

## **Pola Interaksi Pedagang Konsinyasi Dengan Pemilik Warung Di Kecamatan Tondano Selatan, Provinsi Sulawesi Utara**

**Romi Mesra<sup>1</sup>, Yummy Jumiati Marsa<sup>2</sup>, Mardiaty Etika Putri<sup>3</sup>**

Universitas Negeri Manado<sup>1</sup>, UIN Sumatera Utara Medan<sup>2</sup>, Universitas Terbuka<sup>3</sup>

Email Korespondensi: [romimesra@unima.ac.id](mailto:romimesra@unima.ac.id)<sup>1</sup>,

[yummyjumiati@uinsu.ac.id](mailto:yummyjumiati@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>, [mardiaty@uniba.ac.id](mailto:mardiaty@uniba.ac.id)<sup>3</sup>

Article Info	Abstract
<p><b>Article history:</b> Article Received: March 05 2021 Publication: July 09 2021</p>	<p><i>The author who is directly involved in the consignment trading process sees so many phenomena that occur, whether it is related to the consignment trader, the shop owner, the emotional relationship between the two, business relationships, character, cultural values, and so on. The research approach used in this study is qualitative research approach. Data collection techniques in this study were carried out by in-depth interviews and observations. The types of data in this study are: primary data and secondary data. Data analysis techniques in this study use data analysis techniques miles and hubermen, including data reduction (data reduction), data presentation (data display) and drawing conclusions and verification (conclusion drawing / verification). The results of this study indicate that there are 7 patterns of interaction between consignment traders and shop owners, namely: making mutually beneficial business agreements, cooperation on the basis of mutual trust, mutual understanding of each other's character, respecting different cultures, disputes for breaking the agreement, lack of openness, and conflict of interest.</i></p>
<p><b>Keywords:</b> Interaction Pattern, Consignment Merchant, Stall Owner</p>	
<p><b>Article Info</b></p>	<p><b>Abstrak</b></p>
<p><b>Article history:</b> Artikel diterima: June 05 2021 Publikasi : July 09 2021</p>	<p>Penulis yang terlibat langsung dalam proses perdagangan konsinyasi ini melihat begitu banyak fenomena yang terjadi, baik itu berkaitan dengan pedagang konsinyasinya, pemilik warung, emosional antara keduanya, hubungan bisnis, watak, nilai budaya, dan lain sebagainya. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi. Jenis data dalam penelitian ini yaitu: Data primer dan Data Sekunder. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles dan Hubermen, meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing / verification). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya 7 pola interaksi antara pedagang konsinyasi dengan pemilik warung, yaitu: Membuat Kesepakatan Bisnis yang Saling Menguntungkan, Kerjasama Atas Dasar Saling Percaya, Saling Memahami Watak Masing-Masing, Menghargai Budaya yang Berbeda, Perselisihan Karena Melanggar Kesepakatan, Tidak Adanya Keterbukaan, dan Konflik Kepentingan.</p>
<p><b>Keywords:</b> Pola Interaksi, Pedagang Konsinyasi, Pemilik Warung</p>	
<p>Corresponding Author: <b>Romi Mesra</b> Pola Interaksi Pedagang Konsinyasi Dengan Pemilik Warung Di Kecamatan Tondano Selatan, Provinsi Sulawesi Utara Email: <a href="mailto:romimesra@unima.ac.id">romimesra@unima.ac.id</a></p>	<p><i>This is an open access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sr/4.0/">Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</a></i></p> 

### **1. PENDAHULUAN**

Berdagang merupakan salah satu pekerjaan yang dilakukan oleh rakyat Indonesia semenjak zaman dahulu kala, bahkan dari zaman perekonomian kita masih mengenal sistem

barter yang bahkan hingga sekarang masih ada suku-suku di pelosok negeri yang menggunakan sistem barter tersebut.

Barter merupakan tradisi yang dilakukan oleh nenek moyang terdahulu dalam kegiatan ekonomi, dalam barter tidak ada aturan yang jelas tentang barang yang ditukarkan prinsipnya yang digunakan dalam barter merupakan suka sama suka Gazalba. Siddi, 1979: 43)

Seiring dengan perkembangan zaman maka sistem barter ini sudah ditinggalkan oleh mayoritas masyarakat Indonesia, dimana jauh setelahnya mulai dari zaman penjajahan hingga Indonesia merdeka dikenal mata uang kertas dan logam secara resmi yang kemudian disebut uang rupiah yang diterbitkan oleh Bank Indonesia.

