

**PENGARUH BUDAYA DAERAH
TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL SEMBAKO
DI PASAR BEBAS BANJIR MUARA TEWEH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

ACHMAD SALEH
NIM 170 412 0714

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2022 M / 1443 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH BUDAYA DAERAH TERHADAP
PENETAPAN HARGA JUAL SEMBAKO DI
PASAR BEBAS BANJIR MUARA TEWEH

NAMA : ACHMAD SALEH

NIM : 1704120714

FAKULTAS : EKONOMI ISLAM DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

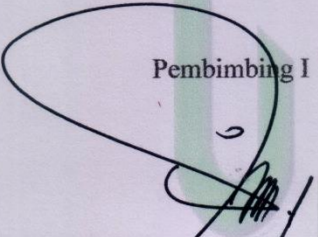
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)


Palangka Raya, Mei 2022

Menyetujui

Pembimbing I


Sofyan Hakim, S.E., S.A.P., M.M., M.A.P.
NIP. 198501232016092722

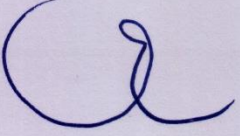
Pembimbing II


Hasnita, S.Si., M.Si
NIP. 199506032020122025

Mengetahui

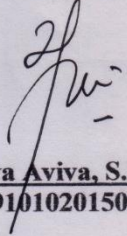
Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP. 197404232001121002

Ketua Jurusan

Ekonomi Islam


Dr. Itsla Yunisva Aviva, S.E.I., M.E.Sy
NIP. 198910102015032012

NOTA DINAS

Mohon diuji skripsi
Saudara Achmad Saleh

Palangka Raya, Mei 2022
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya
Di-
Palangka Raya

Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Setelah membaca, memeriksa, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Achmad Saleh
NIM : 1704120714
Judul : Pengaruh Unsur Kebudayaan Terhadap Penetapan Harga Jual Sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Pembimbing I



Sofyan Hakim, S.E., S.A.P., M.M., M.A.P.
NIP. 198501232016092722

Pembimbing II



Hasnita, S.Si., M.Si
NIP. 199506032020122025

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Budaya Daerah Terhadap Penetapan Harga Jual Sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh”. Oleh Achmad Saleh, NIM 1704120714 telah di munaqasah kan oleh Tim Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Senin

Tanggal : 30 Mei 2022

TIM PENGUJI

1. Jelita, S.H.I., M.S.I
Ketua Sidang/ Penguji

(.....)

2. Muhammad Zainal Arifin, M. Hum
Penguji I

(.....)

3. Sofyan Hakim, S.E., S.A.P., M.M., M.A.P
Penguji II

(.....)

4. Hasnita, S.Si., M.Si
Sekretaris/Penguji

(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP 197404232001121002

PENGARUH BUDAYA DAERAH TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL SEMBAKO DI PASAR BEBAS BANJIR MUARA TEWEH

ABSTRAK

Oleh: Achmad Saleh
NIM 1704120714

Manusia senantiasa melakukan hubungan dan pengaruh timbal balik dengan manusia yang lain dalam rangka memenuhi kebutuhan dan mempertahankan kehidupannya. Dalam jual beli, kita mengenal dengan istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam suatu kegiatan jual beli. Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako di pasar bebas banjir Muara Tewe.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 192 pedagang pasar bebas banjir Muara Tewe. Sedangkan sampel penelitian ini berjumlah 66 orang dengan menggunakan rumus slovin dengan toleransi 10%. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi menggunakan SPSS 26.6 dan teknik analisis menggunakan regresi linear sederhana.

Hasil analisis linier sederhana menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,004. Dari hasil perbandingan nilai signifikan adalah 0,004 yang mana lebih kecil dari 0,05. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara variabel budaya daerah (X) dengan variabel penetapan harga jual sembako (Y). Serta koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,124, yang mengartikan bahwa pengaruh variabel bebas (pengaruh budaya daerah) terhadap variabel terikat (penetapan harga jual sembako) adalah sebesar 12,4%, sedangkan sisanya 87,6% dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Kata Kunci : Budaya Daerah, Penetapan Harga Jual Sembako, Pasar Bebas Banjir

**THE INFLUENCE OF REGIONAL CULTURE ON PRICING
SELLING SHOPPING AT THE FLOOD-FREE MARKET OF
MUARA TEWEH**

ABSTRACT

By: Achmad Saleh
NIM 1704120714

Human beings always have mutual relationships and influence other human beings to meet their needs and maintain their lives. In buying and selling, we know the term price, price determination is one of the important aspects of a buying and selling activity. The purpose of the study was to find out how much influence regional culture has on the pricing of selling necessities in the flood-free market of Muara Teweh.

This research uses a quantitative approach. The data collection method in this study used questionnaires. The population in this study amounted to 192 Muara Teweh estuary flood-free market traders. Meanwhile, the sample of this study was 66 people using the slovin formula with a tolerance of 10%. Meanwhile, the data analysis technique used is correlation analysis using SPSS 26.6, and analysis techniques use simple linear regression. The results of a simple linear analysis showed a significant value of 0.004.

The results of the comparison of significant values are 0.004 which is smaller than 0.05. Thus, H_0 was rejected and H_a was accepted, meaning significant. This shows that there is an influence between the regional cultural variable (X) and the variable determining the selling price of necessities (Y). As well as the coefficient of determination (R Square) of 0.124, which means that the influence of the free variable (the influence of regional culture) on the bound variable (pricing of necessities) is 12.4%, while the remaining 87.6% is influenced by other variables.

Keywords: Regional Culture, Basic Food Selling Price, Flood-Free Market

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah, inayah dan rahmat-Nya, sehingga penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Budaya Daerah Terhadap Penetapan Harga Jual Sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh”** ini dapat selesai dengan baik. Tidak lupa semoga tercurahkan selalu shalawat serta salam kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat, dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Dalam pembuatan skripsi ini tidak menutup kemungkinan masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan, baik dari penulisan, ejaan dan sebagainya. Maka peneliti sangat mengharapkan dengan lapang dada, kritik dan saran yang bersifat membangun skripsi ini agar kedepannya lebih baik lagi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Yth. Bapak Dr. Ali Sibram Malisi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Yth. Ibu Dr. Itsla Yunisva Aviva, S.E.I., M.E.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka

Raya.

4. Yth. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.Si, selaku pembimbing akademik yang telah banyak memberikan arahan, serta membimbing peneliti dalam menyelesaikan studi di IAIN Palangka Raya..
5. Yth. Bapak Sofyan Hakim, S.E., S.A.P., M.M., M.A.P, selaku dosen pembimbing I, yang telah memberi bimbingan dan arah dalam penyusunan skripsi ini.
6. Yth. Ibu Hasnita, S.Si., M.Si, selaku dosen pembimbing II, yang telah memberi bimbingan dan arah dalam penyusunan skripsi ini.
7. Yth. Bapak, Ibu Dosen dan Staff di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
8. Seluruh rekan-rekan mahasiswa/i IAIN Palangka Raya yang turut memberikan motivasi dan membantu selama peneliti menjalankan studi.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan proposal skripsi ini. Semoga dapat bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palangka Raya, 12 Mei 2022

Achmad Saleh
NIM 1704120714

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Achmad Saleh
Nim : 1704120714
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Pengaruh Unsur Kebudayaan Terhadap Penetapan Harga Jual Sembako di Muara Teweh” adalah benar karya ilmiah saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 12 Mei 2022

Yang Membuat Pernyataan,



Achmad Saleh
NIM 1704120714

PERSEMBAHAN



AlhamdulillahirabbilAlamin.

Rasa Syukur yang berlimpah kepada Allah Subhanahu wa ta'ala karena taburan cinta dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan hamba nikmat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan yang pada akhirnya membuat saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga hamba selalu bisa lebih pandai bersyukur lagi atas semua kenikmatan yang telah diberikan. Serta atas cobaan yang diberikan, semoga dengan itu hamba bisa selalu lebih mengingat & selalu dekat dengan-Mu ya Rabb. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam.

1. Teruntuk Mama (Hj.Arbaniah), Almarhum Abah, dan Kaka (Achmad Maulana, Hertati, Muhammad Arafat) yang selama ini telah memberikan kasih sayang, doa, semangat, motivasi serta dukungan moral dan material yang diberikan kepada saya sehingga dapat mewujudkan cita-cita. Semoga Mama dan Kaka diberikan umur panjang, kesehatan, rezeki yang berlimpah, selalu dalam lindungan Allah Subhanahu wa ta'ala dan diberikan keselamatan dunia akhirat. Aamiin.
2. Teruntuk Dosen Pembimbing saya, Bapak Sofyan Hakim, S.E., S.A.P., M.M., M.A.P, dan Ibu Hasnita, S.Si., M.Si. Ribuan terimakasih saya ucapkan atas bimbingan serta arahan Bapak dan Ibu selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kebaikan Bapak dan Ibu

menjadi amal jariyah yang pada nantinya dapat membawa kebaikan serta keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.

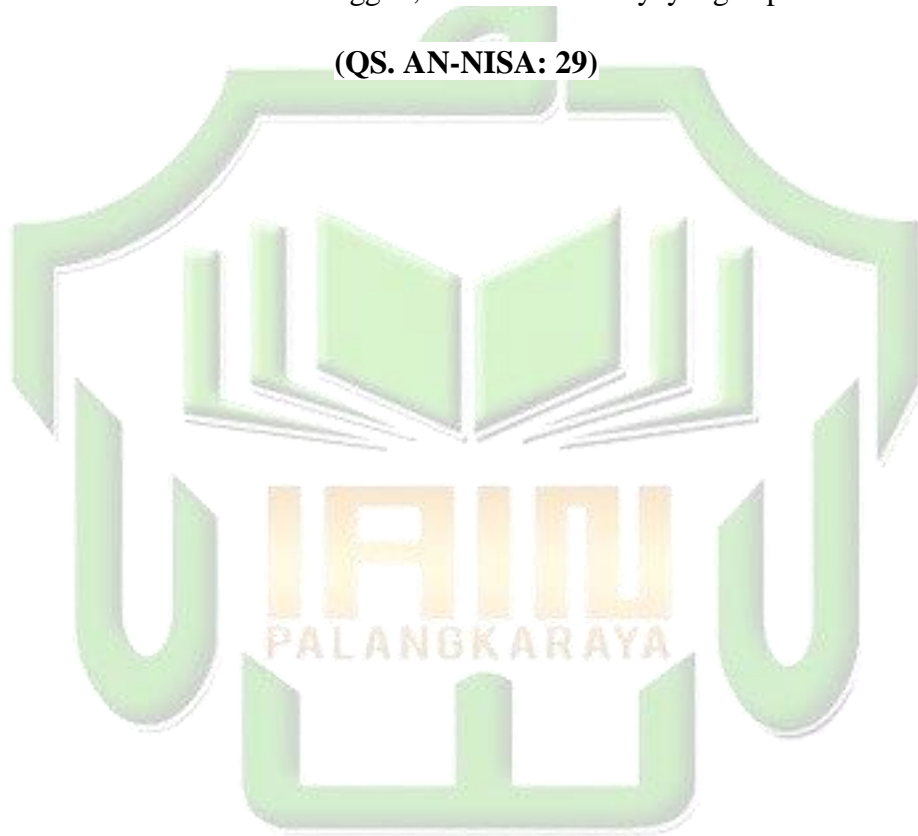
3. Teruntuk orang baik di sekelilingku, saya ucapkan terimakasih banyak selama ini telah bersedia kebersamai, menyemangati, mendoakan, selalu siap membantuku dikala aku mengalami kesulitan. Semoga kita menjadi sahabat sampai ke Syurga-Nya.
4. Teruntuk teman-teman seperjuanganku, ESY 17 khususnya ESY C yang telah memberikan banyak kenangan indah, baik suka maupun duka selama kita bersama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya. Kalian adalah sebuah keluarga yang terbentuk karena mimpi dan perjuangan yang sama. Semoga Allah meridhoi perjuangan kita dan semoga kita semua menjadi insan yang bertaqwa serta sukses dunia & akhirat.
5. Teruntuk almamaterku, kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, terima kasih. Semoga tetap jaya dan banyak menciptakan generasi muda berkualitas harapan bangsa.
6. Teruntuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah turut memberikan kontribusi baik berupa doa, bantuan, dan dukungan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian.

