



Penetapan Harga Jual dan Peminat oleh Pedagang serta Hubungannya dengan Fluktuasi Permintaan di Pasar Tradisional MMTC Medan

Marzuti Isra ¹, Cut Zaara Nazwa Shafina ^{2*}, Iskandar Muda Nasution ³, Dede Fajru Pamungkas ⁴, Dimas Setiawan Damanik ⁵, Fathur Rahman Hasibuan ⁶, Ariq Ahmad Fauzan ⁷

¹⁻⁷ Institut Teknologi Sawit Indonesia, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia
cutzaaranazwashafina@gmail.com ^{2*}, iskandarmudanasution@gmail.com ³,
fajrupamungkas@gmail.com ⁴, dimasdamanik2023@gmail.com ⁵,
Fathurrahmanhasibuan4@gmail.com ⁶, ariqkolam12345@gmail.com ⁷

Korespondensi email: cutzaaranazwashafina@gmail.com

ABSTRACT. This study aims to analyze the determination of selling prices and enthusiasts by traders and their relationship with demand fluctuations in the traditional market of MMTC Medan. The method used is a qualitative descriptive analysis method with a survey approach, involving three traders, namely rice, onion, and cabbage traders, data collected through direct interviews. The results of the study show that the setting of selling prices by traders has an effect on market enthusiasts as well as fluctuations in demand. Merchants set prices based on a combination of cost of goods sold, competitor prices, and estimated consumer purchasing power. Significant price fluctuations tend to lower the volume of demand, especially in non-primary products, and also poor quality of goods. Thus, this study concludes that understanding demand patterns and price adaptability are the main key factors in maintaining the business continuity of traders in the traditional market of MMTC Medan.

Keywords: pricing, customer interest, demand fluctuation, traditional market, trader strategy

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Penetapan harga jual dan peminat oleh pedagang serta hubungannya dengan fluktuasi permintaan di pasar tradisional MMTC Medan. Metode yang digunakan adalah metode analisa deskriptif kualitatif dengan pendekatan survei, melibatkan tiga orang pedagang yaitu pedagang beras, bawang merah, dan sayur kol, data yang di kumpulkan melalui wawancara langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga jual oleh pedagang berpengaruh dengan peminat pasar serta fluktuasi permintaan. Pedagang menetapkan harga berdasarkan kombinasi antara harga pokok penjualan, harga pesaing, dan perkiraan daya beli konsumen. Fluktuasi harga yang signifikan cenderung menurunkan volume permintaan, khususnya pada produk non-primer, dan juga kualitas barang yang buruk. Dengan begitu Studi ini menyimpulkan bahwa pemahaman terhadap pola permintaan dan kemampuan adaptasi harga merupakan faktor kunci utama dalam menjaga kelangsungan usaha pedagang di pasar tradisional MMTC Medan.

Kata Kunci: Penetapan harga, minat konsumen, fluktuasi permintaan, pasar tradisional, strategi pedagang

1. PENDAHULUAN

Pasar tradisional adalah salah satu komponen vital dalam jaringan distribusi barang kebutuhan dasar di Indonesia. Di tengah kompetisi dengan pasar modern dan platform digital, pasar tradisional masih memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya kelompok menengah ke bawah. Salah satu faktor penting yang memengaruhi dinamika transaksi di pasar tradisional adalah strategi harga yang diterapkan oleh pedagang dan reaksi konsumen terhadap harga itu.

Penentuan harga jual tidak hanya tergantung pada biaya produksi atau pasokan, tetapi juga dipengaruhi secara signifikan oleh keadaan pasar, tingkat kompetisi, dan kemampuan finansial masyarakat. Dalam kenyataannya, para pedagang di pasar tradisional kerap

menentukan harga berdasar pada insting dan pengalaman, tanpa menerapkan metode yang sistematis atau analisis pasar yang mendalam. Hal ini dapat mempengaruhi ketertarikan pembeli dan mengakibatkan perubahan permintaan untuk barang-barang tertentu.

