

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pasar tradisional menjadi salah satu tempat utama terjadinya transaksi jual beli secara langsung antara pedagang dan pembeli. Salah satu ciri khas utamanya yaitu proses tawar-menawar harga yang menjadi bagian integral dari interaksi jual beli tersebut. Pasar menurut sosiologi pasar, mengkaji tentang masyarakat, yang di dalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial, dalam hubungannya dengan pasar (Damsar, 2018). Proses tawar-menawar tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi semata, tapi juga melibatkan aspek sosial dan budaya yang membentuk pola komunikasi tertentu dalam konteks pasar tradisional (Mawaddah, 2022). Praktik tawar-menawar di pasar tradisional itu dianggap sebagai seni berbelanja di pasar, khususnya pasar tradisional yang ciri khas utamanya adalah tawar-menawar. Menurut Abdulsyani (2012) interaksi sosial terjadi apabila adanya kontak sosial dan komunikasi sosial dan komunikasi sosial sebagai bagian kehidupan bersama. Kontak sosial merupakan hubungan antara satu orang atau lebih, terjalin melalui percakapan, sehingga masing-masing pihak saling memahami maksud dan tujuan dalam kehidupan masyarakat.

Tujuan tawar-menawar adalah tercapainya kesepakatan antara kedua belah pihak yaitu pembeli (konsumen) dengan pedagang (produsen). Bagi pembeli, target utama dari proses tawar-menawar adalah memperbesar peluang untuk mendapat harga produk yang lebih murah (Mubarok, 2023). Selain itu, tawar menawar memiliki fungsi untuk menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang

ditawarkan dengan semua faktor yang mempengaruhinya, seperti harga barang lainnya yang berkaitan. Dengan demikian, tawar menawar merupakan bagian dari tindakan ekonomi yang tak lepas dari proses komunikasi antara pedagang dan pembeli. Tawar-menawar dianggap sebagai salah satu keuntungan jangka panjang karena pembeli yang sudah menyepakati harga akan datang kembali ke pedagang tersebut dan menjadi pelanggan. Keuntungan lainnya pedagang dan pembeli sudah menyadari informasi sehingga penentuan harga dan negosiasi dilakukan lebih cepat dan ramah baik pedagang dan pembeli sudah mengenal (Hanifa, 2021).

Tawar-menawar merupakan proses komunikasi yang digunakan sebagai sarana untuk mencapai kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat. Dalam proses ini terjadi pertukaran pesan secara timbal balik, sehingga aspek input dan output komunikasi menjadi penting dalam menentukan bagaimana pesan dipahami dan direspons. Dalam kajian negosiasi, tawar- menawar merupakan bagian dari proses negosiasi yang melibatkan unsur kompromi, persuasi, dan pertukaran kepentingan (Lewicki, 2013).

Dalam konteks pasar tradisional, praktik tawar-menawar sarat dengan makna sosial dan simbolik, karena di dalamnya tercermin pola komunikasi, strategi bertahan hidup ekonomi, serta nilai-nilai budaya yang terus direproduksi melalui interaksi sehari-hari antara pedagang dan pembeli. Praktik tawar-menawar harga tidak hanya berorientasi pada pertukaran ekonomi, tetapi juga mencerminkan proses pertukaran sosial sebagaimana dikemukakan oleh Peter M. Blau. Dalam perspektif pertukaran sosial, interaksi antara pedagang dan pembeli dipahami sebagai hubungan timbal balik yang didasarkan pada perhitungan keuntungan dan

kerugian, baik yang bersifat material maupun nonmaterial (Subhani, 2021). Berbeda dengan pasar modern yang umumnya menerapkan harga tetap, pasar tradisional menekankan interaksi langsung yang bersifat dialog dan fleksibel antara pedagang dan pembeli. Proses tawar-menawar ini melibatkan komunikasi interpersonal secara tatap muka yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian kesepakatan harga, tetapi juga berperan dalam membangun dan memelihara relasi sosial di antara pedagang dan pembeli.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara masyarakat untuk mengadakan transaksi jual beli baik berupa barang ataupun jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhannya masing-masing. Pasar tradisional juga berfungsi sebagai suatu tempat eksistensi suatu masyarakat yang memiliki banyak fungsi sosialnya (Noor, 2017). Dengan demikian, pasar tradisional berfungsi tidak hanya sebagai ruang ekonomi, tetapi juga sebagai arena pertukaran sosial yang mereproduksi nilai-nilai, norma, dan pola interaksi sosial khas masyarakat setempat.

Transaksi di pasar tradisional umumnya tidak mencantumkan harga label karena barang masih menggunakan sistem tawar-menawar. Kondisi ini menyebabkan pedagang yang menawarkan produk serupa menetapkan harga yang berbeda-beda, sehingga menciptakan dinamika harga di pasar. Ketiadaan label atau daftar harga tersebut menandai informasi dalam pasar, yang dikenal sebagai asimetris informasi. Oleh sebab itu pembeli terpaksa bertanya, karena ketiadaan informasi untuk melakukan tawar-menawar agar mendapatkan harga yang murah atau pantas (Damsar, 2018).

Tradisi tawar-menawar ini telah menjadi kebiasaan yang melekat dalam masyarakat di beberapa daerah. Menariknya, meskipun sistem harga pas/tetap (*fixed price*) yang ditandai dengan label atau daftar harga pada barang yang dijual, sebagian pembeli tetap berupaya untuk melakukan tawar-menawar (*bargining*) dengan menanyakan kemungkinan adanya potongan harga atau vocher. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas tawar-menawar masih dianggap sebagai bagian penting dalam proses transaksi, sehingga pembeli tidak melakukan tawar-menawar, mereka sering merasa telah membeli barang dengan harga yang lebih mahal. Oleh karena itu transaksi tawar-menawar berlangsung secara dinamis dengan beragam pola dan cara yang digunakan oleh kedua belah pihak.

Pasar tradisional merupakan salah satu ruang ekonomi rakyat yang bertahan di tengah arus modernisasi dan digitalisasi pada sistem perdagangan. Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, pihak swasta, BUMN, atau BUMD, termasuk melalui kerja sama dengan pihak lain, dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, atau tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, koperasi, dan usaha mikro, serta proses transaksi yang dilakukan melalui negosiasi harga (Vivin, 2022). Barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa kebutuhan pokok sehari-hari.

Berbagai penelitian terdahulu mengenai pola tawar menawar di pasar tradisional di luar wilayah Sumatera menunjukkan adanya variasi praktik antar daerah. Namun, secara umum mekanisme tawar-menawar yang berlangsung

memiliki pola yang relatif sama dan menjadi ciri khas pasar tradisional. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun praktik tawar-menawar bersifat kontekstual, pola dasarnya tetap dipertahankan, sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks lokal yang berbeda. Dari penelitian terdahulu mengenai pola tawar-menawar dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Limbung Kabupaten Gowa, menunjukkan bahwa proses tawar-menawar berlangsung melalui interaksi timbal balik antara pedagang dan pembeli. Interaksi tersebut ditandai dengan adanya respon yang positif dari pihak lawan bicara sebagai bentuk umpan balik yang mendukung kelancaran proses negosiasi. Strategi yang dilakukan seperti merayu, memuji, memakai bahasa yang halus, dengan nada yang sopan hingga menuju “drama” seperti dengan membandingkan harga, berpura-pura marah sedikit memaksa serta berpura-pura kalah akan dilakukan (Nurmawaddah, 2022).

Penelitian lain tentang ‘makna negosiasi antara pembeli dengan pedagang di pasar tradisional jalan Kayu tinggi Jakarta Timur peneliti menyimpulkan bahwa pedagang dituntut untuk lebih fleksibel dan mampu menjual dagangannya agar menarik konsumen untuk membeli. Ditambah dengan *skill* keterampilan komunikasi proses yang sedang terjadi (jika pengunjung berminat) pastilah masuk pada tahap tawar-menawar, yang tentunya di tahap ini ada keunikan-keunikan tertentu yang melibatkan komunikasi verbal dan non verbal disetiap prosesnya (Asido, 2024). Berbelanja di pasar tradisional memungkinkan pembeli untuk menawarkan harga barang hingga tercapai kesepakatan dengan pedagang. Jika pembeli pintar untuk menawar, pembeli berpeluang memperoleh harga barang yang lebih murah. Penelitian lain menjelaskan bahwa terjadi peningkatan jumlah

kelompok menyebabkan jumlah hubungan personal pedagang tidak dapat dilakukan secara intensif (Baker,1984). Pasar tradisional tidak hanya menyediakan barang kebutuhan sehari-hari, tetapi juga berfungsi sebagai ruang sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi antar anggota komunitas, pertukaran informasi, dan terbentuknya solidaritas ekonomi. Selain itu, pasar tradisional berperan sebagai pusat pertemuan dan pusat pertukaran informasi, serta menjadi aset ekonomi daerah sekaligus merekatkan hubungan sosial dalam masyarakat. Tempat pasar merupakan realitas “ jagat mikro “ dari suatu masyarakat , yang mana ini mencerminkan realitas kehidupan suatu masyarakat dengan berbagai aspeknya (sosial, budaya, politik, agama, lingkungan, dan ekonomi) (Damsar, 2018).