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu Dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu ”

(QS. AN-NISA: 29)



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d .	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em

ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
هـ	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

مُتَأَقِّدِينَ	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة النطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

D. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang:

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
ياسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مجاد	Ditulis	<i>Majād</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
نروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap:

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
ببئركم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

الانتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شركرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+ Lām

1. Bila diikuti *qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf "l" (el) nya

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkain kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى النروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GRAFIK.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Kajian Teori.....	15
1. Penetapan Harga	15
2. Budaya Daerah	25
C. Kerangka Pikir	33
D. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Definisi Operasional Variabel	37
C. Waktu dan Tempat	38
D. Populasi dan Sampel Penelitian	39

E. Metode Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	44
G. Sistematika Penulisan.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian	53
1. Profil Singkat Muara Teweh.....	53
2. Profil Singkat Pasar Bebas Banjir Muara Teweh	54
B. Hasil Analisis Data Penelitian	55
1. Penyajian Data	55
C. Hasil Analisa Data	60
1. Uji Validitas Konstruk.....	60
2. Uji Reliabilitas.....	61
3. Uji Asumsi Klasik	63
D. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	42
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Pernyataan yang digunakan dalam Kuesioner (Angket).....	43
Tabel 3. 3 Tingkat Reliable Cronbach Alpha	46
Tabel 4. 1 Tabel Frekuensi (X).....	55
Tabel 4. 2 Tabel Frekuensi (Y).....	58
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Budaya Daerah (X)	60
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Harga Jual Sembako (Y).....	61
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Budaya Daerah (X)	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Budaya Daerah per item (X).....	62
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Harga Jual Sembako (Y).....	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Harga Jual Sembako (Y).....	62
Tabel 4. 9 Kolmogorov-Smirnov Test	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Spearman Rho	66
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	66
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	69

DAFTAR GRAFIK

Gambar 4. 1 Histogram.....	64
Gambar 4. 2 P-Plot.....	64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki banyak suku yang tersebar dari ujung barat sampai ujung timur, sejak terbentuknya negara ini, wilayah Indonesia dihuni oleh berbagai kelompok etnis, agama dan ras yang hidup bersama dalam suatu wilayah Indonesia. Bangsa Indonesia sangat berpegang teguh dan menjunjung tinggi nilai yang terdapat dalam istilah Bhineka Tunggal Ika, yang berarti meskipun berbeda-beda tetapi tetap satu jua, yang artinya bahwa masyarakat Indonesia menghormati setiap perbedaan yang dimiliki oleh setiap suku bangsa yang ada di dalamnya, banyaknya etnis dan ras yang hidup bersama tidak lepas dari hubungan sosial antar etnis dan ras.¹

Sebagai makhluk sosial, manusia secara alami memiliki naluri untuk selalu hidup bersama. Manusia memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan sesamanya dalam sebuah koloni tertentu. Hubungan antar manusia dalam sebuah lingkungan ini kemudian menimbulkan interaksi sosial.² Pilihan budaya daerah merupakan kajian yang menarik karena kajiannya

¹Fernando Sembiring. 2017. *Interaksi Masyarakat Pendatang Dengan Lokal (Studi Tentang Strategi Adaptasi Antar Etnis Di Kecamatan Kutabuluh Simole, Kabupaten Karo)*. Medan : Universitas Sumatera Utara, h. 2.

²Thomas Christian Wahyu intan. 2016. *Akulturasi Budaya Dalam Pilihan Bahasa Pedagang Etnis Tionghoa Pada Ranah Perdagangan di Kota Salatiga*. Semarang : Universitas Negeri Semarang, h. 1.

tidak hanya berkaitan dengan aspek kebudayaan saja melainkan juga aspek interaksi sosial dalam masyarakat.

Budaya pembelian masyarakat yang sesuai dengan situasi tutur, berarti juga berkaitan dengan faktor budaya masyarakat di lingkungan tutur tersebut. Pada setiap kebiasaan pembelian pasti akan terdapat budaya yang melekat pada tindakan tersebut. Peristiwa kontak kebiasaan antara kelompok tutur yang berbeda, tanpa disadari juga akan diiringi dengan kontak budaya.³

Dalam jual beli, kita mengenal dengan istilah harga, penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam suatu kegiatan jual beli. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, karena harga sangat menentukan laku atau tidaknya suatu produk. Apabila salah dalam menentukan harga, maka akan berakibat fatal dalam produk yang ditawarkan nantinya. Harga merupakan satu- satunya unsur dalam perdagangan yang menghasilkan keuntungan dan pendapatan. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan penjual harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen.⁴

Para ahli ekonomi Islam, Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran, kemudian naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Dalam konsep Islam, pertemuan antara pembelian dan penjualan tersebut haruslah terjadi secara sukarela antara kedua belah pihak sehingga tidak ada pihak yang merasa terpaksa untuk melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut. Misalnya, penjual tidak

³*Ibid.* h. 3.

⁴Kurniawan Saifullah, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), Cet ke-2, h. 24.

mau menjual barangnya kecuali pada harga yang lebih tinggi, padahal konsumen atau pembeli membutuhkan barang tersebut.⁵

Harga sembako sangat mempengaruhi tingkat penjualan dan minat konsumen Sembilan bahan pokok atau sering disingkat sembako adalah Sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman. Menurut keputusan Menteri Industri dan Perdagangan no 115/ mpp/kep/ 2/1998 tanggal 27 Februari 1998, kesembilan bahan pokok itu adalah beras, sagu dan jagung, gula pasir, sayur-sayuran dan buah-buahan, daging sapi dan ayam, minyak goreng dan margarin, susu, telur, minyak tanah atau gas elpiji, garam beryodium dan bernatrium. Semua masyarakat dari yang tingkat ekonominya rendah sampai tinggi pasti membutuhkan sembako untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari.

Islam telah mengajarkan untuk bersifat murah hati dalam hal menjual, membeli dan juga dalam hal menawarkan, termasuk akan penggunaan bahasa dalam melakukan hal tersebut. Pada dasarnya dalam hal jual beli harus menggunakan bahasa yang dapat dipahami oleh kedua belah pihak dalam berakad. Akan tetapi, dalam pengaplikasiannya di Muara Teweh terutama di pasar bebas banjir, pedagang mengambil keuntungan dari penggunaan bahasa dalam transaksi jual beli.

Transaksi jual beli yang dilakukan di Pasar bebas banjir peneliti menemukan sebuah permasalahan tentang peningkatan harga barang yang

⁵Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), Cet ke-3, h. 146-152.

dilakukan oleh penjual karena ada faktor perbedaan bahasa dalam berkomunikasi yang dilakukan oleh pembeli. Pembeli yang menggunakan bahasa luar daerah (bahasa Indonesia) mendapat harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan pembeli yang menggunakan bahasa daerah (bahasa Dayak).

Pada saat peneliti berbelanja di sebuah lapak pedagang di pasar bebas banjir. Peneliti bertanya kepada penjual mengenai harga ayam yang dijual dengan menggunakan bahasa Dayak, penjual menjawab dengan harga Rp. 30.000 untuk 1 kg ayam tersebut. Di sisi lain di tempat yang sama ada seseorang yang berbelanja ayam dengan timbangan berat yang sama, akan tetapi pembeli menggunakan bahasa Indonesia, penjual memberikan harga Rp. 35.000 untuk ayam 1 kg tersebut, dalam hal ini selisih harga yang ditetapkan oleh pedagang sebesar Rp. 5.000.

Kondisi ideal dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama tentang barang yang akan diperjualbelikan. Apabila salah satu pihak tidak mempunyai informasi seperti yang dimiliki oleh pihak lain, maka salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan Dalam sistem ekonomi Islam hal ini juga dilarang karena dengan adanya informasi yang tidak sama antara kedua belah pihak, maka unsur rela sama rela dilanggar.⁶

Muara Teweh merupakan sebuah kabupaten yang mayoritas masyarakatnya memiliki penutur budaya yang berbeda, yaitu Dayak dan

⁶*Ibid*, h.191.

Banjar. Masyarakat dayak merupakan yang terbesar di Muara Teweh. Muara Teweh terletak di Provinsi Kalimantan Tengah tersebut, terdapat suatu etnis yang memiliki keberagaman bahasa dan budaya. Etnis tersebut adalah etnis Banjar. Mereka mengalami perkembangan jumlah penduduk yang pesat dan telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat di Kota Muara Teweh. Peran penting tersebut karena mereka aktif pada berbagai bidang, terutama pada bidang perdagangan.⁷

Pasar merupakan hal yang umum digunakan oleh masyarakat. Karena dalam setiap pemenuhan kebutuhannya, masyarakat tidak bisa meninggalkan hubungan jual beli ini. Untuk memperoleh makanan misalnya, terkadang masyarakat tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan itu dengan sendirinya, tapi membutuhkan dan berhubungan dengan orang lain. Pasar sebagai pihak yang menawarkan berbagai produk kepada konsumen harus dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian.

Atas dasar penjelasan diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang budaya daerah pembelian konsumen Bahasa yang terjadi di Muara Teweh antara masyarakat lokal (Suku Dayak) dan masyarakat pendatang. Adapun judul penelitian ini adalah “Pengaruh Budaya Daerah Terhadap Penetapan Harga Jual Sembako di Muara Teweh”.

B. Batasan Masalah

⁷ https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Barito_Utara, diakses pada tanggal 12 Mei 2021.

Menurut Fraenkel dan Wallen mengatakan bahwa tugas pertama peneliti adalah menegaskan batasan populasi (defining the population) yang hendak diteliti. Peneliti dituntut secara jelas tentang siapa yang akan dikenakan kesimpulan hasil dari penelitiannya.⁸ Responden pada penelitian ini adalah pedagang pasar bebas banjir Muara Teweh yang hanya berjualan beras, gula pasir, minyak goreng, telur ayam, susu, bawang merah dan putih, minyak tanah dan garam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh?

D. Tujuan Penelitian

Studi ini bertujuan untuk meneliti pengaruh budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh pada tahun 2022.

E. Manfaat Penelitian

Selesainya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

⁸ Edy Purwanto, "Metodologi Penelitian Kuantitatif ", Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2016, h. 100.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat membuka wawasan dan menambah informasi bagi para mahasiswa dan juga bagi para pembaca-pembaca lainnya.

2. Kegunaan Praktis

Untuk menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan serta memberikan pengalaman terjun kelapangan setelah mendapatkan bekal ilmu serta teori yang didapatkan saat perkuliahan mengenai Ekonomi Islam.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, peneliti tidak banyak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian peneliti, sebab penelitian ini terbilang baru yaitu berkaitan dengan Budaya daerah Terhadap Penetapan Harga Jual Sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh. Namun peneliti mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian peneliti. Berikut beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Adapun penelitian yang berkaitan dengan penelitian peneliti adalah sebagai berikut

1. Amry Nur Achmad, skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Budaya, dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Stevigrow Sweetener”. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.⁹ Penelitian ini menggunakan metode regresi penelitian berganda dengan variabel X yaitu produk (X1), harga (X2), budaya (X3), sosial (X4).

⁹Amry Nur Achmad, *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Budaya, dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Stevigrow Sweetener*, Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015, diakses pada tanggal 7 Mei 2021

Teknik pengolahan data dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,649 yang berarti



variabel dependen keputusan pembelian sebesar 64,9% dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu produk, harga, budaya dan sosial. Sedangkan sisanya sebanyak 35,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Manfaat Penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai salah satu sumber acuan persamaan pada konsep teori budaya dan harga.

2. Taskiya Latifatil Umama, skripsi dengan judul “Pengaruh Budaya, *Brand image*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Basmalah di Situbondo”. Universitas Jember, 2019. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 3 variabel X yaitu budaya (X1), *brand Image* (X2), dan harga (X3). Teknik pengolahan data dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,758 yang berarti variabel dependen keputusan pembelian sebesar 75,8% dapat dijelaskan oleh variabel independen secara bersamaan yaitu, budaya, *brand image*, harga Sedangkan sisanya sebanyak 24,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Manfaat Penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai salah satu sumber acuan persamaan pada konsep teori budaya dan harga.¹⁰ Manfaat Penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai salah satu sumber acuan persamaan pada konsep teori budaya.
3. Surono, skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Penetapan Harga, lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”. UIN Syarif Hidayatullah, 2019. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier

¹⁰Taskiya Latifatil Umama, *Pengaruh Budaya, brand image, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Basmalah Situbondo*, Skripsi: Universitas Jember, 2019, diakses pada tanggal 7 Mei 2021.

berganda dengan variabel penetapan harga (X1), lokasi (X2), dan promosi (X3). Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,847 yang berarti variabel dependen penetapan harga sembako sebesar 87,4% dapat dijelaskan oleh variabel independen secara bersamaan yaitu, penetapan harga, lokasi dan promosi sedangkan sisanya sebanyak 12,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.¹¹ Manfaat Penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai salah satu sumber acuan persamaan pada konsep teori penetapan harga.