Variasi permintaan adalah sebuah fenomena yang sering muncul di pasar konvensional. Perubahan permintaan ini bisa dipicu oleh berbagai faktor seperti cuaca, mutu produk, serta fluktuasi harga secara mendadak. Ketidakpastian permintaan menjadi hambatan tersendiri bagi para pedagang untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis cara pedagang di Pasar Tradisional MMTC Medan menentukan harga jual dan bagaimana keputusan tersebut berdampak pada minat konsumen serta berkontribusi terhadap variasi permintaan. Dengan memahami keterkaitan antara ketiga variabel tersebut, diharapkan studi ini dapat memberikan insight yang bermanfaat bagi pelaku usaha pasar tradisional dalam merancang strategi penetapan harga yang lebih efisien dan responsif terhadap perubahan pasar.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pasar tradisional

Pasar tradisional merupakan bagian integral dari sistem ekonomi lokal yang memiliki peranan penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Indonesia. Pasar ini umumnya ditandai dengan aktivitas jual beli yang dilakukan secara langsung antara penjual dan pembeli, dengan sistem tawar-menawar sebagai ciri khas utamanya. Menurut (Bagus Brata, 2023), Pasar tradisional merupakan ruang transaksi komoditas kebutuhan subsisten yang prosesnya masih kental diwarnai suasana ekonomi pedesaan dengan tradisi yang masih kental. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi langsung yang biasanya diawali dengan proses tawar-menawar harga.

Dalam konteks ekonomi mikro, pasar tradisional memainkan peran sebagai saluran distribusi utama untuk komoditas kebutuhan pokok, terutama bagi masyarakat dengan daya beli menengah ke bawah. Keberadaan pasar tradisional dianggap lebih fleksibel dan mampu menyesuaikan diri dengan dinamika kebutuhan lokal dibandingkan dengan pasar modern. Menurut (Devi and Musthofa, 2025), Pedagang dengan modal yang lebih tinggi cenderung memiliki fleksibilitas dalam harga, sementara pedagang dengan modal terbatas mungkin terpaksa menetapkan harga yang lebih tinggi untuk menutupi biaya.

Namun, pasar tradisional juga menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal manajemen harga dan stabilitas permintaan. Pedagang di pasar tradisional cenderung

menetapkan harga berdasarkan pengalaman, intuisi, dan situasi persaingan, bukan dari analisis data atau pendekatan yang sistematis. Fluktuasi harga pada dasarnya akibat ketidakseimbangan antara jumlah permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar, dimana harga meningkat jika jumlah permintaan melebihi penawaran dan sebaliknya harga menurun jika jumlah penawaran melebihi permintaan (Sukmawati D *et al.*, 2016).

Selain itu, perkembangan pasar modern dan digitalisasi perdagangan juga turut memengaruhi eksistensi pasar tradisional. Konsumen kini memiliki lebih banyak pilihan dalam melakukan pembelian, sehingga pedagang pasar tradisional dituntut untuk lebih adaptif, termasuk dalam strategi penetapan harga agar tetap menarik minat konsumen dan menjaga kestabilan permintaan.

Dengan memahami karakteristik, kelebihan, dan tantangan pasar tradisional secara mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya penguatan peran pasar tradisional di tengah perubahan ekonomi yang semakin kompetitif.

Fluktuasi permintaan

Fluktuasi permintaan merupakan perubahan tingkat permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Dalam konteks pasar tradisional, fenomena ini sangat umum terjadi dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang bersifat dinamis dan kompleks. Permintaan konsumen di pasar tradisional cenderung tidak stabil karena dipengaruhi oleh faktor musiman, kondisi ekonomi masyarakat, harga barang, ketersediaan stok, serta kualitas produk yang ditawarkan. Suatu tantangan yang paling besar adalah masalah persaingan terlebih dengan masalah persaingan harga, setiap penjual menetapkan harga kepada pembeli namun harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk mengakibatkan pembeli beralih ke penjual yang lain (Indriaty *et al.*, 2023).

Fluktuasi permintaan di pasar tradisional juga erat kaitannya dengan karakteristik konsumennya yang umumnya berasal dari kalangan ekonomi menengah ke bawah. Konsumen di segmen ini memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan pola konsumsinya berdasarkan pendapatan harian, bukan penghasilan bulanan yang tetap. Oleh karena itu, setiap perubahan harga yang signifikan, terutama pada barang non-primer atau barang musiman, dapat menyebabkan penurunan permintaan secara langsung. Dalam hal ini, Fluktuasi pada tingkat pendapatan masyarakat memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat penjualan barang dan jasa (Haikal *et al.*, 2024).

