

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia pasar merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, pasar berkaitan dengan kegiatannya bukan tempatnya. Ciri khas sebuah pasar adalah adanya kegiatan transaksi atau jual beli. Para konsumen datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya. Harga pasar merupakan tinggi rendahnya tingkat harga yang terjadi atas kesepakatan antara produsen/penawaran dengan konsumen atau permintaan.

Pembentukan harga oleh produsen dan pedagang dipengaruhi oleh perilaku perusahaan yang sangat berhubungan dengan struktur pasarnya. Harga pembelian ditingkat konsumen juga dipengaruhi oleh pola distribusi suatu barang semakin panjang saluran distribusi akan semakin mahal harga beli oleh konsumen akhir (Indrawati, 2013). Perbedaan itulah yang bisa menimbulkan tawar-menawar harga. Harga yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak antar pedagang dan pembeli disebut dengan harga pasar. Pada harga tersebut jumlah barang yang ditawarkan sama dengan jumlah barang yang diminta. Dengan demikian harga pasar disebut juga dengan harga keseimbangan pasar, yakni dengan contoh yang memakai angka, dengan memakai kurva permintaan dan penawaran, dan menentukan secara matematik.

Perilaku komunikasi seorang pedagang bisa dilihat saat mereka berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumen ketika sedang melayani konsumen mengenai

barang-barang yang mereka perjualkan. Pedagang tersebut pada dasarnya dilatari oleh motif untuk memperoleh tujuan tertentu. Perilaku komunikasi merupakan perilaku yang lahir dari integrasi tiga keterampilan yang dimiliki setiap individu sebagai makhluk sosial. Ketiga keterampilan ini terdiri dari keterampilan linguistik, keterampilan interaksi, dan keterampilan budaya. Dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu. Motif mempengaruhi alasan seseorang bertindak sesuatu untuk suatu tujuan tertentu. Pedagang di Pasar DTC ini mempunyai cara tersendiri untuk menarik minat pembeli pada saat berinteraksi dengan konsumen saat melakukan tawar menawar harga suatu barang dagangan.

Hukum penawaran apabila harga sesuatu barang meningkat, kuantitas barang ditawarkan akan meningkat dan apabila harga sesuatu barang menurun, kuantitas barang yang ditawarkan akan menurun. Hukum penawaran menunjukkan wujud hubungan positif antara tingkat harga dan kuantitas barang yang ditawarkan. Harga yang tinggi dapat menyebabkan produsen berpendapat barang tersebut sangat diminta oleh konsumen tetapi penawarannya kurang dipasarkan. (Kasdi, 2016). Dengan kata lain sebuah barang akan dinilai kualitasnya berdasarkan harga yang ditawarkan pedagang. Harga yang dipatok seorang pedagang dalam suatu barang akan memungkinkan minat pembeli akan melakukan penawaran jika mengetahui harga yang ditentukan mahal (kualitas bagus) untuk mendapat barang yang diinginkan.

Seorang penjual biasanya hanya mempunyai dua kemungkinan yang terjadi pada arus kas pendapatannya, yakni tetap memperoleh keuntungan dari harga tawar pembeli tersebut karena penjual mematok harga lebih besar dari harga pemasok sebelumnya, atau penjual akan mengalami kerugian jika harga penawaran tersebut dibawah harga patokannya. Pendapatan pedagang antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lainnya berbeda-beda sesuai dengan banyaknya konsumen yang membeli barang dagangan mereka. Jadi konsumen akan menilai kualitas barang dagangan yang mereka beli dan tidak lupa memandang kebersihan dari barang dagangan yang pedagang jual. Dengan banyaknya konsumen yang membeli barang dagangan mereka, maka pendapatan pedagang tentunya akan semakin besar daripada pendapatan yang diterima oleh pedagang yang jarang dikunjungi oleh konsumen. Penelitian ini penulis akan menganalisa perilaku pedagang dalam menyikapi terjadinya tawar-menawar harga beli barang oleh pembeli.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perilaku pedagang dalam menyikapi penawaran harga beli?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mendapatkan penjelasan mengenai perilaku pedagang dalam menyikapi penawaran harga beli.

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi Peneliti
Penelitian ini berguna untuk mendapatkan syarat akhir kelulusan dan menjadikan penelitian ini sebagai ilmu terapan dalam belajar.

- Bagi Universitas PGRI Adi Buana
Penelitian ini berguna untuk dijadikan acuan referensi sumber ilmu ekonomi yaitu tentang penawaran harga beli.
- Bagi Pedagang
Penelitian ini berguna untuk informasi tolak ukur mengetahui perilaku yang diambil pedagang saat ada pembeli yang menawar harga tidak akan berdampak pada kerugian.

1.5 Fokus Penelitian dan Keterbatasan

Fokus dari penelitian ini adalah pada penggalian informasi mengenai penawaran harga beli yang mengakibatkan perolehan laba pedagang di pasar mengalami keuntungan atau kerugian. Untuk membatasi permasalahan agar tidak melebar dari fokus penelitian yang ditetapkan, maka tempat, waktu, dan aktivitas hanya menyesuaikan pada kasus studi Pasar tersebut.