4. Akhmad Faisol jurnal dengan judul “Pengaruh Budaya, Harga dan Lokasi Terhadap Minat Belanja Konsumen di Pasar Sopenyono”. Vol 5, Nomor 2, Februari 2016. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 3 variabel X yaitu budaya (X1), harga (X2), dan lokasi (X3).¹² Teknik pengolahan data dengan regresi linier berganda. hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,512 yang berarti variabel dependen minat belanja online sebesar 51,2% dapat dijelaskan oleh variabel independen secara bersamaan yaitu, budaya harga dan lokasi Sedangkan sisanya sebanyak 48,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Manfaat Penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai

¹¹ Suruno, *Analisis Pengaruh Penetapan Harga , lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*, Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah, 2022, diakses pada tanggal 31 Mei 2022.

¹²Akhmad Faisol, “*Pengaruh Budaya, Harga dan Lokasi Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Pasar Sopenyono*”, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.5,No.2, 2016, diakses pada tanggal 7 Mei 2021.

salah satu sumber acuan persamaan pada konsep teori budaya dan harga.

5. Denny Asmas, jurnal dengan judul “Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Membeli Produk Mie Instan Indomie”. Vol 5, 4 Nomor 2, Oktober 2019. Universitas Batanghari Jambi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan variabel X yaitu budaya. Teknik pengolahan data dengan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,643 yang berarti variabel dependen keputusan pembelian sebesar 64,3% dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu budaya. Sedangkan sisanya sebanyak 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.¹³ Manfaat Penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai salah satu sumber acuan persamaan pada konsep teori budaya.
6. Sarce Babra Awom, jurnal dengan judul “Pengaruh Modal Usaha dan Lama Melaut Terhadap Harga Jual Ikan Pada Pasar Tradisional Sanggeng Manokwari”. Vol 2, Nomor 2, November 2019. Universitas Papua. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan variabel X yaitu modal usaha (X_1), lama waktu melaut/jam kerja (X_2). Teknik pengolahan data dengan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,698 yang berarti variabel dependen harga jual pada pasar tradisional Sanggeng Manokwari sebesar 69,8% dapat dijelaskan oleh variabel

¹³ Denny Asmas, “Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Membeli Produk Mie Instan Indomie”, Jurnal Manajemen dan Sains Vol.4,No.2, 2019, diakses pada tanggal 7 Mei 2021.

independen yaitu modal usaha dan waktu melaut/jam kerja. Sedangkan sisanya sebanyak 30,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.¹⁴ Manfaat Penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai salah satu sumber acuan persamaan pada konsep teori harga jual.



¹⁴ Sarce Babra Awom, "Pengaruh Modal Usaha dan Lama Melaut Terhadap Harga Jual Ikan Pada Pasar Tradisional Sanggeng Manokwari", Jurnal Manajemen Bisnis Vol.2, No.2, 2019, diakses pada tanggal 7 Mei 2021.

Tabel 2. 1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Amry Nur Achmad, skripsi “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Budaya, dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Stevigrow Sweetener”. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015	Kuantitatif, harga, budaya,	Keputusan pembelian, dan sosial, produk Stevigrow Sweetener, 2015, regresi linier berganda
2	Taskiya Latifatil Umama, skripsi “Pengaruh Budaya, <i>Brand image</i> , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Basmalah di Situbondo”. Universitas Jember, 2019.	Kuantitatif, budaya, dan harga	Keputusan pembelian, <i>Brand Image</i> , Situbondo, 2019, regresi linier berganda
3	Surno, skripsi “Analisis Pengaruh Penetapan Harga , lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”. UIN Syarif Hidayatullah, 2019.	Kuantitatif, penetapan harga	Keputusan pembelian, lokasi, promosi, Jakarta, 2019, regresi linier berganda
4	Akhmad Faisol jurnal “Pengaruh Budaya, Harga dan Lokasi Terhadap Minat Belanja Konsumen di Pasar Sopyonyono ”. Vol 5, Nomor 2, Februari 2016. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.	Kuantitatif, budaya, harga	Minat belanja online, pasar Sopyonyono, 2016, regresi linier berganda
5	Denny Asmas, jurnal “Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Membeli Produk Mie Instan Indomie”. Vol 5, 4 Nomor 2, Oktober 2019. Universitas Batanghari Jambi	Kuantitatif, budaya, regresi linier sederhana	Keputusan pembelian, produk mie instan, 2019
6	Sarce Babra Awom, jurnal “Pengaruh Modal Usaha dan Lama Melaut Terhadap Harga Jual Ikan Pada Pasar Tradisional Sanggeng Manokwari”. Vol 2, Nomor 2, November 2019. Universitas Papua.	Kuantitatif, harga jual	Modal usaha dan lama melaut, pasar tradisional Sanggeng Manokwari, 2019, regresi linier berganda

Sumber : dibuat oleh peneliti tahun 2021

B. Kajian Teori

1. Penetapan Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa.¹⁵

Menurut William J. Stanton Harga adalah jumlah uang kemungkinan ditambah beberapa barang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Menurut Jerome Mc Carthy Harga (*price*) adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu. Penetapan Harga (*pricing*) penetapan harga merupakan sebuah bagian yang penting dan kompleks dalam manajemen pemasaran.¹⁶

Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah sejumlah nilai atau yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai

¹⁵Marios P. Anipora, SE Dasar-Dasar Pemasaran (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2002), cet ke-2 h .268.

¹⁶Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya Efendi, prinsip-prinsip pemasaran, (Yogyakarta: Perpustakaan Nasional 2015). h. 127-128.

yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.¹⁷

Di satu pihak penetapan harga adalah sebuah elemen strategis yang sangat kritis, penting dalam bauran pemasaran karena menjelaskan persepsi mengenai kualitas, dengan demikian merupakan kontributor penting dalam memposisikan produk. Pengertian sesuatu yang dikemukakan tersebut memiliki makna yang luas karena harga dapat dilihat dari dua pihak yaitu pihak para anggota saluran dan pihak konsumen. Menurut para anggota saluran harga dikatakan sama dengan masalah harga sebenarnya merupakan salah satu dari 4 (empat) variabel utama yang harus dikendalikan secara serasi, selaras dengan tujuan yang akan dicapai oleh manajer pemasaran.

Arti dan pentingnya harga walaupun banyak hal yang dapat dihubungkan dengan penetapan harga, tetapi semuanya berawal dari hal-hal yang sederhana yang tidak dipahami oleh kita. Maksudnya bahwa kita sebenarnya belum memahami makna kata harga, walaupun konsepnya cukup mudah didefinisikan dengan istilah umum dilain pihak, penetapan harga merupakan sebuah variabel taktis karena dapat diubah dengan cepat dalam kaitannya dengan persaingan.¹⁸

Perubahan harga dapat dilakukan secara lebih cepat daripada variabel-variabel lain, sebuah karakteristik yang menambahkan nilai taktisnya secara substansial. Harga dapat dipengaruhi banyak faktor dan

¹⁷ Philip Kotler, Gary Amstrong Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jakarta: Erlangga 2008) h. 239

¹⁸ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: ANDI, 2015), h. 289

dapat ditetapkan dengan berbagai cara. Definisi harga Kotler dan Amstrong, mendefinisikan harga sebagai jumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa.

Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Secara historis, harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan seorang pembeli. Meskipun demikian, harga masih merupakan salah satu elemen terpenting yang menentukan pangsa pasar dan tingkat keuntungan.¹⁹

Faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga Beberapa aturan dari strategi penetapan harga, di Amerika Serikat dan beberapa negara maju lainnya, pemerintah turut serta menentukan kebijakan penetapan harga produk yang dijual, khususnya hal yang tidak diperkenankan dalam menentukan strategi harga yang disebut praktik tidak jujur dalam perdagangannya (*unfair trade practices*).

Misalnya, pada dasarnya tidak diperkenankan menjual barang dibawah harga produksi, terutama bertujuan untuk mengusir pesaing dari pasar. Dibawah ini disajikan beberapa larangan tersebut, diskriminasi harga terjadi jika perusahaan menetapkan harga berbeda-beda pula. Diskriminasi dapat juga terjadi jika harga jual produk dibedakan di tempat atau daerah tertentu untuk menjatuhkan pesaing

¹⁹Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya Efendi, prinsip-prinsip pemasaran, (Yogyakarta: Perpustakaan Nasional 2015). h. 130-132.

atau jika produsen menggunakan dua jasa tambahan untuk dua orang yang berbeda. Strategi penetapan harga berdasarkan persepsi pelanggan mengenai nilai Kotler dan Amstrong, mengemukakan bahwa strategi penetapan harga berdasarkan persepsi pelanggan mengenai nilai dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu penetapan harga berdasarkan nilai konsumen dan penetapan harga berdasarkan biaya.²⁰

Harga adalah jumlah kompetisi uang maupun barang, kalau mungkin yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Pada saat ini, bagi sebagian masyarakat, harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentuan dalam keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa. Karena itu penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, secara umum akan kurang menguntungkan, karena pembeli dan volume penjualan berkurang.²¹

Harga merupakan variabel yang sangat penting strategis dan penting bagi pengecer, karena mempengaruhi jumlah penjualan dan beberapa banyak uang yang akan diperoleh. Harga diterapkan agar mampu memberikan tingkat profit yang menguntungkan bagi pedagang sekaligus kepuasan bagi konsumen. Berdasarkan definisi, harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk barang atau jasa. Dapat juga dikatakan bahwa harga adalah jumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk manfaat memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Bagi

²⁰ Sadono Sukirno, Pengantar Teori Mikro Ekonomi, Grafindo Persada, Jakarta, 2003, h. 55-59

²¹ M. Fuad dkk, Pengantar Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, h. 129

konsumen, harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemilihan pembelian. Bagi pengecer, harga merupakan salah satu elemen ritel yang menghasilkan pendapat dan mewakili besarnya biaya.²²

Dalam hal ini yang menjadi faktor utama kebutuhan masyarakat dilihat dari sembilan bahan pokok (sembako). Sembako merupakan kebutuhan pokok utama sehari-hari yang wajib dijual dipasar. Pengkategorian produk-produk yang termasuk sembako menjadi penting sebab pemerintah harus menjamin keberadaan dari produk-produk tersebut dan bertanggung jawab untuk tidak membiarkan stok barang dan harganya menjadi mekanisme pasar.

Permintaan barang-barang bersifat inelastis artinya permintaan terhadap barang kebutuhan yang tidak ada gantinya sekalipun harga naik pasti konsumen akan tetap membelinya. Perubahan harga sembako tidak akan banyak mempengaruhi tingkat permintaan produk oleh konsumen selama tidak terlalu signifikan. Jika harga Sembilan bahan pokok tersebut naik secara signifikan maka sebagian konsumen akan beralih ke produk serupa pengganti (substitusi).²³

Istilah sembako yang mengacu pada sembilan bahan pokok pasti sudah akrab di telinga. Barang-barang termasuk dalam sembako ternyata jelas sekali tercantum dalam keputusan menteri industri dan

111 ²² Maharani vinci, *Manajemen Bisnis Eceran*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009. h.

²³ M. Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama ,2000), h. 138.

perdagangan no.115/mpp/kep/2/1998 tanggal 27 februari 1998.

Kesembilan bahan pokok itu adalah:

- 1) Beras
- 2) Gula pasir
- 3) Minyak goreng dan mentega
- 4) Daging sapi dan ayam
- 5) Telur ayam
- 6) Susu
- 7) Bawang merah dan bawang putih
- 8) Minyak tanah
- 9) Garam beryodium.²⁴

Menurut Kotler dan Armstrong yang diterjemahkan oleh Sabran ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan Harga

Harga yang diberikan oleh penjual terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya. Harga yang sesuai dan terjangkau tentunya akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang diberikan oleh penjual terhadap barang jualan sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan, misalnya jika harganya tinggi maka kualitas produk yang diberikan pun memiliki

²⁴ http://jdih.kemenperin.go.id/site/download_peraturan/513, diakses pada tanggal 31 Mei 2022.

kualitas yang tinggi sehingga konsumen pun merasa tidak keberatan jika membeli produk tersebut

3. Daya saing harga

Dalam pasar, pedagang sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampau tinggi di atas harga para kompetitor maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh penjual terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula.²⁵

b. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam

Setelah perpindahan (hijrah) Rasulullah SAW ke Madinah, maka beliau menjadi pengawas pasar (*muhtasib*). Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai. Salah satu buktinya yaitu Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga, pada saat itu harga sedang naik karena dorongan permintaan dan penawaran yang dialami. Bukti autentik tentang hal ini adalah suatu hadis yang diriwayatkan oleh enam imam hadis (kecuali Imam Nasa`i). Dalam hadis tersebut diriwayatkan sebagai berikut :

²⁵ Philip Kotler, Gary Amstrong Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jakarta: Erlangga 2008) h. 260-264

“Manusia berkata saat itu, Wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukanlah harga untuk kami”. Rasulullah SAW bersabda: “Sesungguhnya Allah adalah penentu harga, Ia adalah penahan, Pencurah, serta Pemberi rezeki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku Dimana salah seorang di antara kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.”

Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli, dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual.

Hukum asal yaitu tidak ada penetapan harga (*al-tas'ir*), dan ini merupakan kesepakatan para ahli fikih. Imam Hambali dan Imam Syafi'i melarang untuk menetapkan harga karena akan menyusahkan masyarakat sedangkan Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penetapan harga untuk barang-barang sekunder.²⁶

Mekanisme penentuan harga dalam Islam sesuai dengan *Maqashid al-Syariah*, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Seandainya Rasulullah saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu, dengan dalih *Maqashid al-Syariah*, penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kepentingan manusia dengan memerangi distorsi pasar, memerangi *mafsadah* atau kerusakan yang terjadi di lapangan.

²⁶ Ika Yunia Fauzia, Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta, 2014, h. 201-204.

Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkannya. Ada dua tema yang sering kali ditemukan dalam pembahasan Ibnu Taimiyah tentang masalah harga, yakni kompensasi yang setara/adil (*'Iwad al-Mitsl*) dan harga yang setara atau adil (*Tsaman al-Mistl*). Dia berkata: kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi dari keadilan (*Nafs al-Adl*).²⁷

Ulama Fiqih sepakat menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga ini tidak dijumpai di dalam Al-Qur'an. Adapun dalam hadis Rasulullah Saw dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu dibolehkan dalam kondisi tertentu. Faktor dominan yang menjadi landasan hukum *at-tas'ir al-jabbari*, menurut kesepakatan para ulama fiqih adalah al-maslahah *al-mursalah* (kemaslahatan).²⁸

Pasar rentan dengan sejumlah kecurangan dan juga perbuatan ketidakadilan yang menzalimi pihak lain. Karena peran penting pasar dan juga rentang dengan hal-hal yang zalim, maka pasar tidak terlepas dengan sejumlah aturan syariat, yang antara lain terkait dengan

²⁷ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Cet. Ke-6, (Rajawali Pers, 2014), h.233.

²⁸*Ibid*, h.235

penentuan harga dan terjadinya transaksi di pasar. Penentuan harga dan mekanisme pasar menurut pandangan hukum Islam harus dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:²⁹

- a) Prinsip ar-ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*).
- b) Prinsip persaingan sehat (*fair competition*). Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (*ikhtikar*) atau monopoli. Monopoli dapat diartikan, setiap barang yang penahannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.
- c) Prinsip kejujuran (*honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun, sebab nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan masyarakat secara luas.

Anas bin Malik menuturkan bahwa pada masa Rasulullah saw pernah terjadi harga-harga melambung tinggi. Para Sahabat lalu berkata kepada Rasul.

“Ya Rasulullah saw tetapkan harga demi kami.” Rasulullah saw menjawab: “Sesungguhnya Allah lah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan *at-Tirmidzi*).³⁰

²⁹Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h.268

³⁰Abu Dawud, Ibn Majah dan *at-Tirmidzi*, *Sunnah At-Tirmidzi*, No. 1345.

Para ulama menyimpulkan dari hadits tersebut bahwa haram bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karena hal itu adalah sumber kezaliman. Masyarakat bebas untuk melakukan transaksi dan pembatasan terhadap mereka bertentangan dengan kebebasan ini. Pemeliharaan masalah pembeli tidak lebih utama daripada pemeliharaan masalah penjual. Apabila keduanya saling berhadapan, maka kedua belah pihak harus diberi kesempatan untuk melakukan ijtihad tentang masalah keduanya. Kewajiban pemilik barang untuk menjual dengan harga yang tidak diridhoinya bertentangan dengan ketetapan Allah SWT.³¹

2. Budaya Daerah

a. Pengertian Kebudayaan

Pengertian istilah “kebudayaan” dapat dikatakan longgar dan pengertiannya pun berganda (*ambiguous*), yaitu mulai cakupan pengertian yang sempit hingga cakupan yang sangat luar biasa luasa. Luasnya cakupan itu tidak hanya terjadi dalam penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga penggunaannya sebagai istilah dalam wacana ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan sosial (*social science*).

Secara etimologis, kata ‘kebudayaan’ berasal dari bahasa Sanskerta, *buddhayah* bentuk jamak dari kata *buddhi* yang berarti akal

³¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h.268-270

atau budi. Menurut Sidi Gazalba ahli budaya, kata budaya merupakan gabungan dari dua kata, yaitu budi dan daya. Budi mengandung makna akal, pikiran, paham, pendapat, ikhtiar, perasaan, sedangkan daya mengandung makna kekuatan, kesanggupan. Sekalipun akar kata budaya diderivasi dari akar kata yang berbeda, dapat dikatakan bahwa kebudayaan berkenaan dengan hal-hal yang berkenaan dengan budi atau akal.³²

Menurut Andreas Eppink, kebudayaan mengandung keseluruhan pengertian nilai sosial, nama sosial, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur sosial, religius, dan lain-lain, tambahan lagi segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat.

Dalam perspektif sosiologi, kebudayaan sebagaimana dikemukakan oleh Alvin L. Bertrand, adalah segala pandangan hidup yang dipelajari dan diperoleh oleh anggota-anggota suatu masyarakat. Termasuk dalam kebudayaan adalah segala bentuk bangunan, peralatan, dan bentuk-bentuk fisik yang lain di samping teknik, lembaga masyarakat, sikap, keyakinan, motivasi serta sistem nilai yang diberlakukan pada kelompok³³. Berikut ini adalah beberapa definisi kebudayaan yang dikemukakan oleh para ahli.

1. Kroeber dan Kluckhohn memandang kebudayaan terdiri atas berbagai pola, bertingkah laku mantap, pikiran, perasaan dan reaksi

³² H.Sulasman, *Teori-teori Kebudayaan*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013, h, 17

³³ *Ibid*, h. 18

yang diperoleh dan diturunkan oleh simbol-simbol yang menyusun pencapaiannya secara tersendiri dari kelompok-kelompok.

2. Linton dalam bukunya *The Cultural Background of Personality* menyatakan bahwa kebudayaan adalah konfigurasi dari sebuah tingkah laku dan hasil laku, yang unsur-unsur pembentukannya didukung serta diteruskan oleh anggota masyarakat tertentu.
3. Herskovits memandang kebudayaan sebagai bagian dari lingkungan hidup yang diciptakan oleh manusia. Herskovits memandang kebudayaan sebagai sesuatu yang turun-temurun dari satu generasi ke generasi yang lain, yang kemudian disebut sebagai *superorganic*.
4. Koentjaraningrat mendefinisikan kebudayaan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan cara belajar.

Definisi-definisi di atas mewakili pandangan yang melihat kebudayaan sebagai pemilik wilayah cakupan yang amat luas, sekaligus memandang kebudayaan sebagai sistem besar, fungsional dan menjadi penentu bagi seluruh aspek kehidupan sosial. Di sini, kebudayaan mempunyai peluang besar untuk lebih bersifat masif. Kebudayaan adalah segala hal yang tercermin dalam realitas apa adanya di masyarakat. Dengan demikian, dalam pengertian luas, kebudayaan adalah makna, nilai, adat, ide, dan simbol yang relatif.

Adapun dalam pengertian sempit, kebudayaan adalah memiliki kandungan spiritual dan intelektual yang tinggi.

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Seseorang yang berusaha berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya akan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya, dan ini membuktikan bahwa budaya itu dipelajari.³⁴

Adapun indikator-indikator budaya menurut Taliziduhu Ndraha dapat dikategorikan tiga Yaitu :³⁵

1. Kebiasaan

Kebiasaan-kebiasaan biasanya dapat dilihat dari cara pembentukan perilaku pedagang, yaitu perilaku berdasarkan kesadaran akan hak dan kewajiban, kebebasan atau kewenangan dan tanggung jawab baik pribadi maupun kelompok di dalam ruang lingkup lingkungan pekerjaan. Adapun istilah lain yang dapat dianggap lebih kuat ketimbang sikap, yaitu pendirian (*position*), jika sikap bisa berubah pendiriannya diharapkan tidak berdasarkan keteguhan atau kekuatannya. Maka dapat diartikan bahwa sikap merupakan cermin pola tingkah laku atau sikap yang sering dilakukan

³⁴ *Ibid*, h. 20-21

³⁵ Taliziduhu Ndraha, Teori Budaya Organisasi, Cetakan Kedua, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003), h. 25

baik dalam keadaan sadar ataupun dalam keadaan tidak sadar, kebiasaan biasanya sulit diperbaiki secara cepat dikarenakan sifat yang dibawa dari lahiriyah, namun dapat diatasi dengan adanya aturan-aturan yang tegas baik dari organisasi ataupun perusahaan.

2. Peraturan

Untuk memberikan ketertiban dan kenyamanan dalam melaksanakan tugas pekerjaan pedagang, maka dibutuhkan adanya peraturan karena peraturan merupakan bentuk ketegasan dan bagian terpenting untuk mewujudkan disiplin dalam mematuhi segala bentuk peraturan-peraturan yang berlaku di Dinas Perdagangan dan Pengelolaan Pasar. Sehingga diharapkan pedagang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi sesuai dengan konsekuensi dengan peraturan yang berlaku.

3. Nilai-Nilai

Nilai merupakan penghayatan seseorang mengenai apa yang lebih penting atau kurang penting, apa yang lebih baik atau kurang baik, dan apa yang lebih benar atau kurang benar. Untuk dapat berperan nilai harus menampakkan diri melalui media atau encoder tertentu. Nilai bersifat abstrak, hanya dapat diamati atau dirasakan jika terekam atau termuat pada suatu wahana atau budaya kerja. Jadi nilai dan budaya kerja tidak dapat dipisahkan dan keduanya harus ada keselarasan dengan budaya kerja searah, keserasian dan keseimbangan. Maka penilaian dirasakan sangat penting untuk

memberikan evaluasi dengan kinerja pedagang agar dapat memberikan nilai baik secara kualitas maupun kuantitas.

Jadi indikator budaya yang baik adalah adanya kedisiplinan dari pelaku pedagang, adanya ketaatan dalam menjalankan peraturan yang berlaku dan memiliki nilai-nilai yang baik dalam melaksanakan budaya kerja tersebut.³⁶

b. Unsur/Komponen Kebudayaan

Para pakar banyak mengemukakan unsur komponen atau budaya daerah, antara lain Melville J.Herskovits, Bronislaw Nakubiwsum dan Cateora. Melville J.Herskovits yang menyebutkan bahwa kebudayaan memiliki empat unsur pokok, yaitu:

- a) Alat-alat teknologi;
- b) Sistem ekonomi;
- c) Keluarga;
- d) Kekuasaan politik.³⁷

Menurut Cateora (*antropolog*), berdasarkan wujudnya tersebut budaya memiliki beberapa elemen atau komponen sebagai berikut.

a) Lembaga Sosial

Lembaga sosial dan pendidikan memberikan peran yang banyak dalam konteks berhubungan dan berkomunikasi di alam

³⁶ *Ibid*, h. 26

³⁷ H.Sulasman, *Teori-teori Kebudayaan*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013, h, 38

masyarakat. Sistem sosial yang terbentuk dalam suatu negara akan menjadi dasar dan konsep yang berlaku pada tatanan sosial masyarakat.³⁸

b) Bahasa

Bahasa merupakan alat pengantar dalam berkomunikasi. Setiap wilayah, bagian, dan negara memiliki perbedaan bahasa yang sangat kompleks. Dalam ilmu komunikasi bahasa merupakan komponen komunikasi yang sulit dipahami. Bahasa memiliki sifat unik dan kompleks yang hanya dapat dimengerti oleh pengguna bahasa tersebut. Jadi, keunikan dan kekompleksan bahasa ini harus dipelajari dan dipahami agar komunikasi lebih baik dan efektif dengan memperoleh nilai empati dan simpati dari orang lain.³⁹

Bahasa adalah alat komunikasi antar anggota masyarakat berupa lambang bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia. Pengertian bahasa itu meliputi dua bidang. Pertama, bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap dan arti atau makna yang tersirat dalam arus bunyi itu sendiri. Bunyi itu merupakan getaran yang merangsang alat pendengaran kita. Kedua, arti atau makna, yaitu isi yang terkandung di dalam arus bunyi yang menyebabkan adanya reaksi terhadap hal yang kita dengar.⁴⁰

³⁸ *Ibid*, h. 38

³⁹ *Ibid*, h. 39

⁴⁰ Rina Devianty, "Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan", *Jurnal Tarbiyah*, Vol.24, No.2, 2017, h. 228.

Bahasa merupakan bagian dari kebudayaan, bahkan bahasa sering juga disebutkan sebagai faktor dominan dari kebudayaan. Kebudayaan dari sudut pandang ilmu bahasa adalah.

- 1) pengatur dan pengikat masyarakat penutur bahasa itu,
- 2) butir-butir dan satuan-satuan yang diperoleh manusia pemakai bahasa melalui jalur belajar atau pendidikan,
- 3) pola kebiasaan dan perilaku manusia, dan
- 4) suatu sistem komunikasi dalam masyarakat yang berperan dalam membentuk dan memelihara kesatuan, kerja sama, dan kehidupan.

Jadi, bahasa tidak dapat dipisahkan dari kehidupan budaya manusia karena antara bahasa dan budaya ada semacam hubungan timbal-balik atau kausalitas. Bahasa merupakan salah satu hasil budaya, sedangkan budaya manusia banyak pula dipengaruhi oleh bahasa.

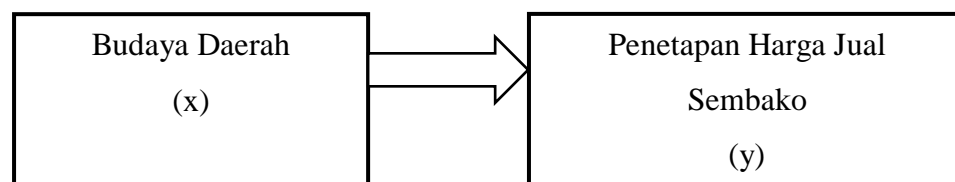
Fungsi bahasa dalam masyarakat adalah sebagai alat interaksi sosial, walaupun bukan satu-satunya alat interaksi sosial. Selain bahasa, masih banyak alat lain yang dapat digunakan sebagai alat interaksi sosial tersebut, tetapi apabila dibandingkan dengan media lainnya, bahasa merupakan alat yang paling penting dan lengkap, serta paling sempurna dalam melaksanakan interaksi.⁴¹

⁴¹*Ibid.*, 236

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran perlu dijelaskan secara teoritis antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan pada uraian sebelumnya maka kerangka pemikiran peneliti dalam penelitian ini adalah budaya daerah (sebagai variabel terikat) yang mempengaruhi penetapan harga jual barang. Dengan kerangka pemikiran tersebut menunjukkan bagaimana kondisi budaya daerah yang ada di Muara Teweh, untuk lebih jelasnya terlihat sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Keterangan:

1. X adalah sebagai Budaya Daerah yang akan diuji dengan variabel Y

2. Y adalah sebagai Harga Jual Sembako disesuaikan dengan variabel X
3. Tanda panah menunjukkan pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Dalam kerangka berfikir ilmiah hipotesis diajukan setelah merumuskan masalah karena pada hakikatnya hipotesis adalah jawaban sementara yang belum tentu benar dan perlu dibuktikan.⁴²

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh serta hubungan yang positif antara dua variabel atau lebih perlu dirumuskan suatu hipotesis. Penelitian ini bermaksud memperoleh gambaran objektif tentang pengaruh kuantitas budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh. Adapun hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Nol (H_0)

⁴²Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012, h. 63.

Tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor budaya daerah dengan penetapan harga jual sembako.

2. Hipotesis Alternatif (H_a)

Ada pengaruh yang signifikan antara faktor budaya daerah dengan penetapan harga jual sembako.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Data penelitian akan diwujudkan dalam bentuk angka-angka dengan statistik. Pengumpulan data sebanyak-banyaknya mengenai faktor yang berhubungan dengan objek penelitian digunakan untuk mendeskripsikan bahan kajian.⁴³ Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Ex Post Facto*), *ex post facto* merupakan penelitian dimana variabel-variabel bebas telah terjadi ketika peneliti mulai dengan pengamatan variabel-variabel terikat dalam suatu penelitian. Penelitian lapangan adalah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.⁴⁴ Selain itu penelitian ini juga berjenis penelitian asosiatif, yang mana Penelitian ini berjenis regresi adalah penelitian yang bertujuan mengetahui pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.⁴⁵

⁴³ Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 1992, h. 82.

⁴⁴ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, Cetakan keempat, 2009, h. 5.

⁴⁵ Fira Husaini, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020, h. 19.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah budaya daerah. Unsur budaya merupakan sistem kekerabatan dan organisasi sosial. kehidupan berbagai kelompok masyarakat diatur oleh adat istiadat di dalam lingkungan. Kesatuan sosial yang paling dekat adalah keluarga inti dan kerabat dekat yang lainnya. Adapun indikator dari variabel bebas ini adalah:

1. Kebiasaan
2. Peraturan
3. Nilai-Nilai

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah penetapan harga jual sembako. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada

waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Adapun indikator dari variabel terikat ini adalah:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

C. Waktu dan Tempat

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian pengaruh budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako di pasar bebas banjir Muara Teweh. Dilaksanakan selama dua bulan setelah peneliti mendapat rekomendasi dari lembaga Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya untuk meneliti yakni pada tanggal 03 Maret 2022 sampai 03 April 2022.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Muara Teweh yang mana melibatkan para pedagang pasar bebas banjir Muara Teweh di jalan dermaga kelurahan Lanjas kecamatan Teweh Tengah, pemilihan penelitian di pasar bebas banjir Muara Teweh karena pasar bebas banjir Muara Teweh pasar yang paling besar yang ada di kota Muara Teweh.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu.⁴⁶ Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang diteliti.⁴⁷ Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang di pasar bebas banjir Muara Teweh. Jumlah populasi pasar bebas banjir berdasarkan data yang dipublikasi pada tahun 2019 berjumlah 192 pedagang pasar bebas banjir Muara Teweh.⁴⁸

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).⁴⁹ Menurut Fraenkel dan Wallen mengatakan bahwa tugas pertama peneliti dalam pemilihan sampel adalah menegaskan batasan populasi (*defining the population*) yang hendak

⁴⁶Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2013, h. 80.

⁴⁷Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Data Sekunder (edisi revisi)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012, h. 74.

⁴⁸<https://www.borneonews.co.id/berita/115687-pasar-bebas-banjir-muara-teweh-tampung-192-pedagang> , diakses pada tanggal 10 Mei 2021.

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 81.

diteliti. Peneliti dituntut secara jelas tentang siapa yang akan dikenakan kesimpulan hasil dari penelitiannya.⁵⁰

Dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik *Non-probability* sampling dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap atau anggota populasi untuk dipilih. Peneliti lebih memfokuskan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan Purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Mengingat variabel yang diteliti sudah ditentukan dari awal adalah budaya daerah, dengan kriteria atau pertimbangan yaitu pertama, peneliti hanya akan menjadikan pedagang pasar bebas banjir yang berdagang minimal 5 tahun.

Kedua, merupakan pedagang tetap yang berjualan di pasar bebas banjir. Menurut Suharsimi Arikunto apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-20% atau 20-25% atau lebih.⁵¹ Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

⁵⁰Edy Purwanto, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*", Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2016, h. 100.

⁵¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi IV), Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006, h. 134.

N = jumlah populasi

d = nilai presisi

Pada Penelitian ini terdapat jumlah pedagang pasar bebas banjir Muara Teweh menurut data sebaran pedagang bebas banjir yaitu 192 pedagang. Oleh karena itu saya selaku peneliti untuk menghemat waktu dan biaya untuk penelitian ini dengan menggunakan sampel dengan rumus slovin. Memiliki batasan toleransi 10%.

$$N = 192$$

$$d = 10\%$$

Ditanya: n ?

Rumus Slovin:

$$n = N / N (d)^2 + 1$$

$$n = 192 / 192 (10\%)^2 + 1$$

$$n = 192 / 192 (0,1)^2 + 1$$

$$n = 192 / 192 (0,01) + 1$$

$$n = 192 / 1,92 + 1$$

$$n = 192 / 2,92$$

$$n = 65,75 \text{ dibulatkan menjadi } 66.$$

Maka dalam penelitian ini, sampel yang akan saya teliti dari populasi adalah sebanyak 66 pedagang pasar bebas banjir di Muara Teweh.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan

data yang dilakukan untuk dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵² Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala *likert* 5 poin.

Menurut Malhotra, skala *likert* yaitu skala yang digunakan secara luas, yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus.⁵³ Umumnya, masing-masing item skala *likert* mempunyai lima kategori dari jawaban sangat positif sampai sangat negatif guna kebebasan memilih, yang dapat berupa jawaban sebagai berikut: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Untuk keperluan analisis data, maka jawaban itu dapat diberi skor atau nilai, yaitu:

Tabel 3. 1
Skala likert⁵⁴

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data primer yang diolah 2022

⁵²Moh. Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, h. 114.

⁵³K. Naresh Malhotra, *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, Jakarta: PT. Indeks, 2009, h. 298.

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016, h. 15.

Adapun cara pengambilan datanya, kuesioner (angket) akan dibagikan atau diberikan kepada para pedagang pasar bebas banjir sebagai responden untuk mengetahui jawabannya. Dalam kuesioner akan disediakan pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Untuk pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini, peneliti sesuaikan dengan teori yang diambil sebelumnya pada bab 2 yaitu kajian teori. Untuk menggambarkan variabel X, budaya daerah menggunakan teori kebudayaan dengan indikator kebiasaan, Peraturan, dan Nilai-nilai. Untuk variabel Y Penetapan harga, teori penetapan harga dengan indikator Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat.

Tabel 3. 2
Kisi-kisi Pernyataan yang digunakan dalam Kuesioner (Angket)

Variabel	Indikator	No Angket	Jumlah
Budaya Daerah (X)	Kebiasaan	1,2,3	3
	Peraturan	4,5	2
	Nilai-Nilai	6	1
Penetapan Harga Jual (Y)	Keterjangkauan harga	1	1
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2,3	2
	Daya saing harga	4	1
	Kesesuaian harga dengan manfaat	5	1

Sumber: data primer yang diolah 2022

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas Konstruk (*Construct Validity*)

Uji Validitas merupakan uji instrumen penelitian data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika ada korelasi yang signifikan dengan skor totalnya. Hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkapkan sesuatu yang ingin diungkapkan. Item adalah pertanyaan atau pernyataan yang ditunjukkan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkapkan sesuatu.⁵⁵

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik uji validitas konstruk, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya, yaitu validitas yang berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur suatu konsep yang ingin diukurnya. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data penelitian yang diperoleh melalui kuesioner.⁵⁶ Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian, digunakan program *SPSS 26*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas korelasi pearson yaitu sebagai berikut:

⁵⁵Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, Ponorogo: CV. WADE Group, 2016, h. 65.

⁵⁶Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2009, h. 123.

Perbandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel}

- a) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid.
- b) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid.

Cara mengetahui nilai r_{tabel} dengan sampel atau $N =$

100, terlebih dahulu mencari df (*degree of freedom*):

$$df = N - k$$

$$df = 66 - 1$$

$$df = 65$$

Derajat bebas atau $df = 65$ pada signifikansi 0,05 atau 5% pada distribusi nilai r_{tabel} koefisien korelasi statistik, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,2404.⁵⁷

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja.⁵⁸ Reliabilitas (*reliability*, keterpercayaan) merujuk kepada pengertian apakah sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsistensi, dan tidak berubah-ubah. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Dalam penelitian ini, peneliti akan dibantu dengan program SPSS. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk

⁵⁷ Junaidi, *Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)*, <http://junaidichaniago.wordpress.com>, diakses tanggal 10 Mei 2021.

⁵⁸ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, Ponorogo: CV. WADE Group, 2016, h.79

mengukur skala rentangan (seperti skala likert 1-5) adalah Cronbach's Alpha.

Rumus dari metode tersebut adalah :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan:

- α = nilai *Cronbach's Alpha*
- k = jumlah item pertanyaan yang diuji
- \sum = jumlah varians butir
- S_t^2 = varians total⁵⁹

Metode *Cronbach Alpha* mempunyai nilai yang harus dicapai atau nilai yang dikatakan *reliable* yaitu:

Tabel 3. 3

Tingkat Reliable Cronbach Alpha

Nilai Cronbach Alpha	Tingkat reliabilitas
0,000 - 0,200	Kurang <i>Reliable</i>
>0,200 - 0,400	Agak <i>Reliable</i>
>0,400 - 0,600	Cukup <i>Reliable</i>
>0,600 - 0,800	<i>Reliable</i>
>0,800 - 1,000	Sangat <i>Reliable</i>

2. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat analisis atau sering disebut uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear sederhana yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Jadi analisis regresi

⁵⁹Imam Ghozali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20,00*, Semarang: Universitas diponegoro, 2011, h.54

yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data *cross sectional*.⁶⁰ Uji asumsi klasik yang akan digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian, variabel (X) budaya daerah dan variabel (Y) penetapan harga jual sembako yang diperoleh berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* satu arah. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan data tersebut tidak berdistribusi normal.⁶¹ Pada penelitian ini peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan program SPSS 26.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat

⁶⁰Nikolaus duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Budi Utama, Cetakan Pertama, 2019, h. 114.

⁶¹Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi ke-2*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, h. 292.

ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji Heteroskedastisitas dengan *Spearman Rho*, uji ini pada dasarnya bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedasitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedasitas. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedasitas yakni :

- 1) Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0.05$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedasitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $< \alpha = 0.05$, maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedasitas.⁶²

3. Analisis Data

Analisis data tergantung pada jenis dan kompleksnya penelitian. Penelitian yang bersifat eksploratif atau penelitian yang mempelajari variabel tunggal memerlukan analisis deskriptif saja. Analisis data juga harus memperhatikan sifat penelitian. Penelitian kualitatif tidak memerlukan analisis statistika, sedang penelitian kuantitatif cenderung menggunakan analisis statistika.⁶³ Analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis data kuantitatif, Analisis data merupakan proses pengolahan, penyajian, interpretasi dan analisis data yang diperoleh dari lapangan, agar

⁶²Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*, Yogyakarta : CV Budi Utama, 2019, h. 114-123.

⁶³Mustopa Marli, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Palembang: Penerbit Universitas Muhammadiyah Palembang, Cetakan Pertama, 2011, h. 83.

data yang disajikan memiliki arti, sehingga pembaca dapat mengetahui hasil dari penelitian.⁶⁴ Peneliti tidak boleh terburu dalam menetapkan metode analisis statistika bila masalah yang diteliti tidak memerlukan metode tersebut.⁶⁵

a. Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear sederhana yaitu analisis untuk mengukur sejauh mana pengaruh Variabel bebas (X) yaitu budaya daerah variabel terikat (Y) yaitu harga jual sembako, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:⁶⁶

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = harga jual sembako

X = budaya daerah

a = Konstan

b = Koefisien Regresi

Untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako, maka dapat ditentukan dari nilai signifikan pada uji regresi linier sederhana. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan.

b. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji R^2 atau uji determinasi merupakan ukuran yang penting

⁶⁴ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 144.

⁶⁵ Mustopa Marli, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Palembang: Penerbit Universitas Muhammadiyah Palembang, Cetakan Pertama, 2011, h. 84.

⁶⁶ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, h. 343.

dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekat garis regresi yang diestimasi dengan data yang sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat (Y) dapat diterangkan dengan variabel bebas (X). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variasi dari Y secara keseluruhan tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X . Dengan kata lain bila $R^2 = 1$, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara 0 dan 1.⁶⁷

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen (X) secara parsial. Kriteria pengujian tingkat signifikansi (α) = 0,05. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

⁶⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20,00*, Semarang: Universitas diponegoro, 2011, h.125.

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat. Rumus uji t yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t : nilai

t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah data pengamatan.⁶⁸

⁶⁸ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015, h. 162.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan untuk mempermudah dalam penyusunan penelitian ini, maka peneliti membagi dalam beberapa bab yaitu sebagai berikut:

BAB I pendahuluan, terdapat beberapa pokok pembahasan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II kajian pustaka, dalam bagian ini terdiri dari penelitian terdahulu, deskripsi teoritik, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III metode penelitian, yang pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, metode pengumpulan data, angket, validitas, reliabilitas, uji prasyarat analisis, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, teknik analisis data, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinan dan uji t.

Bab IV, Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, hasil analisis data responden, hasil penelitian (uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi sederhana) dan pembahasan penelitian.

Bab V, Penutup yang terdiri dari kesimpulan dari penelitian dan saran bagi pihak yang terkait.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

1. Profil Singkat Muara Teweh

Kabupaten Barito Utara adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Kalimantan Tengah, Indonesia. Ibu kota Kabupaten ini terletak di Muara Teweh, Kabupaten ini berdiri pada Tanggal 29 Juni 1959. Kabupaten Barito Utara terdiri dari 9 (sembilan) Kecamatan, 10 Kelurahan, dan 93 desa. Pusat kota Muara Teweh berada di kecamatan Teweh Tengah. Wilayah cakupan Muara Teweh adalah kelurahan Lanjas dan kelurahan Melayu. Pertambangan batu bara dan emas serta perkebunan kelapa sawit, rotan dan karet merupakan produk andalan dari Kabupaten Barito Utara.

Berdasarkan Sensus Penduduk Indonesia 2019, suku bangsa yang terdapat di Kalimantan Tengah sangat beragam dari 2.205.700 jiwa penduduk, yakni suku asal Kalimantan di luar Dayak 588.650 jiwa (26,69%), Dayak 478.434 jiwa (21,69%), Banjar 464.260 jiwa (21,05%), Jawa 450.682 jiwa (20,43%), Melayu 86.322 (3,91%), Madura 42.668 jiwa (1,93%), Sunda 28.565 jiwa (1,30%), Batak 12.324 jiwa (0,56%) dan suku lainnya 2,44%. Suku atau penduduk asli Barito Utara adalah suku Dayak Bakumpai dan Dayak Taboyan atau disebut juga Dayak Taboyan. Bahasa yang digunakan, selain bahasa resmi nasional bahasa Indonesia, keseharian penduduk juga memakai bahasa Dayak dialek Barito Utara.⁶⁹

⁶⁹ https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Muara_Teweh, diakses pada tanggal 31 Mei 2022.

Pasar yang ada di kota Muara Teweh ada 4, diantaranya pasar bebas banjir, pasar dermaga, pasar ipu, dan pasar pendopo, yang mana pasar-pasar tersebut berbeda-beda untuk jam operasionalnya.

2. Profil Singkat Pasar Bebas Banjir Muara Teweh

Sebagai kota air, Muara Teweh sering dilanda musibah banjir. Kawasan yang terdampak banjir di Muara Teweh sangat banyak, mulai dari pinggiran sungai Barito sampai ke tengah kota terdampak banjir. Salah satu daerah yang sering terdampak banjir adalah pasar, karena hal itu membuat aktivitas jual beli menjadi lumpuh dikarenakan pasar yang biasanya digunakan untuk bertransaksi jual beli terkena banjir. Karena itulah pemerintah membangun Pasar Bebas Banjir (PBB) agar ketika banjir masyarakat masih bisa melakukan aktivitas jual beli seperti biasanya.⁷⁰

Pasar Bebas Banjir didirikan oleh masyarakat setempat pada tahun 1990 dan dibangun kembali oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Barito Utara pada tahun 1995-2010 dan pada tahun 2021 dibangun atau direhab kembali dikarenakan Pasar Bebas Banjir mengalami. Pasar Bebas Banjir berada di Jl. Akasia, Kelurahan. Lanjas, Kec. Teweh Tengah, Kabupaten Barito Utara, pasar ini buka mulai pukul 03.00 subuh hingga sore hari. Barang-barang yang dijual beraneka ragam diantaranya kebutuhan pokok, sayur mayur, ikan, bumbu, buah-buahan, peralatan rumah tangga, dan pakaian.

⁷⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Muara_Teweh, diakses pada tanggal 12 April 2022.

B. Hasil Analisis Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden mengenai pengaruh budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako di pasar bebas banjir Muara Teweh. Responden dalam penelitian ini adalah Pedagang Pasar Bebas Banjir.

Karena jumlah sampel yang didapat sebanyak 66 sampel, dengan demikian syarat pengolahan data dengan alat SPSS sampel dapat terpenuhi. Variabel dalam penelitian ini terdiri variabel bebas (Independent) yaitu Modal (X), pengaruh budaya daerah, dan variabel terikat (dependent) yaitu penetapan harga jual sembako (Y). Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar, untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel 4.1 berikut ini:

1. Penyajian Data

1) Budaya Daerah

Tabel 4. 1
Tabel Frekuensi (X)

No	SS 5		S 4		KS 3		TS 2		STS 1	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	15	22%	9	13%	3	4%	6	9%	34	50%
2	29	43%	12	18%	11	16%	3	4%	12	18%
3	16	24%	9	13%	13	20%	3	4%	26	39%
4	10	15%	10	15%	24	36%	3	4%	20	30%
5	11	16%	6	9%	25	37%	9	13%	16	24%
6	29	43%	6	9%	15	22%	7	10%	10	15%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Tabel di atas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 66 responden pedagang Pasar Bebas Banjir Muara Teweh.

- 1) Item 1 (Pedagang di pasar bebas banjir berperilaku sama dengan pembeli dari luar daerah). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 34 responden (50%) menjawab sangat tidak setuju, 15 responden (22%) menjawab sangat setuju, 9 responden (13%) menjawab setuju, 6 responden (9%) menjawab tidak setuju, dan 3 responden (4%) menjawab kurang setuju.
- 2) Item 2 (Pedagang di pasar bebas banjir menggunakan bahasa Bakumpai dalam kebiasaan menawarkan produk jualannya). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 29 responden (43%) menjawab sangat setuju, 12 responden (18%) menjawab setuju, 12 responden (18%) menjawab sangat tidak setuju, 11 responden (16%) menjawab kurang setuju, dan 3 responden (4%) menjawab tidak setuju.
- 3) Item 3 (Pedagang di pasar bebas banjir tidak pernah menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada semua konsumen). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 26 responden (39%) menjawab sangat tidak setuju, 16 responden (24%) menjawab sangat setuju. 13 responden (20%) menjawab kurang setuju, 9 responden (13%) menjawab setuju, dan 3 responden (4%) menjawab tidak setuju.

- 4) Item 4 (Pedagang di pasar bebas banjir menetapkan harga sembako berdasarkan aturan dari pemerintah daerah). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 24 responden (36%) menjawab kurang setuju, 20 responden (30%) menjawab sangat tidak setuju, 10 responden (15%) menjawab setuju, 10 responden (15%) menjawab setuju, dan 3 responden (4%) menjawab tidak setuju.
- 5) Item 5 (Pedagang di pasar bebas banjir mengikuti aturan yang berlaku di Dinas Perdagangan dan Pengelolaan Pasar). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 25 responden (37%) menjawab kurang setuju, 16 responden (24%) menjawab sangat tidak setuju, 13 responden (24%) menjawab tidak setuju, 11 responden (16%) menjawab sangat setuju, dan 6 responden (9%) menjawab setuju.
- 6) Item 6 (Pedagang di pasar bebas banjir beranggapan pembeli dari luar daerah tidak akan menawar produk jualannya). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 29 responden (43%) menjawab sangat setuju, 15 responden (22%) menjawab kurang setuju, 10 responden (15%) menjawab sangat tidak setuju, 7 responden (10%) menjawab kurang setuju, dan 6 responden (9%) setuju.

2) Penyajian Data Penetapan Harga Jual Sembako

Tabel 4. 2
Tabel Frekuensi (Y)

No	SS 5		S 4		KS 3		TS 2		STS 1	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	34	50%	33	49%	-	-	-	-	-	-
2	30	44%	35	52%	2	3%	-	-	-	-
3	35	52%	32	47%	-	-	-	-	-	-
4	38	56%	29	43%	-	-	-	-	-	-
5	47	70%	20	30%	-	-	-	-	-	-

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

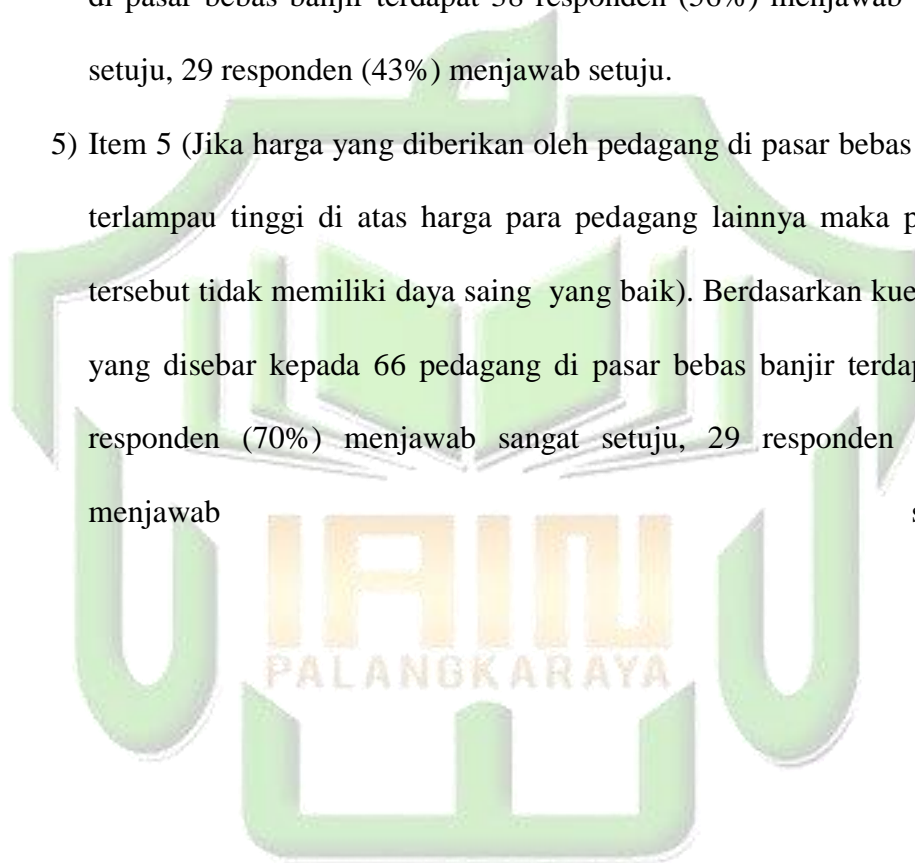
Tabel di atas menunjukkan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari 66 responden pedagang Pasar Bebas Banjir Muara Teweh.

- 1) Item 1 (Harga yang diberikan oleh pedagang di pasar bebas banjir terhadap barang sembako dapat dijangkau oleh konsumennya). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 34 responden (50%) menjawab sangat setuju, 33 responden (49%) menjawab setuju.
- 2) Item 2 (Harga yang diberikan oleh pedagang di pasar bebas banjir terhadap barang jualan sesuai dengan kualitas produk yang mereka jual). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 30 responden (44%) menjawab sangat setuju, 35 responden (52%) menjawab setuju, 2 responden (3%) menjawab kurang setuju.
- 3) Item 3 (Jika harga barang di pasar bebas banjir tinggi maka kualitas produk yang diberikan memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen merasa puas). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada

66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 35 responden (52%) menjawab sangat setuju, 32 responden (47%) menjawab setuju.

4) Item 4 (Pedagang di pasar bebas banjir memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi untuk menarik konsumen). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 38 responden (56%) menjawab sangat setuju, 29 responden (43%) menjawab setuju.

5) Item 5 (Jika harga yang diberikan oleh pedagang di pasar bebas banjir terlampaui tinggi di atas harga para pedagang lainnya maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik). Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 66 pedagang di pasar bebas banjir terdapat 47 responden (70%) menjawab sangat setuju, 29 responden (43%) menjawab setuju.



C. Hasil Analisa Data

Selanjutnya dalam bab ini juga akan dipaparkan, hasil analisis data kuantitatif pada variabel budaya daerah dan penetapan harga jual sembako meliputi uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas), uji analisis data (regresi linier sederhana), serta uji koefisien determinan. Pengolahan data menggunakan software perangkat lunak SPSS statistik 26.0.

a. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas Konstruk

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Pertanyaan dinyatakan valid jika nilai koefisien korelasi (r_{hitung}) hasil perhitungan lebih besar dari nilai koefisien dari tabel dan hasil perhitungan bernilai positif. Untuk derajat bebas (*degree of freedom-df*) diperoleh dari jumlah sampel atau jumlah responden dikurangi 1 ($df = N - 2$) 66. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $66 - 1 = 65$, dengan df 65 dan alpha 10% (0,10) didapat r_{tabel} sebesar 0,2404.

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas Budaya Daerah (X)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,673	0,2404	Valid
2	0,456	0,2404	Valid
3	0,781	0,2404	Valid
4	0,802	0,2404	Valid
5	0,787	0,2404	Valid
6	0,404	0,2404	Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas Harga Jual Sembako (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,631	0,2404	Valid
2	0,678	0,2404	Valid
3	0,661	0,2404	Valid
4	0,792	0,2404	Valid
5	0,701	0,2404	Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan Uji Validitas sebagaimana tabel 4.3, dan tabel 4.4, menunjukkan seluruh item pertanyaan variabel budaya daerah dan penetapan harga jual sembako mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5%. Oleh karena itu dapat disimpulkan semua item dalam kuesioner penelitian ini valid, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban konsisten dari waktu ke waktu, dalam penelitian ini, peneliti akan dibantu dengan program *SPSS 26.0*. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,600$. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Reliabilitas Budaya Daerah (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.722	6

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas Budaya Daerah per item (X)

No	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	0,682	<i>Reliable</i>
2	0,750	<i>Reliable</i>
3	0,625	<i>Reliable</i>
4	0,616	<i>Reliable</i>
5	0,625	<i>Reliable</i>
6	0,764	<i>Reliable</i>

Sumber: SPSS 26.0, April 2022

Tabel 4. 7
Hasil Uji Reliabilitas Harga Jual Sembako (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.707	5

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas Harga Jual Sembako (Y)

No	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	0,684	<i>Reliable</i>
2	0,673	<i>Reliable</i>
3	0,668	<i>Reliable</i>
4	0,627	<i>Reliable</i>
5	0,638	<i>Reliable</i>

Sumber: SPSS 26.0, April 2022

Dari keterangan tabel 4.5 dan 4.6 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0,600. Dengan demikian variabel X dan Y dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian, variabel (X) pengaruh budaya daerah dan variabel (Y) penetapan harga jual sembako yang diperoleh berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik (*kolmogorov smirnov*) dan uji grafik (*histogram* dan *plots*). Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dinyatakan data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan data tersebut tidak berdistribusi normal.⁷¹

Tabel 4. 9
Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
N	66
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.058

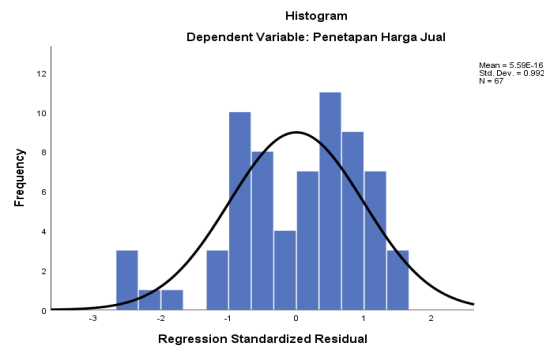
Sumber: SPSS 26.0, April 2021

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat nilai Sig. pada bagian *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.058. Sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data yang diperoleh peneliti normal karena nilai

⁷¹Nikolaus duli, Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS, h. 115

Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

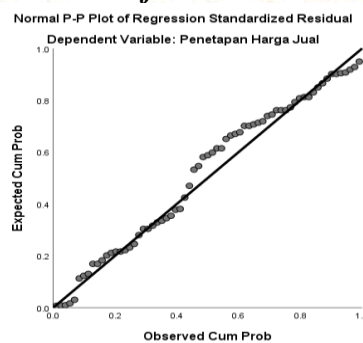
Gambar 4. 1
Grafik Histogram



Sumber: SPSS 26.0, April 2021

Berdasarkan tampilan output chart diatas dengan N= 66 dan standar deviasi sebesar 0,992 grafik histogram memberikan pola distribusi melenceng ke kanan yang artinya adalah data berdistribusi normal.

Gambar 4. 2
Grafik P-Plot



Sumber: SPSS 26.0, April 2021

Berdasarkan hasil analisis data pada gambar 4.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa dari kurva normal p-plot terlihat titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya tidak terlalu jauh atau

melebar. Berarti dari kurva ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dan model regresi layak untuk menganalisis pengaruh variabel bebas (unsur budaya).

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Spearman rho*. Uji *Spearman rho* digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako. Untuk mengukur variabel dependen dan independen dipakai beberapa pertanyaan untuk setiap variabel dengan penilaian menggunakan skala *likert*.⁷²

Untuk menguji hipotesis penelitian, apakah H_0 diterima atau ditolak dapat menggunakan tabel *Spearman Rho*, atau dengan membandingkan nilai sig. (2-tailed) dengan α (0.05). apabila nilai probabilitasnya $> \alpha$ (0.05) maka H_a diterima dan jika nilai probabilitasnya $< \alpha$ (0.05) maka H_0 ditolak.⁷³ Perhitungan uji analisis *Spearman Rho* menggunakan program *SPSS 26.0*.

Adapun *output* uji analisis *spearman rho* tersebut adalah sebagai berikut :

⁷²Alizar Isna dan Warto, *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis Untuk Penelitian Sosial Dilengkapi Dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*, Purwokerto: STAIN Press, 2013, h. 268

⁷³*Ibid*, h.269

Tabel 4. 10
Hasil Uji Spearman Rho

Correlations				
			Budaya Daerah	Penetapan Harga Jual
<i>Spearman's rho</i>	Budaya Daerah	Correlation Coefficient	1.000	-.060**
		Sig. (2-tailed)	.	.635
		N	66	66
	Penetapan Harga Jual	Correlation Coefficient	-.060**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.635	.
		N	66	66

Sumber: SPSS 26.0, April 2021

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan uji *spearman rho* dengan bantuan SPSS versi 26.0 menunjukkan bahwa nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

a. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4. 11
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
(Constant)	24.558	.645	.000
Budaya Daerah	-,102	.034	.004

a. Dependent Variable: Penetapan Harga Jual

Sumber: SPSS 26.0, April 2021

Berdasarkan output regresi olah data SPSS 26.0 dan dapat juga dilihat pada tabel 4.9, untuk persamaan regresinya pada kolom B dalam *Unstandardized Coefficients*, maka persamaan regresinya dapat dibentuk sebagai berikut:

Keterangan :

Y = Penetapan Harga Jual Sembako

X = Pengaruh Budaya Daerah

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

$$Y = 24,558 - 0,102X$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 24,558 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai kenaikan nilai dari variabel budaya daerah (X) maka nilai variabel penetapan harga jual sembako (Y) adalah 24,558 .
- b. Koefisien b sebesar -0,102, artinya variabel budaya daerah (X) mempunyai koefisien regresi yang negatif terhadap penetapan harga jual sembako. Artinya setiap kenaikan satu satuan akan menurunkan skor penetapan harga jual sembako (Y) sebesar -0,102 satuan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pada tabel 4.9 signifikan, karena nilai signifikan yang didapat lebih kecil dari nilai probabilitas $0,004 < 0,05$ artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji Koefisien Determinan

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa signifikan kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependennya. Berikut ini disajikan hasil uji koefisien determinasi yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary		
Model	R	R Square
1	.352 ^a	.124

a. Predictors: (Constant), Budaya Daerah

Sumber: SPSS 26.0, April 2022

Nilai R pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya. Berdasarkan data diatas diperoleh besarnya nilai koefisien determinasi $R = 0,352$ atau 35,2%, sehingga pengaruh budaya daerah mempunyai pengaruh yang kuat dengan penetapan harga jual sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh.

Dari output SPSS diperoleh besarnya nilai *koefisien adjusted* R^2 0,124 sehingga penetapan harga jual sembako dapat dijelaskan oleh pengaruh budaya daerah sebesar 12,4%, dan sisanya sebesar 87,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar lingkup penelitian yang tidak dilakukan oleh peneliti.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji t atau uji parsial merupakan pengujian terhadap variabel independen secara parsial (individu) dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

Kriteria penerimaan atau penolakannya adalah:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau diterima H_a , artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau ditolak H_a , artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria penerimaan atau penolakannya adalah:

- Tolak H_0 jika nilai probabilitas < taraf signifikan sebesar 0.05 (Sig. < α ,05)
- Terima H_0 jika nilai probabilitas > taraf signifikan sebesar 0.05 (Sig. > α ,05)

Tabel 4. 13
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.558	.645		38.075	.000
	TOTAL_X	-.102	.034	-.352	-3.010	.004

a. Dependent Variable: Penetapan Harga Jual Sembako Y

Sumber: SPSS 26.0, Mei 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.13 diatas, berikut ini hasil uji parsial dari variabel penelitian ini yaitu budaya daerah (X) mempunyai nilai $t_{hitung} = -3.010$ pada signifikan = 0.004. Berdasarkan hasil regresi diatas, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -3.010, maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-3.010 > 2,404$) pada signifikan $0,004 < 0,05$, dari hasil tersebut dapat disimpulkan H_0 ditolak H_a diterima, hal ini berarti budaya daerah berpengaruh negatif namun signifikan terhadap penetapan harga jual sembako di pasar bebas banjir Muara Teweh.

D. Pembahasan

Manusia senantiasa melakukan hubungan dan pengaruh timbal balik dengan manusia yang lain dalam rangka memenuhi kebutuhan dan mempertahankan kehidupannya.

Dalam berinteraksi sosial dengan orang lain, pada umumnya orang melakukan dalam suatu konteks sosial, biasanya dalam suatu kelompok masyarakat. Dengan melakukan interaksi sosial tersebut akan terbentuk sebuah jaringan sosial yang berfungsi sebagai pelicin, jembatan dan sebagai perekat. Dengan fungsi jaringan tersebut sehingga dapat memudahkan untuk memperoleh barang dan sumber daya langka seperti informasi, barang atau jasa dan kekuasaan.

Menurut Soejono Soekanto, kelompok sosial adalah himpunan atau kesatuan manusia yang hidup bersama, karena adanya hubungan di antara

mereka. Hubungan tersebut antara lain menyangkut hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dan juga suatu kesadaran untuk saling menolong.

Seperti halnya di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh, kelompok sosial terbentuk karena adanya hubungan timbal balik antara penjual dan pembeli sehingga secara tidak langsung kegiatan interaksi yang dilakukan di pasar ini merupakan interaksi sosial yang dilakukan dalam konteks bermasyarakat.

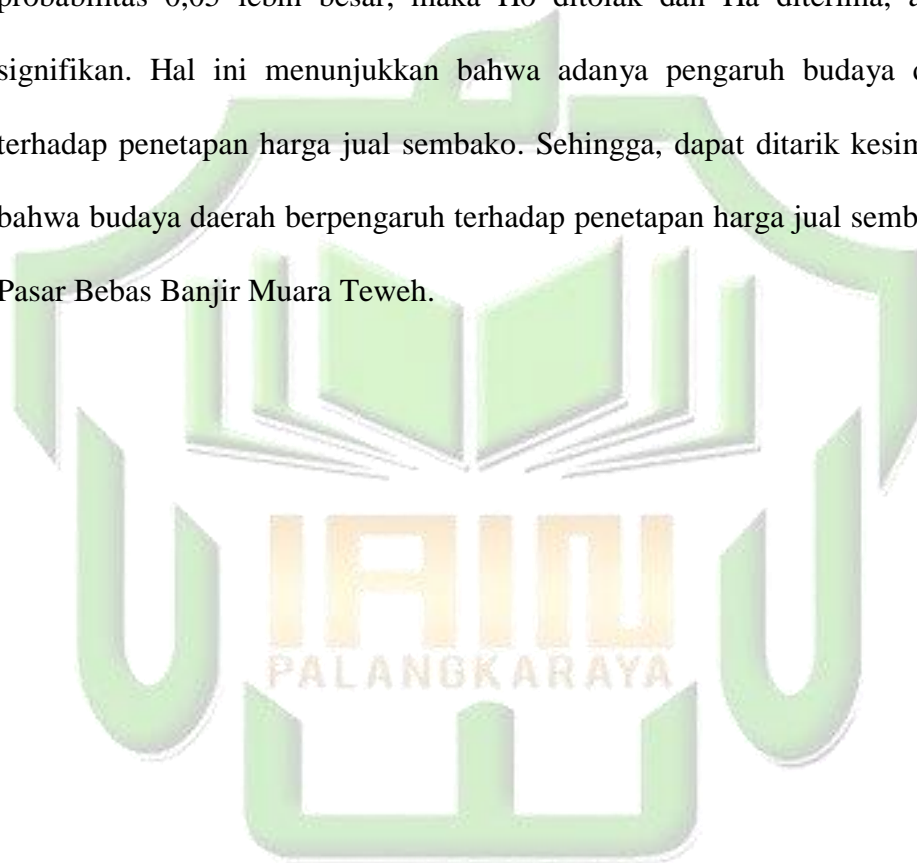
Setiap perdagangan maupun usaha pasti menginginkan laba atau keuntungan yang besar. Begitu juga dengan pedagang Pasar Bebas Banjir. Melihat dengan semakin pesatnya perbelanjaan di Pasar Bebas Banjir yang didatangi oleh orang dalam daerah maupun luar daerah membuat kesempatan bagi penjual menaikkan laba.

Salah satu kesempatan untuk menaikkan laba bagi penjual adalah karena faktor penggunaan bahasa dalam berkomunikasi. Selain calon pembeli dikatakan jarang-jarang berbelanja di pasar ini, penjual menaikkan harga atau mendapatkan kesempatan untuk menaikkan laba karena penjual beranggapan bahwa calon pembeli yang menggunakan bahasa luar daerah tidak mengetahui harga pasaran dari barang yang diperdagangkan.

Peneliti juga menjelaskan bahwa dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel budaya daerah (X) penetapan harga jual sembako (Y). Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,124 yang mengartikan bahwa pengaruh variabel bebas (pengaruh budaya daerah) terhadap variabel terikat (penetapan

harga jual sembako) adalah sebesar 12,4%, sedangkan sisanya 87,6% dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Hasil uji regresi linear sederhana tersebut terlihat bahwa nilai F hitung = 24,558 dengan tingkat signifikansi probabilitas $0,004 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel budaya daerah. Maka nilai probabilitas 0,05 lebih besar, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya daerah berpengaruh terhadap penetapan harga jual sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan variabel independen budaya daerah dan variabel dependen penetapan harga jual sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh menunjukkan bahwa budaya daerah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penetapan harga jual sembako. Koefisien regresi menunjukkan bahwa pengaruh budaya daerah sebesar $-0,102$, artinya bahwa bila terjadi peningkatan sebesar satu-satuan pada nilai kebudayaan maka penetapan harga jual sembako akan naik sebesar 24,558.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel budaya daerah dalam menggunakan tata bahasa dalam transaksi perdagangan ternyata dapat menetapkan harga jual sembako yang ada sesuai dengan harga pasar, sehingga kemampuan mengalokasikan budaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penetapan harga jual sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh. Kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 12,4% dan 87,6% nya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini seperti faktor musim, selera, kebutuhan lokasi dan promosi.

Variabel budaya daerah dan penetapan harga jual sembako memperoleh nilai signifikan 0,004. tingkat signifikansi probabilitas $0,004 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel penetapan harga jual sembako. Maka nilai probabilitas 0,05 lebih besar, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh budaya daerah terhadap penetapan harga jual sembako. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya daerah berpengaruh terhadap penetapan harga jual sembako di Pasar Bebas Banjir Muara Teweh.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 12,4% dianggap peneliti terlalu kecil, maka disarankan kepada penelitian yang berikutnya diharapkan dapat menambahkan beberapa variabel sebagai variabel independen, agar mampu memberikan kontribusi lebih besar daripada penelitian ini.
2. Kepada penjual peneliti menyarankan agar menawarkan harga kepada calon pembeli sama, walaupun menggunakan bahasa daerah atau luar daerah karena menaikkan harga yang disebabkan ketidaktahuan pembeli tersebut telah melanggar asas keridhoan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta. 1992.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi IV)*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2006.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama, Cetakan Pertama. 2019.
- Efendi, Jusuf Udaya. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Yogyakarta: Perpustakaan Nasional, 2015.
- Fuad, M, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Fauzia, Ika Yunia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2014.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20,00*, Semarang: Universitas diponegoro, 2011
- Hasan, Iqbal, dan Misbahuddin. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik (edisi cetak II)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik (edisi cetakan IV)*. Jakarta: PT Bumi Aksar. 2009.
- Husaini, Fira. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. 2020.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga. 2009.
- Isna, Alizar dan Warto. *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis Untuk Penelitian Sosial Dilengkapi Dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*, Purwokerto: STAIN Press, 2013.
- Karim, Adiwarmarman. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.

- Malhotra, K. Naresh. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Marli, Mustopa. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Palembang: Penerbit Universitas Muhammadiyah Palembang. 2011.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2012.
- Muis, Saludin. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2009.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. WADE Group. 2016.
- Purwanto, Edy. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2016.
- P. Anipora, Marios. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Saifullah, Kurniawan. *Studi Kelayakan Bisnis (edisi cetakan II)*, Jakarta: Kencana. 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Sulasman, H. *Teori-teori Kebudayaan*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Vinci, Maharani. *Manajemen Bisnis Eceran*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009.

B. Skripsi

- Achmad, Amry Nur. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Budaya, dan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Stevigrow Sweetener*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015. Skripsi.
- Aprizal, Hendry. *Analisis Efektivitas Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT Semen Tonasa Di Pangkep*, Skripsi, Makassar : Universitas Hasanudin. 2012. Skripsi.

Febrizal, Rahmat. *Pengaruh Perbedaan Bahasa Dalam Berkomunikasi Terhadap Penetapan Harga Jual Beli Barang di Pasar Atas Bukit Tinggi Menurut Perspektif Fiqih Muamalah*. Skripsi: UIN Suska Riau. 2015. Skripsi.

Sembiring, Fernando. *Interaksi Masyarakat Pendatang Dengan Lokal (Studi Tentang Strategi Adaptasi Antar Etnis Di Kecamatan Kutabuluh Simole. Kabupaten Karo)*. Medan : Universitas Sumatera Utara. 2017. Skripsi.

Suruno. *Analisis Pengaruh Penetapan Harga , lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2019. Skripsi.

Umama, Taskiya Latifatil. *Pengaruh Budaya, brand image. dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Basmalah Situbondo*. Jember : Universitas Jember. 2019. Skripsi.

Wahyu, intan, Thomas Christian. *Akulturasi Budaya Dalam Pilihan Bahasa Pedagang Etnis Tionghoa Pada Ranah Perdagangan di Kota Salatiga*. Semarang : Universitas Negeri Semarang. 2016. Skripsi.

C. Jurnal

Asmas, Denny. *Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Membeli Produk Mie Instan Indomie*. Jurnal Manajemen dan Sains Vol. 4, No.2, 2019.

Awom, Sarce Babra. *Pengaruh Modal Usaha dan Lama Melaut Terhadap Harga Jual Ikan Pada Pasar Tradisional Sanggeng Manokwari*. Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 2, No. 2, 2019.

Devianty, Rina. *Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan*. Jurnnal Tarbiyah. Vol. 24, No. 2, 2017.

Faisol, Akhmad. *Pengaruh Budaya. Harga dan Lokasi Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Pasar Sopyono*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 5, No. 2, 2016.

Halin, Hamid, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen BatuRaja di Palembang Pada PT. Semen BatuRaja (Persero) Tbk*. Jurnal: Ecoment Global. Volume 3 Nomor 2. 2018.

D. Internet

<https://www.borneonews.co.id/berita/115687-pasar-bebas-banjir-muara-teweh-tampung-192-pedagang> . diakses pada tanggal 15 Mei 2021.

Junaidi, *Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)*, <http://junaidichaniago.wordpress.com>, diakses tanggal 10 Mei 2021.

https://id.wikipedia.org/wiki/Muara_Teweh. diakses pada tanggal 25 april 2022.

http://jdih.kemenperin.go.id/site/download_peraturan/513, diakses pada tanggal 31 Mei 2022.

https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Muara_Teweh, diakses pada tanggal 31 Mei 2022.

