

BAB I

MEMBUKA JENDELA KEHIDUPAN

*“Sungguh ilmu ini adalah darah dagingmu dan engkau akan ditanya diminta pertanggung jawaban tentangnya pada hari kiamat kelak. Maka lihatlah darimana engkau mengambil ilmu tersebut”
(Al Imam Malik bin Anas)*

1.1 Pengantar

Ungkapan di atas mengingatkan kembali kepada kita bahwa tidak ada satu perkara di dunia ini yang luput untuk dimintai pertanggungjawaban, begitu pula mencari ilmu. Mencari ilmu merupakan perbuatan yang sangat mulia, salah satunya yaitu dengan mencari ilmu akan bisa membedakan mana yang baik dan tidak baik. Perbuatan baik dan tidak baik akan tercermin dalam kehidupan salah satunya melalui hubungan interaksi dengan orang lain atau bisa juga disebut bermuamalah.

Dalam bermuamalah atau berinteraksi dengan orang lain bisa dilakukan melalui beberapa tindakan, misalkan saja ketika melakukan transaksi jual beli. Jual beli atau perdagangan yang dipraktikkan oleh masyarakat tidak pernah lepas dari penetapan harga. Kemudian melihat kembali ungkapan Imam Malik bahwa ilmu yang dimiliki kelak akan dimintai pertanggungjawaban. Maka sejenak termenung dan terbersit apakah berbekal ilmu khususnya ilmu akuntansi yang dipelajari semasa kuliah sudah bermanfaat bagi orang lain? Tidak hanya usaha besar namun juga untuk usaha kecil di masyarakat.

Pertanyaan tersebut perlahan-lahan menggetarkan hati sehingga timbul keingintahuan yang tinggi untuk mencari tahu suatu kebenaran dari realita yang ada mengenai perdagangan yang dilakukan oleh pedagang-pedagang kecil.

1.2 Latar Belakang

Dari berbagai macam kota di Indonesia yang menjadi pintu rezeki bagi masyarakat, salah satu kota besar yang ramai oleh penduduk adalah kota Surabaya. Sebagai kota Pahlawan, Surabaya menjadikan dirinya sebagai kota yang sentosa. Surabaya menyiapkan berbagai sarana bagi penghuninya demi mewujudkan kehidupan kota yang nyaman. Beberapa diantaranya seperti menyiapkan sarana pendidikan, mengupayakan layanan kesehatan prima, memberdayakan masyarakat, serta menciptakan suasana yang kondusif bagi masyarakat.

Sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, ketika menjejakkan kaki di atas tanah kota Surabaya akan nampak banyak pemandangan yang menyilaukan mata. Dari satu tempat ke tempat lain terlihat bangunan-bangunan yang tinggi menjulang. Bangunan tinggi yang dipenuhi oleh penduduk dengan beragam kepentingan dan kebutuhan hidup. Keramaian dan kesibukan kota Surabaya bahkan terlihat hampir menyaingi kota Jakarta. Sejalan dengan pemikiran tersebut, Stevev Ghos seorang Managing Director Lamudi Indonesia memprediksi bahwa Surabaya bisa mengungguli kota Jakarta. Hal ini beliau ungkapkan karena melihat kota Surabaya memiliki potensi yang tinggi untuk berbisnis. Selain itu berdasarkan Laporan Perkembangan Properti Komersial keluaran Bank Indonesia (BI), perkantoran merupakan properti komersial yang sedang mengalami pertumbuhan. (www.kompas.com, 23 Desember 2017).

Semua keramaian, kesibukan, dan hiruk pikuk di Surabaya semakin terlihat berwarna karena yang berperan di dalamnya tidak hanya masyarakat lokal saja. Melainkan juga partisipasi dari beberapa wilayah nusantara bahkan sampai mancanegara. Dengan berbaurnya masyarakat nusantara dan mancanegara di Surabaya menjadikan Surabaya sebagai rumah bagi beragam budaya.