Pada Desember 1951, De Javasche Bank dinasionalisasi menjadi Bank Indonesia (BI) sebagai bank sentral dengan UU No. 11 Tahun 1953 yang mulai berlaku pada tanggal 1 Juli 1953. Sesuai dengan tanggal berlakunya Undang-Undang Pokok Bank Indonesia tahun 1953, maka tanggal 1 Juli 1953 diperingati sebagai hari lahir Bank Indonesia dimana Bank Indonesia menggantikan De Javasche Bank dan bertindak sebagai bank sentral (J.Soedradjad Djiwandono, 2005: 31, 38).

Setelah Bank Indonesia berdiri pada tahun 1953, terdapat dua macam uang rupiah yang berlaku sebagai alat pembayaran yang sah di wilayah Republik Indonesia, yaitu uang yang diterbitkan oleh Pemerintah Republik Indonesia (Kementerian Keuangan) dan yang diterbitkan oleh Bank Indonesia. Pemerintah RI menerbitkan uang kertas dan logam pecahan di bawah Rp5, sedangkan Bank Indonesia menerbitkan uang kertas dalam pecahan Rp5 ke atas (J.Soedradjad Djiwandono, 2005: 283).

Uang kertas sebagai alat yang sah digunakan dalam proses jual beli antara pedagang dan pembelipun secara berlanjut dipergunakan lebih luas oleh masyarakat Indonesia. Para pedagang pun menjadi terbiasa menggunakan uang rupiah sebagai alat tukar dalam berjualan baik di pasar tradisional maupun di pasar modern.

Pada umumnya pedagang itu mencakup kegiatan membeli untuk kemudian dijualnya. Pedagang membeli hasil pertanian dari petani yang umumnya berada di desa-desa, kemudian dijualnya ke pasar (Ahmadi, 2009: 311).

Ditengah umumnya perdagangan di pasar-pasar baik di pasar tradisional maupun di pasar modern, ada sisi lain dari sebuah perdagangan dimana salah satu jenis pedagang yang juga eksis sampai sekarang ini adalah pedagang *konsinyasi* (titip jual atau titipan).

Penjualan *konsinyasi* dalam pengertian sehari-hari dikenal dengan sebutan penjualan dengan cara penitipan. *Konsinyasi* merupakan penyerahan fisik barang-barang oleh pemilik kepada pihak lain, yang bertindak sebagai agen penjual dan biasanya dibuatkan persetujuan mengenai hak yuridis atas barang-barang yang dijual oleh pihak penjual. Pihak yang menyerahkan barang (pemilik) disebut consignor (konsinyor) sedang pihak yang menerima titipan barang disebut consignee (konsinyi) atau komisioner.

Tentu hampir sama dengan jenis pedagang lainnya dalam proses perdagangan ini pasti akan terjadi hubungan sosial (interaksi) antara pedagang yang menitipkan barang dagangannya di warung-warung dengan pemilik warung tersebut.

Baik atau buruk proses interaksi yang terjadi antara keduanya secara langsung akan mempengaruhi hubungan bisnis yang sedang mereka lakukan. Meskipun dalam hal ini yang lebih utama adalah soal mencari keuntungan, namun tidak melulu hal tersebut sebagai faktor utama langgengnya hubungan sosial antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung. Jika interaksinya tidak bagus maka akan ada kemungkinan hubungan bisnisnya juga akan berakhir lebih cepat ataupun setidaknya akan terganggu hingga tidak jarang juga yang terjadi konflik antara keduanya meski hubungan bisnisnya tetap berlanjut karena berbagai alasan.

Hal ini juga sangat mudah kita temukan di daerah Tondano, khususnya di daerah Tondano Selatan. Misalnya di daerah Tataaran Patar, Tataaran I, Tataaran II, di area kampus Unima, bahkan hingga ke daerah di sekitaran Pasar Tondano, banyak sekali jenis pedagang *konsinyasi* ini.