Fenomena tawar-menawar menjadi semakin menarik, ketika melihat dengan perubahan yang terjadi dalam pola konsumsi masyarakat saat ini. Namun disisi lain, pasar tradisional masih bertahan karena dianggap mampu memberikan fleksibilitas harga yang berarti harga barang yang ada di pasar tidak bersifat tetap dan masih bisa dinegosiasikan antara pedagang dan pembeli, kedekatan emosional merujuk pada hubungan sosial yang terjalin antara pedagang dan pembeli serta adanya pengalaman bertransaksi. Penelitian lain juga mendukung bahwa ketika informasi merupakan suatu yang langka dan tidak menyebar secara merata di pasar, maka pembeli akan mencari informasi tersebut melalui patronisasi dan tawar-menawar (Geertz, 1978). Patronisasi merupakan jaringan hubungan sosial antara pedagang dan pembeli dalam jangka waktu yang lama. Besaran jangka waktu hubungan sosial sehingga terbentuk hubungan patron-klien tergantung pada latar belakang kedua belah pihak yang membentuk hubungan tersebut.

Sebagian menganggap tawar-menawar/negosiasi bagian dari budaya lokal atau bentuk kedekatan/keakraban, strategi bertahan hidup atau simbol keadilan dalam bertransaksi. Istilah lokal tentang adanya *tolak ansua* yang terjadi saat proses tawar-menawar antara kedua belah pihak yang mencerminkan dimensi nonmaterial dalam interaksi pertukaran sosial, seperti kepercayaan, penghargaan sosial dan kenyamanan berinteraksi antara penjual dan pembeli yang berasal dari latar belakang etnis yang berbeda. Aktivitas ini bukan hanya aktivitas jual beli melainkan mencerminkan nilai budaya, simbol sosial, serta strategi ekonomi yang berkembang. Dalam banyak kasus, pembeli merasa memiliki kekuatan negosiasi yang tidak ditemukan dalam transaksi di supermarket ataupun platform belanja daring. Maka dari itu kondisi ini menunjukkan bahwa mekanisme tawar-menawar masih memiliki makna kultural dan fungsional dalam kehidupan ekonomi masyarakat.

Dengan lokasi yang strategis dan sebagai satu-satunya pasar yang tersedia di wilayah tersebut, pemilihan lokasi pasar yang strategis juga mempertimbangkan aspek daerah penghasil. Pasar Tradisional Sungai Rumbai di Kecamatan Sungai Rumbai diselenggarakan secara rutin dua kali dalam seminggu, yaitu pada hari Jumat dan Minggu, dengan sebagian pedagang tetap berjualan setiap hari di kawasan sekitar pasar. Pasar Tradisional Sungai Rumbai berfungsi sebagai pusat aktivitas belanja dan ekonomi masyarakat setempat. Namun, seiring dengan dinamika perdagangan yang terus berkembang, termasuk masuknya pengaruh pasar modern dan digital, pola tawar-menawar tradisional mengalami perubahan dalam aspek teknis negosiasi, komunikasi, dan makna simbolik. Perubahan ini

berimplikasi pada keberlanjutan pasar tradisional sebagai ruang budaya perdagangan dalam kehidupan masyarakat.

Pada tahun 2025 Pasar Sungai Rumbai terjadi revitalisasi, yang membuat bangunan fisik pasar berubah menjadi lebih rapi, tata letak yang teratur, dan membuat pasar ini menjadi lebih modern. Namun walaupun pasar tersebut berubah dari segi bangunan, praktik tawar-menawar nya masih ada. Karakteristik pasar Sungai Rumbai tidak hanya ditentukan oleh jenis dan jumlah dagang yang diperjualbelikan, melainkan juga dipengaruhi oleh aktivitas perdagangan, hal tersebut dipengaruhi oleh keberagaman masyarakat yang berinteraksi di dalamnya, karena Kecamatan Sungai Rumbai merupakan salah satu wilayah di kabupaten Dharmasraya yang dihuni oleh banyak masyarakat pedatang (transmigran) dari berbagai daerah. Kondisi tersebut menjadikan pasar Tradisional sungai rumbai sebagai tempat bertemunya masyarakat asli dan pendatang dengan latar belakang budaya yang beragam. Oleh karena itu, praktik tawar-menawar yang terjadi di pasar ini menarik untuk dikaji karena dipengaruhi oleh dinamika interaksi sosial dalam masyarakat yang majemuk.

Keberagaman etnis yang terdapat di Pasar Tradisional Sungai Rumbai menjadi jalannya percakapan tentang proses tawar-menawar. Pertemuan antara pedagang dan pembeli yang berasal dari suku Minangkabau, Jawa, Batak, dan kelompok pedatang lainnya yang menciptakan ruang sosial dari lintas budaya, di mana perbedaan logat, kosakata, maupun gaya bertutur dari masing-masing kelompok etnis dapat memengaruhi cara sebuah harga ditawarkan, direspon, dan disepakati. Dalam percakapan proses tawar-menawar tersebut, pedagang dan

pembeli tidak jarang beralih dari bahasa daerah ke bahasa Indonesia sebagai bahasa penghubung. Jika pedagang dan pembeli sama-sama dari etnis yang sama, mereka menggunakan bahasa yang sama sebagai upaya untuk mencapai tujuan dari transaksi antara pedagang dan pembeli. Proses saling menyesuaikan dari cara komunikasi ini menunjukkan bahwa tawar-menawar di pasar tradisional bukan sekedar pertukaran kata mengenai harga, melainkan juga sebuah ruang pertemuan sosial yang mempertemukan keragaman etnis dalam satu arena interaksi ekonomi. Proses saling menyesuaikan dari cara berkomunikasi ini menunjukkan bahwa tawar-menawar di pasar tradisional bukan sekedar pertukaran terkait harga, melainkan juga tentang pertemuan sosial yang mempertemukan keragaman etnis dalam satu arena interaksi ekonomi.

Fenomena pertemuan lintas etnis dalam praktik tawar-menawar ini relevan untuk dikaji melalui perspektif pertukaran sosial Peter M. Blau, yang memandang interaksi antar individu sebagai proses pertukaran imbalan dan biaya yang tidak terbatas pada kalkulasi ekonomi semata. Dalam konteks masyarakat multietnis seperti di Pasar Sungai Rumbai, perbedaan latar belakang budaya dan bahasa dapat menjadi biaya sosial tersendiri bagi pedagang maupun pembeli karena berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau memperlambat proses negosiasi.

### 1.1 Jenis Dagangan di Pasar Sungai Rumbai

| No | Jenis lokasi | Jenis dagang         | Jumlah dagang |
|----|--------------|----------------------|---------------|
| 1  | Kios         | Pakaian              | 35            |
|    |              | Sepatu               | 25            |
|    |              | Karpet               | 7             |
|    |              | Beras/sembako        | 35            |
|    |              | Plastik              | 35            |
|    |              | Klontong/karah-karah | 40            |
|    |              | Grosir makanan       | 7             |
|    | Jumlah 184   |                      |               |
| 2  | Los daging   | Daging ayam          | 10            |
|    |              | Ikan                 | 20            |
|    |              | Bumbu-bumbu/ rempah  | 30            |
|    |              | Daging sapi          | 6             |
|    | Jumlah 66    |                      |               |
| 3  | Kaki lima    | Sayur                | 60            |
|    |              | Buah-buahan          | 20            |
|    |              | Warung makan         | 22            |
|    |              | Aksesoris kecantikan | 4             |
|    | JUMLAH       | 106 unit             |               |

Sumber: Data Primer 2026

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pedagang tradisional di wilayah ini berjumlah 184 pedagang. Dari kios yang merupakan tempat berdagang permanen berupa bangunan kecil yang biasanya hanya berdinding dan beratap, sampai ditepati oleh satu atau beberapa pedagang. Dari jenis dagangan di kios ada pedagang (pakaian, sepatu, karpet, beras/sembako, plastik, kelontong/karah-karah, grosir makanan). Los daging merupakan tempat penjualan semi permanen atau sementara yang sederhana daripada kios, ditata di area pasar tersebut. Los daging ini tidak tertutup penuh seperti kios umumnya yang penjualan di los daging ini seperti penjual, buah, daging, ayam, ikan dan pedagang bumbu-bumbu/rempah. Jumlah los daging di pasar sebanyak 66 unit. Pedagang kaki lima merupakan suatu bentuk

retail yang menggunakan ruang publik, seperti ruas bahu jalan, trotoar, jalan bagi pejalan kaki (pedestrian), dan tempat bermain anak, dengan jenis dagangan seperti (pedagang sayur, buah-buahan, warung makan, aksesoris kecantikan) sebanyak 106 unit.

Secara operasional, aktivitas pedagang di Pasar Tradisional Sungai Rumbai berlangsung melalui pembagian ruang dan waktu bergadagang yang cukup jelas. Pedagang yang menempati kios cenderung berjualan secara tetap setiap hari karena telah memiliki tempat usaha permanen, sedangkan pedagang los dan kaki lima lebih banyak mengikuti hari pasar, yaitu setiap Jumat dan Minggu.. Mekanisme semacam ini menunjukkan bahwa implementasi pasar tidak sekedar soal transaksi jual beli, melainkan juga soal bagaimana ruang dan waktu diatur sedemikian rupa sehingga mendukung keberlangsungan interaksi ekonomi dan sosial antarpelaku pasar.

Seperti itulah fenomena yang terjadi di Pasar Tradisional Sungai Rumbai ini, berdasarkan hasil observasi awal di lokasi, praktik tawar-menawar masih menjadi pola utama dalam interaksi jual beli antara pedagang dan pembeli. Karena di pasar, harga tidak selalu bersifat tetap seperti pasar modern. Melalui tawar-menawar ini, pedagang dan pembeli berinteraksi secara langsung untuk mencapai kesepakatan harga yang dianggap adil bagi kedua belah pihak. Interaksi sosial yang terjadi antara pedagang dan pembeli yang membuat pasar tradisional tidak hanya tempat terjadinya jual beli, melainkan juga adanya ruang interaksi sosial di dalamnya. Proses tawar-menawar tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme penentuan harga, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang membentuk dan mempertahankan hubungan antara pelaku pasar.

Di pasar, hampir setiap hari terjadi pertemuan dan interaksi langsung antara masyarakat yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda, baik bahasa, budaya maupun kebiasaan tersendiri. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Damsar (2002), pasar bukan hanya sebagai arena ekonomi, tetapi juga sebagai arena sosial yang di dalamnya terdapat hubungan-hubungan sosial yang kompleks antara para pelakunya. Fenomena keberagaman etnis di Pasar Tradisional Sungai Rumbai juga menjadi aspek penting yang tidak dapat dilepaskan dari dinamika interaksi sosial di dalamnya. Sebagai ruang publik yang membuat berbagai kelompok masyarakat, pasar sering kali menjadi tempat berkumpulnya pedagang dan pembeli dari latar belakang etnis yang berbeda, sehingga memunculkan pola interaksi lintas budaya.

Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada pengkajian praktik tawar-menawar antara pedagang dan pembeli serta proses yang terjadi dalam menjaga keberlangsungan transaksi jual beli di pasar tradisional Sungai Rumbai. Kajian ini menjadi penting mengingat pasar tradisional merupakan institusi sosial ekonomi yang terus berkembang dan dihadapkan pada tantangan modernisasi serta persaingan antar pedagang.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Praktik tawar-menawar dalam transaksi jual beli pada pasar Sungai Rumbai, berdasarkan hasil observasi penelitian, menunjukkan karakteristik yang khas, karena pasar tradisional bukan hanya sekedar ruang sosial dan ekonomi, akan tetapi juga sebagai lembaga sosial yang terbentuk karena proses interaksi sosial dan kebutuhan masyarakatnya. Tawar-menawar antara pedagang dan pembeli ini berlangsung alot dan gigih. Di satu sisi pedagang cenderung mempertahankan harga

secara sopan, sementara di sisi lain pembeli menunjukkan keteguhan dalam mengajukan tawaran yang lebih rendah.

Dalam praktiknya, interaksi tawar-menawar ini berlangsung secara dinamis dan situasional, serta melibatkan berbagai strategi negosiasi, karena proses negosiasi tidak mengikuti pola yang kaku, melainkan menyesuaikan dengan kondisi tertentu, seperti jenis barang, kualitas produk, jumlah pembelian, intensitas persaingan antar pedagang, serta relasi sosial antara pedagang dan pembeli. Pedagang menerapkan strategi penyesuaian harga secara bertahap, seperti menurunkan harga dalam jumlah terbatas atau mengambil titik tengah penawaran pembeli, hingga akhirnya tercapai kesepakatan bersama. Oleh karena itu, fokus permasalahan penelitian ini adalah bagaimana praktik tawar-menawar dalam transaksi jual beli di Pasar Sungai Rumbai dalam mencapai kesepakatan transaksi?

Ada istilah setempat yang dikenal dengan “*tolak ansur*” secara harfiah merupakan proses interaksi pedagang dan pembeli yang saling menyesuaikan harga agar mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Ini adalah strategi tawar-menawar yang salah satu pihak menolak atau menahan penawaran harga terlebih dahulu, lalu secara bertahap akan memberikan respons atau penawaran baru. Penolakan bukan berarti transaksi ini tidak terjadi, melainkan ini merupakan taktik dari negosiasi untuk menguji keseriusan pihak lain, mengendalikan jalannya proses tawar-menawar, serta memperoleh harga yang dianggap lebih menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dengan adanya strategi ini, menunjukkan dinamika interaksi sosial dan keahlian bernegosiasi antara pedagang dan pembeli. Biasanya pedagang akan mematok harga lebih tinggi, sementara pembeli

akan menawar harga lebih rendah, dan keduanya akan berproses “*tolak ansur*” sampai menemukan titik tengah yang dapat diterima. *Tolak ansur* ini dalam tawar menawar dianggap sebagai dengan sebuah tali yang dipegang oleh dua orang sisi yang berbeda, yang masing-masing pihak akan menarik dengan kekuatan tertentu. Namun agar tali tersebut tidak putus, keduanya saling mengendurkan sedikit sehingga akhirnya berada pada posisi tengah yang seimbang.

Fenomena dari praktik tawar-menawar di pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme penentuan harga, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai sosial dan budaya yang berkembang di masyarakat. Proses negosiasi antara pedagang dan pembeli menunjukkan adanya hubungan sosial yang dibangun melalui komunikasi, kepercayaan, dan kepentingan bersama. Dalam praktiknya, pedagang mempertahankan harga berdasarkan pengalaman, kondisi pasar, dan biaya operasional, sedangkan pembeli berupaya memperoleh harga sesuai dengan kemampuan dan nilai barang. Maka dari itu tawar-menawar ini tidak hanya menghasilkan kesepakatan harga, tetapi juga memperkuat hubungan timbal balik serta mempertahankan sosial dan budaya yang khas di pasar tradisional. Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “*Bagaimana praktik tawar-menawar dalam transaksi jual beli di Pasar Sungai Rumbai?*”

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

### 1.3.1 Tujuan Umum

Mendeskripsikan Praktik tawar menawar dalam transaksi jual beli di Pasar Sungai Rumbai.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mendeskripsikan proses awal terjadinya praktik tawar-menawar di Pasar Tradisional Sungai Rumbai sebagai bentuk pertukaran sosial meliputi interaksi awal dimulai, cara pedagang menawarkan harga untuk memperoleh *reward*, serta respon pembeli saat mempertimbangkan *reward* dan *cost*
2. Mendeskripsikan proses tercapainya kesepakatan harga antara pedagang dan pembeli sebagai wujud resiprositas dalam pertukaran sosial, termasuk peran *tolak ansua* sebagai mekanisme timbal balik
3. Memahami kendala atau tantangan praktik tawar-menawar antara pedagang dan pembeli, baik yang berkaitan dengan perbedaan *reward-cost*, kondisi pasar, maupun faktor komunikasi yang mempengaruhi jalannya proses tawar-menawar dalam transaksi jual beli.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini menambah wawasan dalam kajian sosiologi pasar dan sosiologi ekonomi, tentang praktik tawar-menawar dalam transaksi jual beli di Pasar Sungai Rumbai, serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya .

### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Meningkatkan pemahaman tentang praktik tawar menawar dan mengetahui strategi komunikasi yg lebih tepat bagi pedagang.

2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pengelola pasar dan pemerintah untuk penguatan ekonomi lokal.
3. Penelitian ini dapat memperluas pemahaman tentang pasar sebagai ruang sosial, bukan hanya sebagai ruang ekonomi.
4. Penelitian ini dapat menjadi landasan teoritis bagi mahasiswa, akademisi, atau peneliti lain yang mengkaji pasar, budaya, atau ekonomi lokal.

## **1.5 Tinjauan Pustaka**

### **1.5.1 Konsep Praktik Tawar-menawar**

Praktik tawar-menawar merupakan aktivitas yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli dalam proses transaksi jual beli di pasar tradisional. Praktik ini dilakukan melalui interaksi langsung yang memungkinkan kedua belah pihak saling menawarkan harga hingga mencapai kesepakatan bersama. Tidak seperti di pasar modern yang sudah ada harga tetap, dalam tawar-menawar ini, kedua belah pihak menggunakan komunikasi verbal, gestur, dan taktik sosial untuk menguji batas harga. Mereka saling memberikan “*tolak ansua*” (kompromi) hingga mencapai titik tengah yang dianggap adil. Dalam sosiologi pasar, pola ini mencerminkan modal sosial Coleman, kepercayaan dan norma timbal balik menurunkan biaya transaksi dan mempertahankan hubungan jangka panjang (Tertayuda, 2025)

Dalam prosesnya, tawar-menawar tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme ekonomi untuk menentukan harga barang, tetapi juga sebagai bentuk interaksi sosial yang melibatkan komunikasi, strategi, dan nilai budaya dalam masyarakat. Menurut Soerjono Soekanto, tawar-menawar merupakan bentuk interaksi sosial yang termasuk dalam proses asosiatif melalui mekanisme

akomodasi, yaitu proses penyesuaian kepentingan antara dua pihak untuk mencapai kesepakatan harga. Tawar-menawar terjadi melalui komunikasi sosial antara pedagang dan pembeli yang saling mempengaruhi untuk menemukan titik temu (Soekanto, 2012).

Tawar-menawar diposisikan berada di bawah negosiasi, adalah suatu tindakan/kegiatan untuk mencari kesepakatan/persetujuan antara kedua belah pihak baik dari pedagang maupun pembeli yang sedang melakukan negosiasi. Pada umumnya sering terjadi di pasar tradisional dan menjadi budaya yang ada atau biasa bagi masyarakat baik dari pihak pedagang maupun pembeli (Permatasari, 2019).