Dari beragam etnis Nusantara dan mancanegara di Kota Surabaya, terletak pada bagian utara Surabaya dikenal suatu wilayah yang beristilah Kampung Arab. Banyak keturunan Arab yang berdomisili di wilayah ini. Hal ini sesuai dengan ungkapan dari Abdulloh Al Batuti, yaitu ketua paguyuban perkampungan Arab Surabaya. Beliau menjelaskan bahwa terbentuknya kampung Arab yaitu dari orang-orang Arab yang membeli rumah-rumah orang Belanda yang sudah tidak ditempati. Hingga saat ini kampung Arab di Surabaya terletak di dua kecamatan, yaitu Pabean Cantikan dan Semampir. (www.jawapos.com, 15 Mei 2018).

Berdasarkan sejarah para pedagang Arab banyak tersebar dari satu pantai ke pantai yang lain pada zaman Belanda. Didukung penelitian yang dilakukan oleh Berg (2010) dengan menyatakan bahwa sebelum abad XIX, sejumlah masyarakat Arab telah menetap di beberapa pelabuhan penting di Nusantara. Masyarakat keturunan Arab di Nusantara berasimilasi dengan masyarakat pribumi, yang kemudian menjadikan mereka tumbuh menjadi koloni-koloni besar dan tersebar hingga ke daerah-daerah.

L. W. C Van Den Berg dalam buku *Orang Arab di Nusantara* mengungkapkan bahwa terjadi peningkatan populasi orang Arab di Indonesia. Kedatangan bangsa Arab ke Nusantara tidak hanya untuk berdagang, yaitu untuk berdakwah. Beberapa cara berdakwah yang dilakukan oleh orang-orang Arab yaitu dengan

mengajar ngaji, membuka majelis taklim di tempat mereka tinggal, selain itu juga dengan hijrah ke beberapa tempat yang berbeda atau dengan mendirikan pesantren. (www.liputan6.com, 12 Desember 2017)

Sebagai pedagang ada beragam barang yang mereka jual, baik berupa makanan atau pakaian. Komunitas etnis Arab memiliki beberapa cara yang berbeda dalam berkomunikasi. Tipe komunikasi mereka sangat ekspresif dengan memadukan bahasa verbal dengan non-verbal sekaligus, seperti dengan ekspresi wajah/mimik, gerak tubuh, dan pendukung non verbal lainnya yang dapat meyakinkan lawan bicara. Beberapa contoh kebiasaan etnis Arab dalam kehidupan sehari-hari Fadhli (2010:1) dengan kesungguhan menegakkan syariat Islam masyarakat Arab dilarang untuk berbaur dengan lawan jenis. Diharamkan untuk berjalan-jalan ataupun berpegangan tangan dengan seseorang yang bukan muhrim. Meskipun tidak memiliki banyak uang orang Arab tetap dapat menjaga anak perempuannya dari pelacuran, dan ketika sangat kaya mereka tetap bisa menjunjung atau memuliakan orang tuanya meskipun orang tuanya sudah sangat renta dan miskin.

Dalam penelitian Fadhli (2010) juga menjelaskan bahwa orang Arab juga memiliki menu wajib yang harus tersedia dalam acara berkumpul bersama dalam suatu mejelis, seperti gahwa (kopi), shahi (teh). Ketika bertemu dengan kerabat Etnis Arab biasanya melakukan kebiasaan beradu pipi kanan dan kiri sebanyak tiga kali, ada juga yang beradu hidung. Begitu pula ketika acara pernikahan, terdapat kebiasaan *rahatan* yaitu undangan yang hadir duduk secara terpisah. Laki-laki dengan laki-laki dan perempuan dengan perempuan, begitu pula untuk mempelai, mempelai pria terpisah dengan mempelai perempuan.

Orang-orang Arab yang bermukim di Surabaya banyak ditemui di wilayah wisata religi Sunan Ampel. Di sana mereka membuka lapak-lapak usaha yang bervariasi. Usaha-usaha yang sangat menarik perhatian di kawasan tersebut yaitu perdagangan. Mereka berdagang di sepanjang Jalan Sasak, Jalan Nyamplungan. Produk yang mereka jual nampak berwarna-warni, ada yang berjualan kuliner seperti nasi kebuli, roti maryam, kurma. Selain itu juga nampak penjual baju takwa, jubah, dan perlengkapan ibadah sholat.

Pada usaha dagang kampung Arab wisata religi Sunan Ampel para pedagang memiliki barang dagang yang sama antara satu penjual dengan penjual lain. Dari fenomena ini terjadi pasar persaingan sempurna yaitu barang yang dihasilkan bersifat homogen, dan informasi harga mudah untuk didapatkan. Pada pasar persaingan sempurna seorang penjual tidak bisa memengaruhi harga pasar para penjual hanya menjadi pengambil harga Zaini (2014). Fenomena pasar persaingan sempurna juga terjadi pada masyarakat Makasar, yaitu terjadinya tumpang tindih dalam menetapkan harga jual yang berakibat merugikan pedagang lain. Pada penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2015) dari penelitian ini ditemukan bahwa *gadde-gadde* masyarakat Makasar – warung kecil yang menjadi sumber ekonomi sebagian masyarakat Makasar kalah oleh minimarket yang baru berdiri. Berkembangnya minimarket yaitu karena praktik penetapan harga agresif atau *predatory pricing* oleh minimarket.

Memahami akuntansi biaya untuk mengambil keputusan mengenai penetapan harga sangatlah penting. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Alahdal, *et al* (2016) bahwa dengan menerapkan sistem akuntansi biaya akan menghasilkan informasi akuntansi yang berkualitas. Hal ini disebabkan beberapa

kebutuhan perusahaan sangat bergantung dengan informasi akuntansi biaya tersebut.

Pada umumnya usaha dagang berawal dari pembelian barang dagang oleh pemilik usaha dagang yang kemudian dijual kepada pelanggan. Dalam perdagangan terdapat berbagai pencatatan seperti pencatatan persediaan yang dapat dilakukan dengan metode periodik atau metode perpetual, dan penghitungan harga pokok penjualan. Dari usaha dagang yang dijalankan para pedagang tentu tidak akan terlepas dari penentuan harga jual. Terdapat perbedaan dari masing-masing penjual dalam menentukan harga jual. Berdasarkan pandangan Karl Marx dalam Triyuwono, *et al* (2016:211) penentuan harga jual berasal dari harga pokok produk sedangkan penentuan harga pokok produk itu sendiri berasal dari persaingan. Harga pokok produk ditambah laba rata-rata adalah harga jual.

Perbedaan penentuan harga jual oleh tiap-tiap pedagang tercermin dari beberapa penelitian. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Qoniatul (2017) pada penelitiannya yang dilakukan pada pedagang ritel di pasar Gembong. Pasar gembong dihuni oleh pedagang pasar dengan komoditi jual seperti makanan, sayuran, dan kain. Pedagang di sana dalam menetapkan harga jual produk masih menggunakan cara yang sederhana atau tradisional. Kesederhanaan dalam penghitungan nampak pada tidak adanya penyesuaian harga seperti promo. Namun beberapa pedagang lain ada yang berani menetapkan harga dengan mengambil keuntungan tetapi tidak banyak keuntungan yang dipatok dalam harga jual produknya. Dari pengambilan keuntungan ini menunjukkan bahwa beberapa pedagang ada yang mempraktikkan *mark up pricing method* dalam menetapkan harga jual produk.

Yaitu penetapan harga dengan cara menambahkan harga (laba kotor) pada harga perolehan (cost) dengan keuntungan yang diinginkan Syakur (2015).

Kesederhanaan dalam penghitungan harga jual tidak hanya terjadi pada pedagang pasar gembong. Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Woran (2014) pada penelitiannya di UD. Vanela perusahaan yang memproduksi Pia dengan variasi rasa dapat diketahui bahwa untuk penghitungan harga jual masih sederhana. Penghitungan yang sederhana tersebut menyebabkan beberapa unsur biaya perusahaan tidak dimasukkan. Namun jika penghitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dapat menghasilkan harga yang lebih rendah daripada menggunakan penghitungan yang sederhana. Dari penelitian tersebut dapat diketahui terdapat selisih harga jika menggunakan penentuan harga menggunakan metode *cost plus pricing* dan metode yang masih sederhana.

Penelitian lain dilakukan oleh Bright dkk. (1992) mengenai penyebaran *Activity Based Costing*, penelitian tersebut menemukan bahwa terjadi tingkat adopsi 'mengejutkan' yang tinggi dalam bisnis manufaktur yang disurvei selain penggunaan sistem penetapan harga yang tinggi. Penyelidikan lebih lanjut oleh para peneliti menemukan sebagian besar respon positif adalah karena persepsi yang salah dan spekulatif dari adopsi oleh responden. Sejalan dengan penelitian tersebut, beberapa usaha di Yordania memiliki kompetensi yang tinggi untuk usahanya. Yaitu pada penelitian Hamdella (2014) sehingga untuk menetapkan harga produk perlu untuk menggunakan sistem pembiayaan. Yaitu dengan mempertimbangkan biaya material, tenaga kerja dan tidak langsung. ABC dan *target costing* perlu diimplementasikan karena memengaruhi kualitas yang baik dan sistem akuntansi biaya yang efektif.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Gupta (2015) menunjukkan bahwa dalam usaha tidak lepas dari tawar-menawar. Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa pelanggan yang sering menawar yaitu pelanggan maven harga dan sadar nilai. Yaitu perhatian kepada harga dan mempedulikan kualitas. Dalam menetapkan harga ternyata bisa berpengaruh kepada investigasi. Hal ini karena harga terlihat tidak wajar. Dalam penelitian Richardson (1998) praktik penentuan harga pada pabrik baja besar di masyarakat Eropa telah diinvestigasi. Dengan alasan karena pada pertengahan tahun 1993 hingga awal tahun 1994 harga baja di masyarakat naik secara substantial.

Dari beberapa penelitian dapat diketahui bahwa dalam menentukan harga jual ada beragam cara yang digunakan termasuk dengan cara yang sederhana. Tidak dapat dipungkiri bahwa tujuan utama pedagang yaitu untuk mendapat laba. Seperti yang diungkapkan oleh Madhavan dalam penelitian Ekasari (2014) bahwa pendirian usaha bisnis memiliki 3 tujuan yaitu keuntungan dan pertumbuhan, menciptakan generasi pekerja, dan kepuasan pelanggan. Perolehan laba sebagai aspek materi bagi penjual memungkinkan munculnya sikap egoistis. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Amaliah (2016) jika perolehan laba menjadi prioritas utama bagi penjual maka nilai-nilai lain yang berupa non materi akan terabaikan .

Namun tidak semua pedagang berorientasi pada laba saja. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu mengenai penentuan harga jual, dapat ditemui beberapa pedagang yang memprioritaskan aspek lain selain laba. Salah satunya penelitian yang pernah dilakukan oleh Alimuddin (2011) yaitu mengenai konsep harga jual berbasis kejujuran. Dalam penelitiannya yang dilakukan dengan ketiga pedagang yang menjadi informan penelitiannya, dapat diketahui bahwa ketiga

informan menerapkan kejujuran dalam berdagang. Kejujuran ini tertuang dalam kejujuran berniat, kejujuran batiniah, dan kejujuran lahiriyah.

Dengan menerapkan kejujuran dalam berdagang manfaat yang didapatkan tidak hanya akan dirasakan oleh pembeli namun juga bagi penjual. Salah satu manfaat bagi penjual dengan menerapkan kejujuran dalam berdagang yaitu terhindar dari perbuatan menzalimi pembeli. Tidak hanya kejujuran, berdasarkan penelitian oleh Fitria (2015) yang dilakukan di wilayah Gorontalo yang masyarakatnya mayoritas umat muslim, dapat diketahui bahwa dalam konsep harga jual terdapat budaya *Rukunoo La Taaliya* atau rukun jual beli. Yaitu dalam menentukan harga jual tidak hanya berdasarkan profit semata namun juga adanya internalisasi nilai-nilai budaya *Rukunoo La Taaliya*. *Rukunoo La Taaliya* itu sendiri yaitu rukun jual beli yang melingkupi penjual, pembeli, barang dagangan, harga jual, dan ijab qabul. Selain itu juga ada nilai cinta kasih, nilai cinta kasih tercermin dari penjual yang memberikan bonus pada pembeli meskipun harga barang dagangannya mahal.

Terbukti bahwa dalam penentuan harga jual tidak semua penjual hanya berorientasi pada laba. Zalshabila (2012) juga ikut berkontribusi membuktikan bahwa dalam penetapan harga jual masih ada nilai-nilai yang dipegang oleh masyarakat. Penelitiannya mengenai penetapan harga jual pedagang bakso di kota Malang. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa informan pedagang bakso yang ditelitinya tidak menentukan harga bakso dari harga pokok produksi. Melainkan berdasarkan pada refleksi budaya Jawa yang dipegang oleh pedagang bakso tersebut. Refleksi tersebut seperti *tepo seliro, mangan ora mangan seng penting ngumpul, dan nerimo ing pandum*.

Selain penetapan harga yang terefleksi melalui budaya Jawa terdapat sebuah penelitian dalam penetapan harga jual yang mengandung nilai-nilai budaya *Tri Hita Karana* di Bali. Penelitian ini dilakukan oleh Amaliah (2016) dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa masyarakat transmigran Bali dalam menetapkan harga jual tidak hanya berfokus untuk mencari keuntungan semata. Ternyata terdapat beberapa nilai yang lebih penting dalam menentukan harga jual yaitu nilai budaya *Tri Hita Karana* yaitu nilai ketundukan kepada Sang Pencipta, pelestarian lingkungan dan gotong royong.

Hasil dari beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa terkandung nilai kualitatif di dalam penentuan harga jual. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Amaliah (2014) dalam penelitiannya yang dilakukan pada komunitas Papalele di Maluku. Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak hanya materi yang menjadi tujuan utama dalam menetapkan harga jual namun juga non materi. Nilai-nilai non materi tersebut tercermin pada adanya kecenderungan untuk bekerjasama antar sesama Papalele. Adanya kebersamaan dan persaudaraan yang melekat pada komunitas Papalele dan nilai operasional yang lain seperti nilai kejujuran, cinta kasih, dan kepercayaan.

Terdapat tujuan tertentu dari pemilik usaha dalam menetapkan harga jual produknya. Baik itu untuk tujuan materi atau non materi, dengan penetapan harga jual tersebut terdapat harapan adanya suatu manfaat bagi usaha yang dijalankan dan juga untuk masyarakat. Salah satu tujuan non materi dari penetapan harga jual terungkap dari penelitian yang dilakukan oleh Rusmiati (2017) meneliti konsep harga jual pada usaha rumahan kue dan roti di Madura. Hasil penelitian ini diketahui bahwa dalam menentukan harga jual ada beberapa

nilai yang menjadi dasar dalam penentuannya, yaitu adanya rasa kesetiakawanan, kepedulian, dan kepercayaan.

Dari beberapa penelitian yang pernah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya mengenai penetapan harga jual, terungkap bahwa terjadi praktik penetapan harga jual 'luar biasa'. Yaitu pedagang-pedagang di pasar atau di toko menetapkan harga jual tidak hanya berorientasi pada laba. Sebagai makhluk sosial tidak sedikit dari pedagang tersebut yang menjual produk dagangnya berlandaskan penghitungan non materi. Penghitungan non materi tercermin pada penjualan berbasis kejujuran, cinta kasih, kesetiakawanan, dan kepercayaan.

Dengan adanya fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai fenomena pedagang-pedagang Arab yang menjamur di wilayah wisata religi Sunan Ampel atau biasa disebut Kampung Arab. Ketertarikan ini juga karena pedagang yang berjualan banyak yang merupakan keturunan Arab. Selain itu karena berdagang merupakan usaha yang dijalankan orang Arab sejak awal-awal datang ke Indonesia Berg (2010).

Penelitian ini berangkat dari usaha dagang yang dijalankan oleh Bapak Faris Ishombayaksyut pedagang asli keturunan Arab. Beliau memiliki toko baju muslim, jilbab, dan perlengkapan sholat yang berlokasi di pasar wilayah Kampung Arab Surabaya. Beliau menjalankan usahanya masih berjalan 3 tahun namun sekarang sudah memiliki pegawai. Informan lain dari penelitian ini yaitu Habib Husain Nadjib Alhadad yang juga berdagang baju muslim, sarung, dan jilbab. Selain berdagang beliau juga berdakwah di wilayah Ampel. Berdasarkan observasi awal kedua usaha dagang tersebut masih mengedepankan kebudayaan Arab dalam penetapan harga jualnya.

Berdasarkan asal muasal pendirian usaha dagang itulah yang membuat peneliti memiliki keingintahuan yang tinggi untuk mengetahui seperti apa penentuan harga yang dipraktikkan Bapak Faris dan Habib Husain. Serta nilai-nilai seperti apa yang selama ini diterapkan oleh kedua usaha dagang tersebut.

Untuk mengungkap bagaimana kedua informan menetapkan harga jual peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis data fenomenologi transendental. Analisis data dengan fenomenologi bertujuan untuk mengungkap kesadaran informan dalam menentukan harga jual pada usahanya.

1.3 Rumusan Masalah

Untuk mengungkap keingintahuan pada diri peneliti atas fenomena di pasar Ampel, peneliti merumuskan pertanyaan untuk mendapatkan pemahaman baru. Bagi kebanyakan pedagang ada beragam cara yang digunakan untuk menentukan harga jual produk pada usahanya. Termasuk pedagang di pasar yang identik terjalin tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Penjual mengharapkan dagangannya ludes oleh para pembeli dengan mendapat keuntungan sesuai yang diinginkan sedangkan pembeli mengharapkan perolehan barang dengan harga kecil tetapi berkualitas.

Dari fenomena tersebut peneliti ingin melakukan penelitian pada pedagang Arab di kawasan Sunan Ampel, sehingga rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana kesadaran pedagang Arab dalam menetapkan harga jual di pasar wilayah Sunan Ampel Surabaya? Pertanyaan “bagaimana” digunakan untuk mencari tahu mengenai penentuan harga jual, dan semakin mendalam untuk mengungkap kesadaran informan pada penentuan harga jualnya. Berdasarkan jawaban informan dalam menetapkan harga jual, dan juga temuan

oleh peneliti kemudian menimbulkan pertanyaan lanjutan yaitu nilai apa saja yang terkait pada penetapan harga di dalam perdagangan yang dilakukannya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian dilakukan secara mendalam dengan tujuan untuk memahami penentuan harga jual oleh pedagang Arab di lapangan. Dengan mengetahui penentuan harga jual tersebut secara mendalam peneliti berusaha mengungkap kesadaran penjual dalam menetapkan harga jual dengan kondisi pasar yang sedemikian rupa.

Berangkat dari pengetahuan mengenai penetapan harga tersebut yang kemudian memunculkan tujuan lanjutan yaitu untuk mengetahui nilai yang terkandung dibalik penetapan harga.

1.5 Manfaat

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak. Pertama yaitu manfaat teoritis, dapat memberikan kontribusi sebagai bukti empiris mengenai penetapan harga jual yang dilakukan pedagang Arab di wilayah kampung Arab Sunan Ampel. Penetapan harga yang dipraktikkan oleh pedagang Arab sangat menarik. Sehingga perlu digali lebih dalam untuk mengetahui apa saja yang menjadi pertimbangan pemilik usaha dalam menentukan harga jualnya. Maka dari penelitian ini akan dapat menambah wawasan untuk mengetahui bagaimana kesadaran dari penjual dalam menetapkan harga jual. Bahwa tidak hanya keuntungan materi saja yang diharapkan melainkan juga ada nilai-nilai yang mempengaruhi penetapan harga.

Kedua, manfaat praktis. Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemilik usaha yaitu bisa menjadi alternatif dalam menentukan harga. Selanjutnya kepada pembeli dan reseller hasil dari temuan

ini diharapkan bisa menjadi informasi yang berharga. Bahwa dalam melakukan transaksi jual-beli adanya hubungan sosial atau kedekatan dengan pemilik usaha ikut serta memengaruhi harga yang diberikan. Hal ini karena dalam penerapan harga jual dipengaruhi oleh beberapa pertimbangan penjual.