Dalam hal jenis dagangan dari pedagang *konsinyasi* ini juga beragam, mulai dari sayur-mayur, roti, gorengan, kukis (kue), dan lain sebagainya.

Penulis yang terlibat langsung dalam proses perdagangan *konsinyasi* ini melihat begitu banyak fenomena yang terjadi, baik itu berkaitan dengan pedagang *konsinyasinya*, pemilik warung, emosional antara keduanya, hubungan bisnis, watak, nilai budaya, dan lain sebagainya. Misalnya saja adanya pemilik warung yang menyembunyikan atau berbohong soal harga jual dari barang dagangan yang dititipkan oleh pedagang *konsinyasi* yang di dalam perjanjian awal 1 biji kukis seperti risoles harganya Rp. 800 ke pemilik warung dan pemilik warung bersepakat menjual dengan harga Rp. 1000 per bijinya. Namun ternyata pemilik warung menginginkan keuntungan lebih dengan menjual per bijinya Rp. 1.250 (4 bij Rp. 5.000).

Dari fenomena tersebut tentu kita bisa melihat seperti apa ada hubungan sosial yang bermasalah antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung. Apakah itu berkaitan dengan tidak adanya kesepakatan jual-beli di awal, atau bisa juga ini berkaitan dengan watak manusianya baik pemilik warung maupun pedagang *konsinyasinya*. Dan masih banyak lagi sebenarnya fenomena yang terjadi antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung.

Berdasarkan fenomena tersebut maka saya tertarik untuk menulis dan meneliti tentang “Pola Interaksi Pedagang Konsinyasi dengan Pemilik Warung di Kecamatan Tondano Selatan, Provinsi Sulawesi Utara)

## 2. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif adalah Pendekatan penelitian Ilmu-ilmu Sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka. Dalam buku Afrizal tahun 2014 menyatakan pendekatan penelitian kualitatif berguna untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang makna (arti subjektif dan penafsiran) dan konteks tingkah laku serta proses yang terjadi pada faktor yang berkaitan dengan tingkah laku tersebut (Afrizal 2014).

Sedangkan menurut Chadwick, pendekatan kualitatif dipandang mampu menemukan defenisi situasi serta gejala sosial dari subjek. Defenisi tersebut meliputi perilaku, motif subjek, perasaan dan emosi dari orang-orang yang diamati. Keuntungan lainnya adalah peningkatan pemahaman peneliti terhadap cara subjek memandang dan menginterpretasikan kehidupannya, karena ia berhubungan dengan subjek dan dunianya sendiri bukan dalam dunia yang tidak wajar yang diciptakan oleh peneliti. Pendekatan penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan yang sifatnya mendalam. Pendekatan kualitatif di dalam penelitian ini digunakan untuk mengungkap pola interaksi antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung yang tentunya banyak hal yang terjadi karena seringnya mereka berinteraksi bahkan hampir setiap hari.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi. Seorang peneliti tidak melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun dengan mendetail dengan alternatif jawaban yang telah dibuat sebelum melakukan wawancara, melainkan berdasarkan pertanyaan yang umum yang kemudian didetailkan dan dikembangkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara untuk melakukan wawancara berikutnya. Mungkin ada sejumlah pertanyaan yang dipersiapkan sebelum wawancara (sering disebut pedoman wawancara), tetapi pertanyaan-pertanyaan tersebut tidak terperinci dan berbentuk pertanyaan terbuka (tidak ada alternatif jawaban). Hal ini berarti wawancara dalam penelitian kualitatif seperti dua orang yang sedang bercakap-cakap tentang sesuatu.

Pelaksanaan wawancara tidak hanya sekali atau dua kali, melainkan berulang-ulang dengan intensitas yang tinggi. Peneliti tidak hanya “percaya dengan begitu saja pada apa yang dikatakan informan, melainkan perlu mengecek dalam kenyataan melalui pengamatan. Itulah sebabnya cek dan ricek dilakukan secara silih berganti dari hasil wawancara ke pengamatan di lapangan, atau dari informan yang satu ke informan yang lain. Dalam penelitian ini peneliti

melakukan wawancara mendalam terhadap informan yang merupakan pemilik warung dan pedagang konsinyasi di Tondano Selatan. Wawancara peneliti lakukan dengan datang langsung ke warung tersebut dan mencari informan yang memungkinkan untuk diwawancara sesuai kriteria informan penelitian.