Tawar-menawar merupakan suatu cara pencarian informasi harga sekaligus pembentukan harga. Tawar-menawar terjadi ketika dalam pasar tidak ada label atau harga tersebut menandai ketiadaan informasi dalam pasar, dikenal sebagai asimetris informasi. Yaitu kondisi ketidakseimbangan, dimana salah satu pihak dalam transaksi ekonomi memiliki informasi yang lebih banyak, lebih baik, atau lebih cepat dibandingkan pihak lainnya (Damsar, 2018).

Tahapan dan pola komunikasi dari tawar-menawar secara umum, proses tawar menawar di pasar tradisional mengikuti pola langkah demi langkah:

*a. Tahap pembuka (inisiasi)*

1. Tahap muka dan panggilan, pedagang akan menawarkan dagangannya kepada calon pembeli yang melintas.
2. Permintaan informasi: pembeli akan menunjukkan ketertarikan dengan menanyakan harga ( penjual: “ mau beli apa, mbak/kak/uni?” , - Pembeli: “ ini berapa harganya ya ?” ).

3. Penawaran awal pedagang(*Anchoring*): pedagang mengajukan harga awal (harga jangkar), yang biasanya lebih tinggi dari harga yang ditargetkan.

b. *Tahap negosiasi inti (konflik dan konsesi)*

Pada tahap ini terjadi pola tawaran-penolakan yang berulang:

1. Penawaran balik pembeli: pembeli mengajukan harga yang lebih rendah (di bawah harga yang ditargetkan) sebagai upaya awal untuk menetapkan anchoring dari sisi mereka.
2. Penolakan dan justifikasi penjual: pedagang akan menolak tawaran rendah sambil memberikan argumen (justifikasi) untuk menjaga harga, seperti:
  - Kualitas barang (“ini barang nya, beda sama yang lain”)
  - Biaya produksi/modal.
  - Harga pasaran saat itu
3. *Tolak ansua* (konsesi): Terjadi proses timbal balik (*reciprocity*) dimana keduanya pihak saling menurunkan atau menaikkan sedikit demi sedikit harga penawaran dan permintaan.
4. Taktik sosial: pedagang sering menggunakan tuturan basa-basi atau membangun keakraban (“kan sudah langganan, masa tidak dikasih”). Pembeli dapat menggunakan taktik diam atau menunjukkan kekurangan pada barang tersebut.

c. *Tahap Penutup (kesepakatan)*

1. Titik tengah: Negosiasi mendekati titik tengah yang dianggap adil oleh kedua belah pihak, di mana pedagang mendapat harga yang sudah ia targetkan, dan pembeli merasa mendapatkan harga yang terbaik (karena keputusan bersama).

2. Penerimaan tawaran: salah satu pihak (biasanya penjual) memberikan tawaran akhir (*take it or leave it*), dan pihak yang lain akan menerima.
3. Transaksi selesai: pertukaran barang dan uang, yang memperkuat kesepakatan bersama (Mubarok & Khairiah, 2023).

Praktik tawar-menawar ini merupakan proses atau aktivitas yang terjadi melalui interaksi langsung antara pedagang dan pembeli untuk mencapai kesepakatan harga yang dianggap adil bagi kedua belah pihak. Pasar tradisional merupakan tempat transaksi antara pedagang dan pembeli serta terdapat proses tawar-menawar yang menggunakan bahasa yang singkat dan menarik demi mencapai kesepakatan harga. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh bahasa dan konteks dalam sebuah peristiwa tutur. Hestiyana (2016: 258) menyatakan bahwa hubungan antara bahasa dan konteks merupakan dasar dalam pemahaman pragmatik. Pemahaman yang dimaksud adalah memahami maksud penutur, lawan tutur, dan partisipan yang melibatkan konteks (Hestiana, 2017)

Sedangkan secara sosiologis, pola tawar-menawar dalam transaksi jual beli khususnya di pasar tradisional ini dikenal dengan bentuk interaksi asosiatif yaitu *Bargaining* (negosiasi). Salah satu bentuk kerja sama (asosiatif) ini ada dua pihak lebih berusaha untuk menyelesaikan perbedaan pendapat atau kepentingan guna mencapai kesepakatan bersama yang saling menguntungkan (*win-win solution*).

### 1.5.2 Transaksi Jual Beli

Transaksi secara umum, kegiatan pertukaran nilai (barang, jasa, uang, atau hak) antara dua pihak atau lebih yang menyebabkan perubahan kondisi ekonomi atau status sosial pihak yang terlibat. Selain itu transaksi juga merupakan setiap

aktivitas yang terjadi di antara dua atau lebih yang dapat menimbulkan perubahan terhadap posisi keuangan dan kepemilikan kekayaan diantara dua pihak tersebut. Transaksi biasanya berkaitan erat dengan urusan keuangan dan juga kepemilikan produk (baik barang maupun jasa).

Jenis transaksi yang paling lazim dijumpai adalah transaksi jual beli. Transaksi ini terjadi melalui kesepakatan antara pedagang yang menyerahkan barang atau jasa, dan pembeli, yang menerima barang atau jasa tersebut. Melalui kesepakatan itu, pedagang mengalihkan hak kepemilikan kepada pembeli, dan sebagai gantinya pembeli membayar sejumlah uang atau nilai tertentu yang telah ditentukan.

Dalam konteks pasar tradisional, preferensi metode pembayaran cenderung pada transaksi tunai, dengan instrumen pembayaran yang paling banyak digunakan adalah uang kartal (uang kertas & uang logam).

### **1.5.3 Pasar Tradisional**

Pasar merupakan institusi ekonomi yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat (Arini, 2025). Pasar tempat kumpulan pedagang dan pembeli yang melalui interaksi mereka baik secara langsung maupun berpotensi membentuk harga suatu produk atau sejumlah produk. Secara sederhana, pasar adalah ruang pertemuan antara pedagang dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini menegaskan bahwa pasar memiliki lokasi tertentu yang memungkinkan kedua pihak bertemu. Di dalam pasar, pedagang dan pembeli melakukan transaksi jual beli produk, baik berupa barang maupun jasa (Suprayitno, 2022).

Pasar sebagai pusat ekonomi, melancarkan kegiatan yang bersifat ekonomi. Dalam hal bidang konsumsi pasar menyediakan kebutuhan primer dan sekunder. Sedangkan dalam bidang distribusi pasar juga peran besar terhadap penyebaran barang-barang kebutuhan masyarakat terutama untuk kebutuhan rumah tangga (Tulungagung, 2021).

Definsi lain juga menyatakan bahwa, pasar tidak hanya merupakan lembaga tukar-menukar, tetapi juga berfungsi sebagai tempat penyebaran dan penyimpanan barang, serta tempat berpindahnya komoditas dari satu orang ke orang lain, atau dari suatu tempat ke tempat lain, dan dari peranan satu ke peranan lain. Jadi pasar adalah tempat yang mempunyai unsur-unsur sosial, ekonomis, kebudayaan, politis, tempat pembeli dan pedagang saling bertemu untuk mengadakan tukar- menukar (Belshaw, 1981).

Pasar memiliki sejumlah fungsi, mulai dari menentukan harga barang, mengatur jumlah produksi, menyalurkan produk, membatasi harga, hingga menyediakan barang dan jasa untuk periode panjang. Karena itu, keberadaan pasar sebagai tempat transaksi jual beli menjadikannya fasilitas publik yang sangat penting bagi perkembangan ekonomi daerah. Pasar dibagi menjadi yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat aktivitas dan bertemunya para pedagang dan pembeli yang ditandai dengan adanya tawar menawar secara langsung. Pasar tradisional bukan hanya sekedar tempat transaksi ekonomi, melainkan arena interaksi sosial. Menurut perspektif sosiologi pasar, pasar tradisional merupakan institusi sosial-ekonomi yang menggabungkan

kepentingan ekonomi dengan dinamika sosial, di mana proses jual beli sekaligus menjadi sarana membangun dan memelihara hubungan sosial antar individu.

Menurut (Abbas, 2024) pasar tradisional (pasar nagari) dipahami sebagai pasar yang berkembang sebagian dari nagari, berfungsi bukan hanya sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga sebagai pusat aktivitas sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat lokal. Oleh karena itu, aktivitas pasar tidak hanya mencerminkan mekanisme harga, tetapi juga melibatkan proses sosial seperti tawar-menawar, kepercayaan, dominasi, dan strategi bertahan hidup. Pasar nagari beroperasi secara berkala (satu atau dua kali dalam seminggu), yang berlokasi strategis.

Menurut pendapat Suyanto pasar tradisional adalah "pasar yang dibangun oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat dengan tempat usaha berupa kios, toko, los dan tenda, dikelola oleh pedagang kecil, menengah, dan koperasi dengan usaha skala kecil dan modal kecil, dan dengan proses jual beli melalui tawar-menawar".