Selain itu, kurangnya sistem informasi pasar yang memadai juga menyebabkan pedagang kesulitan dalam memprediksi perubahan permintaan. Kebanyakan pedagang di pasar tradisional masih mengandalkan pengalaman dan pengamatan sehari-hari tanpa

didukung oleh data atau tren pasar yang sistematis. Akibatnya, mereka sering kali menghadapi ketidaksesuaian antara volume pasokan dan permintaan, yang berujung pada kelebihan stok atau kekurangan barang di waktu tertentu. Hal ini tidak hanya berdampak pada pendapatan pedagang, tetapi juga menciptakan ketidakstabilan harga yang semakin memperparah fluktuasi permintaan (Pujiati, 2020)

Fluktuasi permintaan yang tidak terkelola dengan baik dapat menjadi tantangan besar bagi kelangsungan usaha di pasar tradisional. Oleh karena itu, pemahaman terhadap pola permintaan serta kemampuan pedagang dalam menyesuaikan harga dan strategi penjualan menjadi sangat penting untuk menjaga keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Dengan pendekatan yang tepat, fluktuasi permintaan dapat dikelola secara lebih efektif, sehingga keberlanjutan ekonomi lokal yang bertumpu pada pasar tradisional dapat terus terjaga.

Penetapan harga

Penetapan harga jual merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan perdagangan yang menentukan daya saing dan keberlangsungan usaha, termasuk di lingkungan pasar tradisional. Di pasar tradisional, mekanisme penetapan harga cenderung tidak mengikuti sistem baku seperti yang ditemukan pada ritel modern. Sebaliknya, proses ini lebih bersifat fleksibel dan dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan informal seperti intuisi pedagang, kondisi pasar saat itu, harga dari pedagang lain (pesaing), serta perkiraan terhadap daya beli konsumen. Menurut (Saputra *et al.*, 2024), Penetapan harga di pasar tradisional haruslah memperhatikan nilai yang dianggap penting oleh pelanggan. Jika harga ditentukan lebih besar dari nilai yang diterima pelanggan, pedagang akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan manfaat. Sebaliknya, jika harganya terlalu rendah, pedagang tidak akan berhasil mengoptimalkan potensi laba.

Penetapan harga oleh pedagang tradisional sering kali dilakukan secara situasional. Pedagang dapat menaikkan atau menurunkan harga secara langsung di lapangan berdasarkan kondisi harian, seperti tingkat keramaian pasar, stok barang, atau bahkan kondisi cuaca. Pendekatan ini memungkinkan adanya fleksibilitas tinggi, tetapi juga mengandung unsur ketidakpastian yang bisa berdampak pada stabilitas harga dan minat beli konsumen. Sistem tawar-menawar yang menjadi ciri khas pasar tradisional memberikan ruang bagi pembeli untuk bernegosiasi harga, sehingga nilai jual suatu barang tidak selalu bersifat tetap.

Faktor eksternal seperti fluktuasi harga di tingkat distributor, perubahan biaya transportasi, serta kondisi ekonomi makro seperti inflasi juga berpengaruh dalam penetapan

harga di pasar tradisional. Namun demikian, keterbatasan akses informasi dan minimnya pemahaman pedagang terhadap konsep biaya dan keuntungan yang terstruktur menyebabkan sebagian besar pedagang menetapkan harga berdasarkan pengalaman pribadi dan perkiraan kasar. Hal ini mengakibatkan adanya variasi harga antar pedagang untuk produk yang sama, yang pada akhirnya memengaruhi minat konsumen dalam memilih tempat berbelanja.

Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas barang juga turut memengaruhi keputusan harga. Barang dengan kualitas yang lebih baik cenderung diberi harga lebih tinggi, meskipun tidak selalu didasarkan pada perhitungan biaya produksi yang jelas. Pedagang juga memperhatikan pola permintaan musiman, seperti kenaikan harga saat hari besar keagamaan atau saat permintaan meningkat secara tiba-tiba. Oleh karena itu, strategi penetapan harga di pasar tradisional bersifat dinamis dan sangat kontekstual.

Memahami bagaimana pedagang menetapkan harga jual secara umum menjadi penting dalam rangka mengkaji hubungan antara harga, minat beli konsumen, dan fluktuasi permintaan di pasar tradisional. Hal ini tidak hanya membantu dalam menilai efektivitas praktik dagang yang ada, tetapi juga dalam merumuskan strategi pembinaan dan pengembangan pasar tradisional yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Minat konsumen

Minat konsumen merupakan salah satu faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Dalam konteks pasar tradisional, minat konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang, tetapi juga oleh berbagai aspek seperti kualitas produk, pelayanan pedagang, kenyamanan berbelanja, serta kedekatan emosional yang terjalin antara penjual dan pembeli. Menurut (Sari, 2020), Keputusan pembelian merupakan hal yang akan dilakukan konsumen ketika konsumen mengetahui suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Menarik atau tidaknya suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, minat beli konsumen terbentuk melalui serangkaian proses mulai dari perhatian, ketertarikan, keinginan, hingga keputusan untuk membeli. Proses ini sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap nilai yang ditawarkan oleh penjual, baik secara fungsional maupun emosional.

Pasar tradisional memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari pusat perbelanjaan modern, seperti interaksi sosial yang hangat, kebebasan untuk menawar harga, serta fleksibilitas dalam memilih produk. Ciri-ciri ini turut berperan dalam membentuk minat konsumen, terutama dari kalangan masyarakat yang terbiasa berbelanja dengan pendekatan yang lebih personal dan informal. Menurut penelitian oleh (Della Irena and

Triyani, 2022), sebagian besar konsumen di pasar tradisional merasa lebih nyaman karena adanya hubungan kepercayaan antara mereka dan pedagang, yang terbentuk melalui interaksi rutin dan pengalaman berbelanja sebelumnya.

Namun, minat konsumen juga sangat rentan terhadap perubahan harga dan kualitas produk. Konsumen di pasar tradisional umumnya sangat peka terhadap fluktuasi harga, karena sebagian besar berasal dari golongan ekonomi menengah ke bawah yang memiliki keterbatasan daya beli. Penurunan kualitas barang, terutama produk segar seperti sayur dan daging, dapat langsung menurunkan minat beli meskipun harganya relatif murah. Oleh karena itu, pedagang harus mampu menyeimbangkan antara harga dan kualitas guna mempertahankan loyalitas pelanggan serta menjaga kestabilan permintaan.

Selain itu, faktor eksternal seperti kebersihan lingkungan pasar, kemudahan akses, serta persaingan dengan pasar modern atau platform digital juga memengaruhi minat konsumen. Banyak konsumen mulai mempertimbangkan kenyamanan berbelanja, waktu tempuh, dan variasi produk yang tersedia dalam menentukan tempat berbelanja. Hal ini menuntut pasar tradisional untuk melakukan adaptasi, baik dari sisi pelayanan maupun tata kelola, agar tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen.

Dengan demikian, pemahaman yang mendalam mengenai minat konsumen sangat penting dalam merumuskan strategi dagang yang efektif di pasar tradisional. Pedagang yang mampu memahami kebutuhan dan preferensi konsumennya secara tepat cenderung lebih berhasil dalam menarik minat beli serta mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

3. METODE

Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di pasar tradisional kenanga baru Kecamatan Percut Sei Kabupaten Deli Serdang. Lokasi ini dipilih karena pasar MMTC ini termasuk pasar yang besar dan beroperasi 24 jam dan bebas untuk keluar masuknya.

Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pedagang beras, pedagang bawang merah, pedagang sayur kol. Sampel pada penelitian ini dengan rincian pedagang 1 orang per pedagang. Penentuan sampel pedagang dilakukan dengan teknik purposive.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan melakukan, wawancara, dan studi dokumentasi.

- Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui untuk melengkapi data dan upaya memperoleh data yang akurat dan sumber data yang tepat. Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai 3 orang informan, yang terdiri dari satu orang wanita paruh baya dan dua orang pria remaja yang sama sama pedagang di pasar tradisional tersebut.

- Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan untuk mempertajam analisis penelitian yang berkaitan dengan pasar tradisional.

Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik desain untuk menentukan informasi. Teknik pengambilan sampel yang dimaksud adalah bagaimana menentukan informasi dengan memilih penyedia informasi sesuai dengan kriteria dan kebutuhan penulis penelitian ini.