Kegiatan observasi dilakukan dalam bentuk observasi setengah terlibat atau peneliti hanya berperan sebatas sebagai pengamat dimana peneliti tidak terlibat secara penuh dalam kehidupan masyarakat, peneliti menentukan sendiri waktu-waktu efektif dalam hubungannya dengan masyarakat untuk melakukan pengamatan dan mengidentifikasi fenomena-fenomena yang terjadi. Observasi setengah terlibat peneliti lakukan dengan cara menjadi salah satu pedagang *konsinyasi*, tentu sebagai pedagang *konsinyasi* peneliti hanya terlibat berinteraksi pada saat mengantar barang dagangan dan pada saat menjemput barang dagangan tersebut.

Jenis data dalam penelitian ini yaitu: Data primer, data yang diperoleh dari sumber data atau tangan pertama di lapangan. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer melalui key informan dan informan di lapangan (Kriyantono, 2006: 43), serta data-data hasil riset di lapangan, baik dalam bentuk hasil wawancara mendalam, catatan observasi, maupun data dokumentasi. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi yang peneliti lakukan di lapangan atau lokasi penelitian dan wawancara yang peneliti lakukan terhadap pedagang *konsinyasi* dan pemilik warung di Tondano Selatan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru. Aktivitas dalam analisis meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) serta Penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing / verification).

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini seperti dalam ulasan Romi Mesra yang berjudul *The social meaning of money in social interaction of boarding students* dimana, ulasannya menjelaskan bahwa ada enam makna simbolik uang, yaitu: Ada uang ada teman, tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan dengan uang, uang adalah instrumen; (uang adalah alat untuk masuk ke masyarakat, uang adalah alat untuk menikmati hiburan, dan uang adalah alat mobilitas), uang adalah tuhan, uang adalah tujuan, uang adalah "kehidupan".(Mesra R, Erianjoni E, Eriyanti F. 2018).

Dari artikel tersebut terlihat bahwa faktor uang juga bisa menjadi penentu dalam proses interaksi sosial, termasuk antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung.

Kemudian juga penelitian yang dilakukan oleh Habibi dan Hadi yang berjudul "Pelaksanaan Perjanjian Konsinyasi Antara Produsen Pakaian dengan Pedagang Pakaian di Kota Banda Aceh" yang mana hasil penelitiannya Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan perjanjian konsinyasi antara produsen dengan pedagang pakaian dilatar belakangi oleh adanya permintaan pemilik toko kepada pihak produsen pakaian untuk menitip jualkan pakaian tersebut, dan bentuk wanprestasi dalam perjanjian Konsinyasi antara produsen dengan pedagang pakaian yaitu terlambat pembayaran, menggunakan hasil penjualan yang tidak sesuai, dan bangkrut dalam usaha, serta upaya penyelesaian wanprestasi pada perjanjian Konsinyasi antara produsen dengan pedagang pakaian, yaitu mendatangi pihak pemilik toko untuk musyawarah dan memberikan toleransi waktu pembayaran kepada produsen (Habibi dan Hadi. 2019).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola interaksi sosial antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung adalah sebagai berikut:

#### 1. Membuat Kesepakatan Bisnis yang Saling Menguntungkan

Proses interaksi dengan pemilik warung biasanya diawali oleh pedagang *konsinyasi* yang datang ke warung-warung tertentu yang disesuaikan dengan jenis barang dagangannya, misalnya kalau pedagang kue maka ia akan datang ke warung kue dan begitu juga dengan

jenis barang dagangan yang lain maka mereka akan datang ke warung yang menjual barang dagangan yang sama untuk menitipkan barang dagangannya.

Dari pertemuan awal itu biasanya si pedagang *konsinyasi* akan menanyakan kepada pemilik warung apakah ia boleh menitipkan barang dagangannya di warung tersebut. Pemilik warung biasanya akan memberikan jawaban boleh atau tidak, tergantung berbagai hal, misalnya jika ia memang membolehkan orang lain menitipkan barang dagangannya di warungnya sendiri, kemudian juga bila belum ada pedagang *konsinyasi* yang lain yang terlebih dahulu menitipkan barang dagangannya di warung tersebut.