Adapun manfaat pasar tradisional ketika berbelanja adalah:

1. Pasar tradisional buka lebih awal daripada tempat belanja lainnya yang aktivitasnya cukup unik. Ketika masih banyak tempat belanja lain yang masih tutup atau belum buka, pasar tradisional dibuka lebih awal. Biasanya pedagang pasar tradisional telah membuka warung mereka dari fajar. Kegiatan ini memudahkan pembeli yang ingin mencari bahan masakan atau bahan untuk dikulak. Kegiatan ini memudahkan pembeli yang ingin mencari bahan masakan atau bahan untuk dikulak. Seperti pedagang bahan makanan yang membeli barang dagangan ke pasar tradisional sebelum matahari terbit dan

setelah itu ia akan menjual barang dagangannya. Selain itu, pemilik tempat makan yang membutuhkan bahan untuk memasak lebih memilih pasar tradisional sebagai tempat yang tepat untuk berbelanja.

2. Harga jauh lebih murah. Tidak hanya menguntungkan dari segi waktu ketika kita membutuhkannya. Tetapi juga tentang harga pasar tradisional sendiri, menyediakan barang dagangan dengan harga murah bisa dikurangi untuk lebih murah atau ditawar.
3. Bisa menawar harga murah oleh pedagang tetapi masih bisa dikurangi untuk lebih murah atau ditawar.
4. Bisa lebih akrab dengan pedagang, proses tawar-menawar dan transaksi di pasar tradisional membuat kita akrab dan dikenal oleh pedagang dan sebaliknya.
5. Berbelanja di pasar tradisional berarti meningkatkan ekonomi rakyat kecil dan mencintai produsen lokal. Pasar tradisional dipenuhi dengan pedagang kecil. Karena banyaknya supermarket yang merajalela, terutama di kota-kota besar.

Berdasarkan waktu terjadinya pasar dibagi menjadi enam bagian, yaitu:

1. Pasar harian, merupakan pasar yang melakukan aktivitas setiap hari, misalnya pasar pagi, toserba dan warung-warung.
2. Pasar mingguan, merupakan pasar yang melakukan aktivitasnya setiap satu minggu sekali. Misalnya pasar senin atau pasar minggu yang ada di pedesaan.
3. Pasar bulanan, merupakan pasar yang diadakan sekali sebulan dan menawarkan barang khusus atau tematik.

4. Pasar Tahunan, merupakan pasar yang berlangsung setahun sekali, sering terkait perayaan besar atau musiman
5. Pasar kaget, pasar yang muncul mendadak dan tidak terjadwal, seperti saat *car free day* atau event dadakan.
6. Pasar Temporer, merupakan pasar yang sementara dan tidak rutin, dipengaruhi keadaan darurat atau ada kesempatan khusus.

Pasar tradisional dapat dikenali dari beberapa ciri utama yang membedakan dengan pasar modern. Dalam konteks sosiologis, pasar tidak hanya dikaitkan dengan bentuk fisik pasar saja, melainkan bagaimana cara proses transaksi, hubungan sosial, dan pola transaksi antara pedagang dan pembeli. Karena di pasar tradisional transaksi jual belinya secara langsung, harga dan transaksi nya bersifat fleksibel, yang mana harga barang yang dibeli mengalami penyesuaian berdasarkan kondisi tertentu, hubungan antara pedagang dan pembeli itu sendiri, waktu transaksi maupun kemampuan pembeli.

#### 1.5.4 Tinjauan Sosiologis

Dalam penelitian ini menggunakan teori pertukaran sosial (*social exchange theory*) dari Peter M. Blau. Perspektif Teori Pertukaran Blau sangat penting karena secara eksplisit dia memperlihatkan saling ketergantungan antara pertukaran mikro dan munculnya struktur sosial yang lebih besar atau makro. Jadi dari teori blau ini memperlihatkan suatu tradisi yang ideal dari tingkat mikro ke makro.

Teori pertukaran sosial yang dikemukakan oleh Peter M. Blau ini memandang pertukaran sosial ini terbatas pada tindakan-tindakan yang tergantung pada reaksi-reaksi penghargaan dari orang lain yang berhenti apabila reaksi-reaksi yang

diharapkan ini tidak kunjung datang. Dalam setiap interaksi, individu akan mempertimbangkan imbalan (*rewards*) dan biaya (*costs*) yang muncul dari hubungan sosial tersebut. Berbeda dengan pertukaran ekonomi yang bersifat formal dan terikat, Blau menekankan bahwa pertukaran sosial bersifat tidak selalu tertulis, tidak langsung, dan sering kali dilandasi oleh kepercayaan, norma sosial, serta kewajiban moral.

Blau melihat interaksi ekonomi tidak dapat dipahami semata sebagai pertukaran material, melainkan sebagai proses sosial yang bermula dari interaksi berulang, seperti tawar-menawar antara pedagang dan pembeli di pasar tradisional. Individu tidak hanya mempertimbangkan imbalan dan biaya sosial yang tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga mencakup kepercayaan, penghargaan, dan kewajiban moral tersebut. Pertukaran yang berlangsung secara kontinu akan melahirkan hubungan ketergantungan, dimana pihak yang menguasai sumber daya atau memiliki posisi strategis memperoleh kekuasaan dan status sosial.

Dalam buku Peter Blau yang berjudul “*Exchange and power in social life*” (1964). Merupakan kontribusi paling berpengaruhnya terhadap teori pertukaran sosial, yang secara signifikan akan memperluas dan memperhalus bidang ini. Blau membedakan antara pertukaran ekonomi dan sosial, ketergantungan pada pertukaran ekonomi pada kontrak eksplisit dan barang material dengan dasar pertukaran sosial pada kewajiban eksplisit, kepercayaan, dan penghargaan tak berwujud seperti persetujuan sosial. Blau membedakan hubungan sosial dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori umum yang didasarkan pada apakah *rewards* yang ditukarkan itu bersifat intrinsik dan ekstrinsik. *Reward* yang intrinsik berasal

dari hubungan itu sendiri, hubungan ekstrinsik berfungsi sebagai alat bagi suatu reward yang lainnya, bukan reward untuk hubungan itu sendiri (Johnson, 1986).

Pada tingkat mikro, Blau membedakan penghargaan yang intrinsik dan yang ekstrinsik, dimana pertukaran dengan penghargaan intrinsik tunduk pada hambatan –hambatan normatif tertentu yang menghalangi terjadinya tawar menawar mengenai biaya dan imbalan dan yang mengurangi perhatian terhadap apa yang harus dibayarkan oleh individu (Setyarsih, 2017). Menurut Blau, konsensus nilai itu mengganti pertukaran tak langsung dengan pertukaran langsung.

Menurut Peter M Blau dalam buku teori sosiologi konsep utama dan dasar pemikirannya yaitu :

1. Pertukaran sosial dasar hubungan sosial. Hubungan sosial ini terbentuk dan bertahan karena adanya dari pertukaran antar individu, yang tidak terbatas pada barang atau uang, tetapi juga mencakup pada imbalan sosial seperti penghargaan, persetujuan dukungan, status, dan rasa hormat. Bentuk-bentuk pertukaran yaitu: pertukaran langsung, umum, dan produktif. Dalam konteks pasar tradisional, interaksi antara pedagang dan pembeli tidak hanya sebatas barang saja tetapi pertukaran sikap ramah, bahasa persuasif, kedekatan emosional, dan kepercayaan dari proses tawar-menawar.
2. Prinsip imbalan (*reward*) dan biaya (*cost*). Individu tidak akan terus terlibat dalam suatu interaksi melainkan imbalannya dirasa lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Imbalan tidak selalu berupa keuntungan materi, melainkan juga kepuasan sosial. Imbalan (*rewards*) adalah segala bentuk keuntungan yang diperoleh dari interaksi sosial, seperti uang, rasa aman,

status, penghargaan bantuan, atau penerimaan sosial. Sedangkan biaya (*costs*) adalah segala pengorbanan yang dikeluarkan, seperti waktu, tenaga, uang, emosi, atau risiko sosial. Dalam tawar-menawar, pembeli merasa diuntungkan tidak hanya karena harga lebih murah, tetapi juga karena mendapatkan perlakuan baik. Sementara pedagang memperoleh keuntungan ekonomi sekaligus loyalitas pelanggan.

3. Timbal balik (*reciprocity*). Pertukaran sosial bersifat timbal balik, meskipun tidak selalu seimbang. Pemberian seseorang menciptakan kewajiban sosial bagi pihak lain untuk membalas di masa mendatang. Jika timbal balik tidak terjadi maka hubungan sosial akan berpotensi melemah atau berakhir. Dalam praktik pasar, pedagang yang memberi potongan harga atau sikap ramah berharap pembeli akan kembali berbelanja. Pola ini akan membentuk hubungan sosial yang berkelanjutan.
4. Ketergantungan dan kekuasaan. Blau menekankan bahwa ketergantungan dalam pertukaran menciptakan kekuasaan (*power*) dalam pertukaran sosial. Ketika satu pihak memiliki sumber daya yang lebih langka atau lebih dibutuhkan, maka pihak tersebut memiliki posisi tawar yang lebih kuat. Dalam tawar-menawar, posisi tawar pedagang dan pembeli bisa berubah

tergantung kondisi pasar, kelangkaan barang, atau hubungan personal yang telah terjalin.

5. Dari interaksi individu ke struktur sosial. Blau tidak hanya berhenti pada interaksi individu, tetapi juga menjelaskan bahwa pertukaran sosial dapat berkembang menjadi pola sosial yang lebih luas seperti:

- pembentukan norma sosial
- stratifikasi sosial
- hirarki dan organisasi sosial.

Asumsi dasar teori pertukaran sosial ( Damsar, 2009:64) sebagai berikut:

- a. Manusia dipandang sebagai aktor yang rasional karena dalam setiap interaksi sosial ia cenderung mempertimbangkan perbandingan antara keuntungan dan kerugian yang mungkin diperoleh. Individu akan lebih terdorong untuk mengulangi suatu tindakan sosial apabila ganjaran yang diterimanya lebih besar dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan. Sebaliknya, apabila suatu tindakan menimbulkan biaya yang tinggi atau risiko sanksi, maka kecenderungan untuk mengulangi perilaku tersebut akan semakin rendah.
- b. Manusia dipandang sebagai individu yang rasional karena dalam setiap interaksi sosial ia selalu memperhitungkan potensi keuntungan dan kerugian. Aktor sosial cenderung memilih tindakan yang memberikan manfaat lebih besar dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan, sehingga semakin besar ganjaran yang diperoleh, semakin tinggi pula kemungkinan suatu perilaku sosial akan diulang. Sebaliknya, apabila suatu tindakan menimbulkan biaya yang tinggi atau ancaman sanksi, maka kecenderungan untuk mengulangi

perilaku tersebut akan semakin menurun. Melalui perspektif teori pertukaran sosial, dapat dipahami bahwa hubungan persahabatan terbentuk dan dipertahankan karena adanya keuntungan, baik bersifat material maupun non-material, yang diperoleh dari hubungan tersebut.

- c. Transaksi-transaksi pertukaran terjadi hanya apabila pihak yang terlibat memperoleh keuntungan dari pertukaran itu sebuah tindakan pertukaran tidak akan terjadi apabila dari pihak-pihak yang terlibat ada yang tidak mendapatkan keuntungan dari suatu transaksi pertukaran. Keuntungan tidak hanya dari segi materi tetapi juga intrinsik (Mudhaffar, 2025).

Dalam konteks transaksi jual beli di pasar tradisional, praktik tawar-menawar antara pedagang dan pembeli dapat dipahami sebagai bentuk pertukaran sosial yang mengandung prinsip timbal balik, dimana masing-masing pihak berusaha memperoleh keuntungan ekonomi sekaligus kepuasan sosial. Proses tawar-menawar tidak hanya menentukan harga, tetapi juga mencerminkan relasi kekuasaan, tingkat ketergantungan, serta strategi komunikasi yang dipengaruhi oleh kedekatan sosial dan pengalaman interaksi sebelumnya. Dengan demikian, peneliti ini sejalan dengan teori pertukaran sosial Blau karena memposisikan tawar-menawar sebagai arena interaksi sosial yang memperhatikan pertukaran kepentingan, pembentukan relasi sosial, dan pemaknaan sosial dalam praktis ekonomi di pasar tradisional (Mudhaffar, 2025).

#### **1.5.5 Penelitian Relevan**

Penelitian relevan merupakan suatu penelitian yang merujuk pada kajian-kajian ilmiah terdahulu yang memiliki keterkaitan langsung dengan isu atau

permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini yang berfokus pada pola tawar-menawar dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Sungai Rumbai, diperlukan dukungan dari penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian tersebut.

**Tabel 1.2 Penelitian Relevan**

| No | Peneliti                                                             | Judul peneliti                                                                                                                                                                         | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Asido Chirstian Martin, Roni Nugraha Syafroni, Slamet Triyadi (2024) | Analisis Medan Makna Negosiasi Antara Pembeli Dengan Pedagang Di Pasar Tradisional Jl. Kayu Tinggi Jakarta Timur serta Rekomendasi sebagai bahan ajar teks negosiasi siswa kelas X SMA | Penelitian ini menunjukan bahwa negosiasi berlangsung langsung melalui komunikasi dua arah. Kesepakatan harga terbentuk melalui penjelasan pedagang, respons pembeli, dan umpan balik selama proses tawar-menawar. Ketersediaan barang, kondisi toko yang menarik, dan kecocokan harga. Interaksi terbukti menjadi kunci dalam membangun transaksi menguntungkan. | Penelitian ini lebih menekankan proses negosiasi antara pedagang dan pedagang dan menjelaskan respons saat membeli, serta ketersediaan barang dan kondisi toko untuk mempengaruhi kesepakatan harga. Pada penelitian sekarang lebih spesifik yaitu pada pedagang yang ditandai dengan fenomena pedagang alot/gigih mempertahankan harganya. |
| 2. | Arif Mu barok, Lulu Naimatul Khairiah (2023)                         | Pola Tawar-menawar Pada Pasar Tradisional Kota Palangkaraya : Sesuaikah dalam tinjauan etika bisnis islam ?                                                                            | Penelitian ini menunjukan pola bahasa, teknik, gaya dan gestur dalam tawar-menawar umumnya sesuai dgn etika bisnis Islam, beberapa taktik bertensi mengandung unsur yang tak dianjurkan. Oleh karena itu, transaksi perlu mengutamakan kerid'ahan                                                                                                                 | Penelitian ini meneliti tentang pola komunikasi secara tatap muka, menggunakan bahasa Jawa (krama/ngoko), sedangkan penelitian sekarang meneliti pada mekanisme tawar-menawar, dan juga strategi tawar-menawar dalam transaksi jual beli di pasar dan juga pada penelitian ini tidak                                                        |

|    |                                    |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                    |                                                                                                                      | dan keberkahan daripada keuntungan semata.                                                                                                                                                                                                                                                  | membahas terkaitnya dalam etika islam.                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3. | Nur Khadijah Razak (2025)          | Tindak Tutur Lokasi, Ilokusi, dan perlokusi dalam interaksi pedagang dan pembeli di pasar tradisional.               | Tindak tutur lokusi, dan perlokusi berperan dalam interaksi pedagang dan pembeli di pasar. Bahasa tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi transaksi, tetapi juga membangun hubungan sosial dan memengaruhi proses tawar-menawar, mendukung transaksi serta mempererat hubungan sosial. | Pada penelitian ini berfokus pada analisis tindak tutur pragmatik, lokusi, dan perlokusi terhadap bahasa dalam transaksi untuk membangun hubungan sosial, sedangkan pada penelitian sekarang ini mengkaji proses, strategi, serta perilaku tawar-menawar dan interaksi pedagang dan pembeli dalam mencapai kesepakatan. |
| 4. | Sahrul Gunawan (2025)              | Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Pasar Tanjung Kabupaten Jember | Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pedagang Pasar Tanjung Kabupaten Jember, mencakup empat aspek utama dalam pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Promosi barang secara langsung melalui pendekatan verbal yang ramah dan personal kepada pembeli.                 | Dari penelitian ini lebih menekankan strategi pemasaran pedagang berdasarkan 4 aspek tersebut, fokus utamanya yaitu bagaimana pedagang itu menarik pembeli agar terjadi transaksi. Tidak ada pembahasan tentang tawar-menawar sebagai interaksi sosial pedagang dan pembeli di pasar tradisional.                       |
| 5. | M. Amdan Afdzullah, Susiati (2025) | Struktur Bahasa Negosiasi yang Digunakan oleh Penjual dan Pembeli di                                                 | Penelitian ini menunjukkan bahwa bahasa negosiasi di pasar tradisional Surakarta dipengaruhi oleh latar belakang etnis                                                                                                                                                                      | Menitikberatkan pada struktur bahasa negosiasi dan variasi linguistik pedagang dan pembeli. Sedangkan penelitian sekarang praktik tawar                                                                                                                                                                                 |

|  |  |                                                                             |                                                                                                                                                           |                                                                                                                             |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | Pasar- pasar<br>Surakarta<br>dengan Latar<br>Belakang Etnis<br>yang Berbeda | dan dinamika sosial-<br>budaya. Meskipun<br>struk tur negosiasi<br>relatif sama di<br>seluruh pasar,<br>namun gaya dan<br>pilihan bahasa<br>berbeda-beda. | menawar dalam<br>transaksi jual beli di<br>pasar tradisional<br>sebagai proses<br>interaksi sosial dan<br>pertukaran sosial |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Pendekatan kualitatif ini menggambarkan keadaan dan fenomena sosial secara mendalam dengan menelusuri makna, pengalaman serta interaksi yang dialami oleh individu maupun kelompok dalam konteks sosial tertentu. Menurut Afrizal, penelitian kualitatif sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan atau tulisan) dan perbuatan manusia (Afrizal, 2014).

Pada penelitian ini digunakan untuk memahami dan menggambarkan proses tawar-menawar yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli di Pasar Sungai Rumbai. Melalui pendekatan ini peneliti akan memaparkan secara rinci dinamika tawar-menawar antara pedagang dan pembeli di pasar tradisional, khususnya terkait cara mempertahankan harga, strategi dan negosiasi yang digunakan, serta respon pembeli terhadap pola tersebut.

Tipe penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan berbagai kondisi dan sesuatu hal seperti apa adanya atau fenomena yang terjadi di lapangan (Fachrina, 2021). Penelitian ini,

bertujuan untuk menggambarkan mengenai pola tawar-menawar yang berlangsung dalam pola tawar-menawar dalam bertransaksi jual beli di Pasar Sungai Rumbai ini.

### 1.6.2 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti atau pewawancara mendalam (Afrizal, 2014). Menurut Afrizal terdapat 2 kategori informan yaitu informan pelaku dan pengamat. Informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maksudnya) atau tentang pengetahuannya. Pada penelitian ini yang sebagai informan pelaku adalah pedagang pasar Sungai Rumbai.

Informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada peneliti. Informan kategori ini dapat orang yang diteliti dengan orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti atau pelaku kejadian yang diteliti.

Dalam penelitian ini, untuk menentukan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* menurut Sugiyono (2020) adalah teknik dengan penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, dimana informan ini dipilih karena dianggap paling mengetahui masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini untuk penentuan sampel peneliti sengaja memilih informan yang berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Dan juga peneliti juga harus mengetahui orang yang akan memberikan informasi tersebut (Afrizal 2014).

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka kriteria informan pelaku adalah:

1. Pedagang yang aktif berjualan dan melakukan transaksi jual beli di Pasar Sungai Rumbai.
2. Pedagang yang memiliki pengalaman berdagang minimal 1-2 tahun, sehingga memahami pola tawar-menawar yang umum terjadi.
3. Pedagang yang melakukan praktik tawar-menawar dengan pembeli.
4. Pedagang yang menjual kebutuhan sehari-hari komoditas yang umum ditawarkan, seperti sayur, ikan, buah, atau sembako dan pedagang kain dan lainnya.
5. Bersedia menjadi informan dan memberikan informasi kepada peneliti.

Sementara, kriteria informan pengamat :

1. Pembeli yang sering berbelanja di Pasar Tradisional Sungai Rumbai.
2. Pembeli yang pernah atau sering melakukan tawar-menawar dengan pedagang.
3. Pembeli yang memiliki pengalaman berbelanja di pasar dalam kurun waktu tertentu (misalnya pelanggan tetap).
4. Pembeli yang bersedia memberikan informasi terkait pengalaman tawar-menawar di pasar.

**Tabel 1.3 Informan Penelitian**

| No | Nama  | Umur<br>(tahun ) | Peran                           | Keterangan      | Lama<br>berdagang |
|----|-------|------------------|---------------------------------|-----------------|-------------------|
| 1  | Itis  | 43               | Pedagang kain                   | informan pelaku | 20 tahun          |
| 2  | Wita  | 26               | Pedagang sayuran/<br>cabe       | informan pelaku | 10 tahun          |
| 3  | Yuli  | 49               | Pedagang kain                   | informan pelaku | 26 tahun          |
| 4  | Ara   | 25               | Pedagang makanan<br>tradisional | informan pelaku | 3 tahun           |
| 5  | Putri | 35               | Pedagang sembako                | informan pelaku | 4 tahun           |
| 6  | Uul   | 27               | Pedagang cabe                   | informan pelaku | 4 tahun           |

|   |        |    |         |                            |
|---|--------|----|---------|----------------------------|
| 7 | Nining | 30 | Pembeli | informan pengamat (Jawa)   |
| 8 | Lina   | 45 | Pembeli | informan pengamat (Minang) |
| 9 | Bes    | 48 | Pembeli | informan pengamat (Minang) |

Sumber: Data primer 2026

### 1.6.3 Data yang Diambil

Dalam penelitian kualitatif data yang diambil bukan berupa angka atau perhitungan statistik, tetapi data yang akan dikumpulkan seperti dari kata-kata (lisan dan tulisan), perbuatan atau tindakan manusia, serta data pendukungnya seperti dokumen dan gambar, dengan tidak mengupayakan untuk diquantifikasikan (diubah menjadi angka). Menurut (Sugiyono, 2013), data berdasarkan sumbernya dibagi menjadi 2 :

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap subjek penelitian. Dalam penelitian ini yang termasuk data primer diperoleh dari pedagang dan pembeli yang berada di sekitar Pasar Sungai Rumbai. Data ini akan mencakup bagaimana pola tawar menawar yang berlangsung di pasar tersebut.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari informan, melainkan bisa melalui artikel, berita online, arsip ataupun data mengenai interaksi pedagang dan pembeli di pasar. Data ini digunakan untuk penguat dari data primer pada penelitian ini melalui wawancara dan observasi di lapangan.

### 1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu untuk memperoleh informasi, pemahaman, dan wawasan mengenai pembahasan yang akan diteliti (Afrizal, 2014). Dalam penelitian kualitatif, data tidak berupa angka, melainkan

alasan, makna, serta pengalaman sosial yang dimiliki oleh individu maupun kelompok. Penelitian kualitatif memungkinkan untuk mendapatkan kata-kata dan perbuatan manusia agar mampu memahami suatu fenomena sosial (Afrizal, 2014). Berdasarkan penelitian ini digunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu observasi dan wawancara mendalam.

#### 1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas informasi di lapangan, perilaku, tindakan, interaksi serta situasi sosial yang terjadi di lapangan (Afrizal, 2014). Melalui observasi, peneliti dapat memahami fenomena sebagaimana berlangsung secara alami, sehingga data yang diperoleh lebih akurat, kontekstual, dan sesuai dengan realitas sosial. Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat/mengamati aktivitas meliputi cari bicara, gestur tubuh, mimik wajah antara pedagang dan pembeli yang berjualan di Pasar Tradisional Sungai Rumbai.

#### 2. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam adalah sebuah interaksi sosial informal antara seorang peneliti dengan informan nya, seperti *maota-ota* atau ngomong-ngomong antara dua orang tentang satu hal atau berbagai hal (Afrizal, 2014). Tujuan dari penelitian adalah menggali informasi secara mendalam mengenai pengalaman, pandangan, dan makna sosial yang dimiliki informan terkait fenomena yang diteliti. Teknik ini digunakan untuk memperoleh penjelasan tentang strategi tawar-menawar pedagang dan pembeli serta memahami proses negosiasi yang berlangsung. Wawancara mendalam dari beberapa tahap diantaranya :

- a) Pemilihan informan, yaitu pedagang yang berada di pasar sedang melakukan proses tawar menawar dan sering melakukan proses tawar menawar ini.
- b) Menjalin kesepakatan dengan menanyakan waktu dan tempat yang pas untuk pelaksanaan wawancara mendalam.
- c) Jika ada ditemukan informasi yang kurang jelas atau semisal ada data yang kurang maka peneliti akan melakukan wawancara lanjutan.

### 3. Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan berbagai bahan tertulis maupun rekaman yang terkait dengan fenomena yang diteliti. Bahan tersebut dapat berupa catatan, arsip, foto, rekaman, laporan, atau dokumen lain yang membantu peneliti memahami konteks sosial secara lebih lengkap. Melalui dokumentasi, peneliti memperoleh data yang stabil, dapat ditelusuri kembali, dan menjadi pelengkap hasil observasi serta wawancara dalam penelitian kualitatif. Teknik ini sebagai pelengkap yang dapat memperkuat bukti dan menambah kepercayaan terhadap realitas sosial.

#### 1.6.5 Proses Penelitian

Proses penelitian diawali dengan menyusun pedoman wawancara yang akan ditanyakan kepada informan dan mendiskusikan dengan dosen pembimbing terlebih dahulu. setelah itu peneliti turun lapangan ke lokasi penelitian menemui informan satu per satu untuk melaksanakan wawancara mendalam, dengan tujuan untuk memperoleh data yang komprehensif dan juga mendalam. Pada tanggal 29 maret 2026 di sore hari peneliti datang lokasi yaitu pasar tradisional Sungai

Rumbai. Sebelum melaksanakan wawancara, peneliti melihat kondisi tempat terlebih dahulu apakah memungkinkan atau tidak, setelah itu meminta izin kepada pihak-pihak yang terkait serta meminta arahan mengenai individu yang sesuai untuk dijadikan informan penelitian. Jikalau informan tersebut bersedia untuk dilakukan wawancara. Didapatkan informan pelaku yaitu pedagang cabe yang berjualan di hampan di pasar, namun ada sedikit kendala saat wawancara berlangsung dikarenakan terhenti jika ada pembeli datang. karena proses wawancara ini berada di tempat lapak dan kondisi kurang kondusif sehingga wawancara sempat terputus. Setelah pedagang pergi wawancara kembali berlangsung dan wawancara berlangsung 25 sampai dengan 40 menit dengan menjawab pertanyaan dari peneliti. Setelah itu peneliti mencari pedagang berjualan sayuran laki-laki, lalu bertemu dengan pak Uul yang berjualan di seberang pedagang sebelumnya. Beliau berasal dari Batu sangkar yang bukan warga lokal. Wawancara berlangsung selama 30 menit. Setelah wawancara dengan pedagang yang berjualan di lapak pasar. Peneliti mencari pedagang yang menjual pakaian, tetapi pada hari itu sudah terlalu sore peneliti pulang dan kembali datang ke pasar pada tanggal 31 maret. Peneliti mencari pedagang yang berjualan pakaian sekitar tempat pasar Sungai Rumbai tersebut. Lalu bertemu dengan ibuk Yuli yang menjual kain di hampan sekitar pasar. Wawancara berlangsung selama kurang lebih 40 menit dan berjalan lancar. Dia sudah berdagang selama 27 tahun di Pasar Sungai Rumbai, sebelum adanya revalitasi pembangunan baru pasar. Beliau berjualan di pasar atas Sungai Rumbai. Terkadang di hari pasar mingguan daerah lain dia juga pergi berdagang seperti pasar Blok d sitiung 4 atau Blok a Sitiung 4.

Selanjutnya, pada tanggal 5 april 2026 peneliti kembali mencari informan penelitian yang berdagang pakaian, namun yang jualannya ada di kios sendiri. Informan yang di dapat yaitu ibuk Itis. Ibuk ini sudah berdagang selama 20 tahun. Peneliti memperoleh beberapa informasi dari informan pelaku yang sesuai dengan kriteria dari informan pelaku.

Selanjutnya pada tanggal 15 April 2026, peneliti bertemu dengan informan selanjutnya yaitu pedagang makanan tradisional yang bernama ibuk Ara yang berjualan makanan di sekitar pasar yang berjualannya di hamparan los. Sebelum melakukan wawancara peneliti bertanya apakah dari ibuk bersedia untuk diwawancarai, ibuk Ara mau untuk di wawancara dan peneliti memperoleh beberapa informasi terkait tentang proses tawar-menwar yang dilakukan oleh ibuk Ara yang sebagai pedagang makanan tradisional. Proses wawancara berlangsung selama 20 menit. Dihari yang sama yaitu pada tanggal 15 april, peneliti melakukan wawancara dengan informan pengamat ibuk Besti. Saat itu kebetulan beliau sedang berbelanja di pasar. Dari peneliti meminta izin untuk mewawancarai sebagai informan, setelah mendapatkan persetujuan wawancara berlangsung sekitar 30 menit. Proses wawancara berlangsung dengan lancar dengan baik dan menghasilkan data dan juga mendukung informasi dari informan pelaku.

Di hari berikut tepatnya pada tanggal 18 April 2026, peneliti mewawancarai pembeli yang sedang belanja sayur di pasar. Peneliti mendapatkan informan pelaku yaitu ibuk Lina yang bersedia diwawancarai selama kurang lebih 30 menit, peneliti menanyakan beberapa pertanyaan kepada pembeli sambil melihat proses tawar-menawar yang dilakukan antara pedagang dan pembeli tersebut. Selain itu ada juga

ibuk Nining yang bersedia juga diwawancarai oleh peneliti, saat itu peneliti menunggu pembeli siap berjualan baru peneliti melakukan wawancara dengan informan. Wawancara berlangsung selama 25 menit dikarenakan ibuk Nining ada keperluan sehingga wawancara tidak bisa berlangsung lama.

Pada tanggal 4 Juni peneliti datang ke kantor wali nagari Sungai Rumbai untuk menayakan beberapa data untuk menambah data penelitian terkait lokasi tentang pasar Sungai Rumbai. Tapi dari pihak kantor wali nagari menolak surat izin penelitian dari peneliti karena kalo untuk meminta data-data tersebut harus mengurus surat satu pintu dahulu.

#### **1.6.6 Unit Analisis**

Unit analisis digunakan untuk menentukan fokus utama dalam penelitian (Afrizal, 2014). Teknik ini bersifat fleksibel (kata, kalimat, interaksi atau simbol sosial), ini dipilih berdasarkan relevansi dengan tujuan penelitian untuk mendukung reduksi data, penyajian naratif dan verifikasi pada triangulasi.

Unit analisis penelitian ini adalah individu, pedagang yang terlibat dalam praktik tawar-menawar sebagai informan pelaku dan sebagai informan pengamat (pembeli) yang melakukan proses tawar-menawar yang menjadi tujuan penelitian ini. Analisis ini difokuskan pada interaksi yang terjadi pada kedua pihak dalam proses negosiasi harga pada transaksi jual beli.

#### **1.6.7 Analisis Data**

Analisis data merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan secara sistematis untuk menguraikan data penelitian ke dalam unsur-unsur yang lebih kecil, menelaah hubungan antar komponen tersebut, serta memahami keterkaitan

antara bagian data dengan keseluruhan konteksnya. Melalui proses ini, peneliti dapat membentuk klasifikasi, pola, atau tipologi tertentu yang muncul dari data empiris (Afrizal, 2014). Dalam penelitian kualitatif, kegiatan analisis tidak berlangsung secara linier, melainkan dilakukan secara berkesinambungan sejak tahap awal pengumpulan data hingga penyusunan laporan akhir. Hal ini dikarenakan proses analisis akan terus berkembang seiring dengan dinamika temuan di lapangan, sehingga peneliti dapat melakukan penyesuaian, pendalaman, dan interpretasi terhadap data sesuai perkembangan fenomena yang diamati. Peneliti menggunakan model analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap, yaitu :

#### 1. Kodifikasi data

Tahap kodifikasi data adalah data yang merupakan tahapnya itu perkodingan terhadap data. Pengkodean data adalah peneliti memberikan nama atau penanaman terhadap hasil penelitian. Hasil dari tahap ini adalah diperoleh dari tema-tema atau klasifikasi hasil penelitian. Data telah diseleksi sesuai dengan kebutuhan yang didapatkan dari pernyataan informan selama proses wawancara. Pertanyaan dari informan yang tidak berkaitan dengan tujuan penelitian akan dianggap tidak penting agar analisis mendalam (Afrizal, 2014).

#### 2. Penyajian data

Tahap ini menyajikan temuan penelitian berupa kategori/pengelompokan. Miles dan Huberman menganjurkan untuk penyajian data lebih efektif dilakukan

menggunakan matriks dan diagram daripada naratif guna untuk mempermudah peneliti dalam proses analisis (Afrizal, 2014). Penyajian data dalam penelitian kualitatif umumnya dalam bentuk naratif. Penyajian secara naratif memudahkan peneliti dalam menggambarkan fenomena, mengidentifikasi pola, serta memahami hubungan antarkategori sebelum menarik kesimpulan (Miles, 2014).

### 3. Penarikan kesimpulan

Tahap ini peneliti menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan. Pada tahap ini peneliti mendapatkan interpretasi atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen dari dokumentasi. Interpretasi ini dilakukan dengan cara mengecek ulang proses koding dan penyajian data untuk memastikan tidak ada kesalahan yang telah ditemukan (Afrizal, 2014).

#### 1.6.8 Definisi Operasional

1. Praktik tawar-menawar adalah kegiatan dalam menentukan harga barang antara pedagang dengan pembeli.
2. Transaksi jual beli merupakan proses kesepakatan harga dengan kegiatan tukar menukar antara pedagang dan pembeli.
3. Pasar tradisional adalah pasar yang terjadi proses tawar-menawar secara langsung.

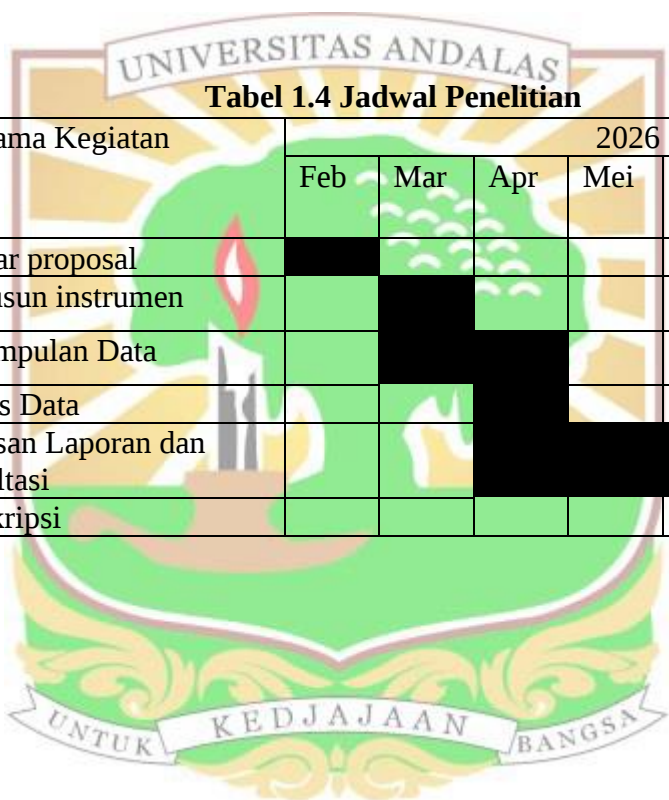
#### 1.6.9 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat suatu peneliti akan dilakukan. Lokasi penelitian di Pasar Sungai Rumbai Kecamatan Sungai Rumbai Kabupaten Dharmasraya. Peneliti memilih lokasi ini karena praktik tawar-menawar masih sangat kuat serta dan ditemukan fenomena unik dari kegiatan ekonomi masyarakat

setempat pada interaksi tawar-menawar itu pun berlangsung setiap hari. Karena daerah ini simpul bertemunya 3 pola budaya yaitu Minangkabau, Jawa dan Batak, sehingga proses tawar menawar menjadi menarik untuk diteliti.

#### 1.6.10 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 7 bulan, dimulai dari bulan Februari sampai bulan Juli 2026. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam rincian tabel berikut:



**Tabel 1.4 Jadwal Penelitian**

| No | Nama Kegiatan                    | 2026 |     |     |     |     |     |      |
|----|----------------------------------|------|-----|-----|-----|-----|-----|------|
|    |                                  | Feb  | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Agus |
| 1  | Seminar proposal                 |      |     |     |     |     |     |      |
| 2  | Menyusun instrumen               |      |     |     |     |     |     |      |
| 3  | Pengumpulan Data                 |      |     |     |     |     |     |      |
| 4  | Analisis Data                    |      |     |     |     |     |     |      |
| 5  | Penulisan Laporan dan Konsultasi |      |     |     |     |     |     |      |
| 6  | Ujian skripsi                    |      |     |     |     |     |     |      |