam yang sudah dicoba oleh sebagian responden. Mereka sangat menghargai para pembeli sehingga pelayanan yang bagus senantiasa mereka bagikan pada tiap pembeli. Tetapi di sisi lain terdapat perbandingan perilaku pelayanan pada pembeli. Responden lain ialah orang dagang yang terkadang masih kurang dalam membagikan suatu pelayanan serta uraian terhadap sikap yang seharusnya mereka pahami serta mereka jalani supaya menguasai dalam suatu etika dalam berdagang. Mereka terkadang mengabaikan para pembelinya dengan tidak sering menyapanya pada dikala sampai ke toko mereka.

Perilaku Pedagang terkait Empati pada Pelanggan

Dalam perilaku empati buat tiap pelanggan pula berbeda-beda yang dicoba oleh kelima informan tersebut. Semacam halnya yang dicoba oleh sebagian responden kalau mereka senantiasa menghargai perasaan pembeli serta sikap baik terhadap pembeli itu sangat kokoh dan dengan uraian yang baik senantiasa mereka pakai tiap berdagang. Perihal semacam ini dapat dilihat pada dikala terdapat pembeli yang menawar benda dagangannya. Kadang-kadang terdapat pula pembeli yang ngomel ataupun memperhitungkan benda dagangannya. Bila mengalami peristiwa semacam itu responden senantiasa menanggapinya dengan

tenang. Mereka senantiasa mencermati apa perkataan pembeli serta tidak sempat memotong perkataan pembeli bila terdapat perkataan yang menuju pada perihal yang kurang baik terhadap benda dagangannya

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dihimpun dari *informan* di Pasar Senin dan Pasar Modern Pasir Pengaraian, maka Penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku pedagang Pasar Senin dalam menetapkan harga sudah sesuai standar, dan akan terdapat penambahan produk jika terjadi pembelian dalam jumlah yang cukup banyak. Sedangkan perilaku pedagang Pasar Modern Pasir Pengaraian tidak melakukan penambahan produk jika terjadi pembelian dalam jumlah banyak.
2. Pedagang di pasar Senin dan Pasar Modern Pasir Pengaraian menjaga kualitas produk yang ditawarkan dengan menjual produk kualitas terbaik. Namun demikian, pedagang di Pasar Senin masih menawarkan produk yang sudah berkurang kualitasnya dengan melakukan potongan harga dari harga standar.
3. Interaksi antar pedagang terjadi di Pasar Senin dan Pasar Modern Pasir Pengaraian. Interaksi ini dimanfaatkan oleh pedagang untuk saling membantu antar sesama pedagang. Hal ini dilakukan dengan cara membantu menjual dagangan pedagang yang belum habis atau menjual produk pedagang lain yang tidak dimiliki pedagang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas hasil penelitian ini. Adapun saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Sebaiknya pedagang dalam menjalankan bisnisnya selalu berpegang teguh pada etika bisnis yang semestinya, sehingga tidak merugikan berbagai pihak, baik pedagang atau pembeli bahkan pedagang lainnya.
2. Pedagang yang berdagang dipasar tradisional diharapkan untuk menjaga kenyamanan dan keamanan di lokasi pasar sehingga pembeli merasa aman dan nyaman dalam berbelanja.
3. Pedagang diharapkan tetap mempertahankan penawaran harga sesuai dengan yang sewajarnya kepada pembeli, sehingga akan membantu pedagang mendapatkan pelanggan baru dan menjaga hubungan pedagang dengan pedagang sejenis yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, W.P. 2003. *Dasar-Dasar Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Damsar dan Indrayani. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Kencana.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Gregory, Mankiew. 2006. *Makro Ekonomi*. Jakarta. Erlangga
- Hakim, Muhammad Aziz. 2005.

Menguasai Pasar Mengeruk Untung. Jakarta: Krisna Persada

Hasim, Frida. 2009. *Hukum Dagang*. Jakarta: Sinar Grafika

Hasyim. 2009. *Prinsip Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. Jakarta: University press UIEU

Julianto Saleh. 2013. *Psikologi Dakwah (Pendekatan Psikologi Sosial)*. Banda Aceh: Dakwah Ar-Raniry Press

Kaho, Josef Riwu. 1998. *Analisis Pemerintah Pusat dan Daerah Indonesia*. Jakarta: Bina Aksara

Kartika Sari Wijayaningsih. 2014. *Psikologi keperawatan*. Jakarta: Trans Info Media.

Kensil, C.S.T. dan Christine S.T. Kansil. 2008. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika

Koentjaraningrat. 2000. *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia.

Kurriawati Nirma, 2015. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal: Bangkalan: Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo*.

Lumbantoruan, Magdalena. 1992. *Ensiklopedia Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*. Jakarta: Cipta Adi Pustaka

- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Nasution, S. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito
- Nova Maulana. 2014. *Sosiologi dan Antropologi Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Media
- Prastowo Dwi dan Rifka Juliaty. 2008. *Analisis Laporan Keuangan: Konsep dan Aplikasi (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Saedi, Lili M. 2009. *Dasar-Dasar Akuntansi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sinaga, P. 2004. *Makalah Pasar Modern VS Pasar Tradisional*. Jakarta. Kementrian Koperasi dan UKM.
- Sudarman, Ari. 2004. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : BPFE
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, Bagong. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada. Media Group
- Tandjung, Jenu Widjadja, 2008. *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Uchrowi, Zaim, 2012. *Karakter Pancasila Membangun Pribadi dan Bangsa Bermartabat*, Jakarta: PT Balai Pustaka(Persero)
- Ulber, Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Waluyo, 2015. *Akuntansi Pajak*, Jakarta: Salemba Empat.
- Wawan dan Dewi M. 2010. *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika
- Nahdliyyul Izza. (2010). *Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Pengaruh Ambarukmo Plaza Terhadap Perekonomian Pedagang Pasar Desa Catur Tunggal Nologaten Depok Sleman Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Syobrian R. Mokoginta. (2015). *Persepsi Masyarakat Terhadap Relokasi Pasar Tradisional Di Kelurahan Genggulang Kecamatan Kotamobagu Utara*. Jurnal. Manado: Universitas Sam Ratulangi

Bagas Haryotejo. 2014. *Dampak Ekspansi Hypermarket Terhadap Pasar Tradisional Di Daerah*. Jurnal. Badan Pengkajian Dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan

Elni Mutmainnah. 2017. *Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern Mall Terhadap Pasar Tradisional Di Kota Bengkulu*. Jurnal. Bengkulu: Universitas Muhammadiyah

Rusham. 2016. *Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Moderen Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kabupaten Bekasi*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan "Optimal". Vol10, No. 2

Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Nomor 23/Mpp/Kep/1/1998 Tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan