

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pasar adalah tempat bertemunya orang/penjual dan pembeli barang-barang maupun jasa-jasa menggunakan penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya yang disediakan oleh Pemerintah Daerah. Dengan adanya pasar, otomatis di pasar tersebut juga mempunyai pedagang untuk melakukan penjualan barang

Pasar secara fisik sebagai tempat pemusatan beberapa pedagang tetap dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan terbuka dan tertutup ataupun suatu bagian badan jalan. Selanjutnya pengelompokan para pedagang eceran tersebut menempati bangunan dengan kondisi bangunan bersifat sementara, semi permanen dan permanen.

Pengertian pedagang secara etimologi merupakan orang yang berdagang atau bisa disebut juga saudagar. Pedagang merupakan orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan produk atau barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan.<sup>1</sup> Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan menjadi pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya merupakan perbuatan pembelian barang untuk dijual kembali.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Eko Sujatmiko. *Kamus IPS*. Surakarta: Aksara Sinergi Media. 2014. hal. 231.

<sup>2</sup> Kensil dan Christine. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta : Sinar Grafika. 2008. Hal 15.

Ilmu komunikasi yang berkembang di masyarakat dalam perkembangan dinamika masyarakat, studi komunikasi tidak lepas dari landasan perilaku manusia dalam masyarakat. Kebutuhan, tuntutan, interaksi dan perilaku masyarakat menjadi landasan ilmiah bagi perkembangan ilmu ini. karena hubungan antara ilmu komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan.<sup>3</sup> Hal tersebut sedemikian rupa menghubungkan antara Unit Pasar Besar Induk Kramat Jati dengan komunitas pedagang di pasar induk kramat jati.

Unit Pasar Besar Induk Kramat Jati melakukan strategi komunikasi dalam membina hubungan baik dengan komunitas pedagang, Tujuan tersebut supaya Unit Pasar Besar Induk Kramat Jati bisa memberikan binaan kepada komunitas pedagang yang ada di pasar Induk Kramat Jati. Pedagang menjadi peran penting untuk melakukan penjualan barang terhadap konsumen atau pelanggannya.

Unit Pasar Besar Induk Kramat Jati menjadi pemimpin yang bertanggung jawab, sekaligus memiliki otoritas dalam menentukan program kegiatan dan informasi. Peneliti memfokuskan strategi komunikasi yang digunakan UPB Induk Kramat Jati dalam membina hubungan baik dengan komunitas pedagang supaya Unit Pasar Besar Induk Kramat Jati dengan komunitas pedagang di pasar Induk Kramat Jati memiliki hubungan harmonis. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Strategi Komunikasi Unit Pasar Besar Induk Kramat Jati Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Komunitas Pedagang di Pasar Induk Kramat Jati”.

---

<sup>3</sup> Bambang D Prasetyo, Nufian S Febriani, Wayan Weda Asmara, Dewi Dian Tamitiadini, Nia Asthon Destrity, Diyah Ayu Amalia Avina, Azizun Kurnia Illahi. *Konsep Dasar Komuniaksi Pemasaran*. Malang : UB Press. 2018. Hal 4.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari rumusan masalah, dapat diidentifikasi pokok dalam penelitian ini yaitu, “Bagaimana Strategi Komunikasi Unit Pasar Besar Induk Kramat Jati Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Komunitas Pedagang di Pasar Induk Kramat Jati?”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Startegi Komunikasi Unit Pasar Besar Induk Kramat Jati Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Komunitas Pedagang di Pasar Induk Kramat Jati .

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, Penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya di bidang Public Relations atau Hubungan Masyarakat dalam melakukan strategi komunikasi dalam membina hubungan baik dengan pedagang di pasar Induk Kramat Jati.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, Penelitian ini diharapkan dapat dijadikannya sebagai refrensi dan bahan bacaan agar pembaca lebih memahami tentang strategi komunikasi.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada proposal skripsi ini secara menyeluruh, maka dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka penulisan proposal skripsi. Adapun sistematika penulisan dan penyajian proposal skripsi ini adalah sebagai berikut :

### A. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal berisikan judul penelitian proposal skripsi, logo universitas, nama, dan NPM mahasiswa

### B. Bagian Isi

#### a) Bab I Pendahuluan

##### 1) Latar Belakang

Latar belakang Berisikan yang akan diteliti dan dibahas berdasarkan penelitiannya

##### 2) Rumusan Masalah

Rumusan masalah berisikan pertanyaan yang akan diteliti terkait latar belakang yang dikemukakan

##### 3) Tujuan Penelitian

Berisikan Tujuan dari penelitian yang akan dibahas

##### 4) Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian menjabarkan isi dari manfaat penelitian yang akan dibahas

##### 5) Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisikan susunan dari penelitian berdasarkan isi dari penelitiannya

## **b) Bab II Tinjauan Pustaka**

### 1) Penelitian Terdahulu

Berisikan 5 penelitian terdahulu yang relevan sebagai rujukan pada penelitian ini

### 2) Landasan Teori

Berisikan teori-teori dan hasil penelitian, dimana teori dan hasil penelitian yang digunakan ini digunakan sebagai kerangka teori peneliti untuk menyelesaikan penelitian

### 3) Kerangka Pemikiran

Berisikan penggambaran terkait dari pemikiran peneliti yang akan dibahas

## **c) Bab III Metodologi Penelitian**

### 1) Pendekatan Penelitian

Berisikan keseluruhan cara atau kegiatan dalam suatu penelitian yang dimulai dari perumusan masalah sampai membuat suatu kesimpulan.

### 2) Penentuan Key Informan dan Informan

Berisikan teknik mengambil informan atau narasumber dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian.

### 3) Teknik Pengumpulan Data

Berisikan metode yang dilakukan peneliti untuk dapat mengumpulkan data dan informasi sebagai pendukung dalam memaparkan penelitiannya.

#### 4) Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Berisikan proses atau cara yang digunakan untuk mengolah data untuk memperoleh informasi.

#### 5) Lokasi dan Jadwal Penelitian

Serangkaian gambaran umum yang menjelaskan lokasi teknik pengumpulan data dalam sebuah penelitian.

#### 6) Teknik Keabsahan Data

meliputi uji kredibilitas (perpanjangan pengamatan, meningkatkan triangulasi sumber).

### C. Bagian Akhir

#### a) Daftar Pustaka

Susunan tulisan di akhir sebuah karya ilmiah yang isinya berupa nama penulis, judul tulisan, penerbit, identitas penerbit, dan tahun terbit