4. PEMBAHASAN

Hasil dari wawancara dan observasi yang sudah dilakukan, dapat diperoleh bagaimana penetapan harga jual, peminat, dan fluktuasi permintaan.

Menurut Siti (2025), untuk menetapkan sebuah harga jual sayur kol, tergantung dari harga yang di tentukan pemasok dan di sesuaikan dengan harga pasar pada hari itu juga, jika harga yang yang tergolong mahal maka peminat akan sedikit, begitu pula dengan jika harga murah maka peminat akan banyak. Dan fluktuasi permintaan akan mengalami turun dan naik, jika pemasok sayur kol memberikan sayur kol dengan kualitas yang kurang bagus maka permintaan akan menurun itu juga terjadi jika pada saat panen raya atau saat pemasok berkurang.



Gambar 1. Wawancara ke salah satu pedagang kol

Menurut Muhammad Ali (2025), untuk penetapan harga jual beras sudah ditentukan oleh pemerintah. Ketika harga naik maupun turun peminat akan tetap banyak, karena beras termasuk bahan makanan pokok.



Gambar 2. Wawancara ke salah satu pedagang beras

Menurut Rahman (2025), untuk menetapkan harga jual bawang, dilihat dari harga pasar hari ini, juga dilihat kualitas bawangnya. Jika kualitas bawang bagus maka harga sedikit lebih tinggi dibanding harga kualitas bawang yang buruk. Untuk fluktuasi permintaan mengalami turun-naik, jika kualitas barang buruk maka harga akan murah begitu pun sebaliknya.



Gambar 3. Wawancara kesalah satu pedagang bawang

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semua pedagang menentukan harga jual barang dengan melihat berapa pemasok menjual barang kepada mereka, lalu melihat harga jual barang pada hari itu juga. Ketika kualitas barang kurang bagus maka peminatnya akan sedikit itu berlaku pada setiap barang, berbeda dengan beras karena merupakan barang pokok yang harus dipenuhi. Penetapan harga jual beras juga di

tentukan oleh pemerintah. Jadi fluktuasi setiap barang bisa naik dan turun tergantung kualitas barang yang mereka jual, berbeda dengan beras yang selalu benjadi kebutuhan pokok.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Brata, I. (2023) 'Pasar Tradisional Di Tengah Arus Budaya Global', *FKIP Universitas Mahasaraswati Denpasar*, pp. 1–12.
- Devi, R.S. and Musthofa, M.A. (2025) 'Mekanisme Penetapan Harga Jual Beli Jagung Sistem Karungan Di Pasar Tradisional', 11(1), pp. 36–43.
- Haikal, M.F. *et al.* (2024) 'Dampak Fluktuasi Pendapatan pada Tingkat Penjualan di Perusahaan BTC Watampone dalam Perspektif Ekonomi Mikro Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung tingkat penjualan dari sudut pandang ekonomi Islam . Kami berharap dengan memahami yang akan diteliti , sebe', *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi (JIESA)*, 1(4).
- Indriaty, L. *et al.* (2023) 'Pengaruh Pendapatan Dan Harga Terhadap Daya Beli Masyarakat', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), pp. 20–23. Available at: <https://doi.org/10.55264/jumabis.v7i1.98>.
- Della Irona, V. and Triyani, M. (2022) 'Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm)', *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), pp. 174–185. Available at: <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.26>.
- Pujiati, N. (2020) 'Analisis Penyebab Fluktuasi Harga Barang Pokok Di Pasar Kabupaten Magetan Jawa Timur', *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(2), p. 191. Available at: <https://doi.org/10.31851/neraca.v4i2.4906>.
- Saputra, H. *et al.* (2024) 'Analisis Strategi Penentuan Harga Jual Eceran pada Pedagang Sayuran di Pasar Tradisional Pasar Cahaya di Kota Medan Program Studi Manajemen , Universitas Negeri Medan', 1, pp. 78–87.
- Sari, S.P. (2020) 'Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen', *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), p. 147. Available at: <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>.
- Sukmawati D *et al.* (2016) 'Fluktuasi Harga Cabai Merah Keriting di Sentra Produksi dan Pasar Induk', *Mimbar Agribisnis*, 1(2), pp. 165–171. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/259246-fluktuasi-harga-cabai-merah-keriting-cap-b3e124a8.pdf>.