Biasanya kalau sudah ada pedagang *konsinyasi* yang lain menitipkan barang dagangannya maka pemilik warung tidak menerima lagi pedagang *konsinyasi* yang menjual barang dagangan sejenis di warung tersebut. Namun sekali lagi hal ini sepenuhnya adalah hasil keputusan pemilik barang mau menerima atau menolak permintaan pedagang *konsinyasi* yang ingin menitipkan barang dagangannya di warung tersebut.

Kemudian faktor rasa suka atau tidak suka terhadap individu pedagang *konsinyasi* atau keperibadiannya biasanya juga berpengaruh apakah pemilik warung bersedia atau tidak menerima pedagang *konsinyasi* tersebut. Kalau pedagang *konsinyasi* sopan, memperhatikan etika dan lain sebagainya itu besar kemungkinan pemilik warung akan merasa suka dan membolehkan pedagang *konsinyasi* tersebut menitipkan barang dagangannya di warung tersebut, tentu juga dengan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang sudah saya jelaskan juga sebelumnya.

Oleh sebab itu penting sekali bagi pedagang *konsinyasi* untuk mengkonsep perilaku dan tindakannya dalam berinteraksi dengan pemilik warung untuk memperbesar peluang barang dagangannya bisa diterima untuk dititipkan dan dijualkan oleh pemilik warung tersebut.

Proses interaksi selanjutnya yang mungkin terjadi adalah apakah akan terjadi kerjasama yang dalam artian pemilik warung menerima barang dagangan pedagang *konsinyasi* atau tidak terjadi kesepakatan dan mereka berpisah karena pemilik warung tidak menerima barang dagangan pedagang *konsinyasi*.

Jikalau pemilik warung menerima barang dagangan pedagang *konsinyasi* maka interaksinya berlanjut ke perjanjian bisnis atau menentukan harga jual. Harga jual ini juga terbagi 2 macam yaitu harga jual ke pemilik warung dan harga jual ke pembeli.

Untuk harga jual ke pemilik warung misalnya risoles dijual ke pemilik warung Rp. 1.000 ada kesepakatan pedagang *konsinyasi* yang menentukan harga jual ke pembeli (misalnya Rp. 1.250) dalam hal ini pemilik warung mendapatkan keuntungan Rp. 250 per biji Risoles, namun ada juga pedagang *konsinyasi* yang hanya menentukan harga jual ke pemilik warung misalnya Rp. 1.000 dan pedagang *konsinyasi* membebaskan pemilik warung menentukan harga ke pembeli (boleh Rp. 1.250, Rp. 1.500, dan lain sebagainya) ini berarti pedagang *konsinyasi* hanya menentukan harga tetap terhadap pemilik warung dan membebaskan pemilik warung menjual barang dagangannya dengan harga berapapun.

Setelah menentukan harga biasanya juga ditentukan waktu pengantaran dan penjemputan barang dagangan oleh pedagang *konsinyasi* ke warung tersebut, misalnya diantar jam 7 pagi, kemudian dijemput lagi jam 6 sore atau jam 7 pagi keesokan harinya sekaligus menghitung berapa barang dagangan yang terjual dan pedagang *konsinyasi* menerima uang dari barang dagangannya yang terjual.

Sampai pada tahap ini maka kesepakatan bisnis antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung sudah selesai, tinggal secara berkelanjutan pedagang *konsinyasi* mengantarkan barang dagangannya ke warung tersebut sesuai kesepakatan waktu yang sudah ditentukan sebelumnya.

## 2. Kerjasama Atas Dasar Saling Percaya

Sebagai pedagang (pedagang *konsinyasi*) dan pembeli (pemilik warung) maka salah satu jenis hubungan yang terjalin adalah hubungan bisnis atas dasar saling percaya. Fenomena ini bisa terlihat dimana misalkan ketika barang dagangan yang dititipkan tersebut

dikatakan oleh pemilik warung berlebih terkadang pedagang *konsinyasi* tidak terlalu mempertanyakan kenapa, atau bahkan tidak perlu melihat secara fisik barang dagangannya yang berlebih tersebut, dia hanya percaya dan menerima uang dari barang dagangannya yang terjual sesuai dengan yang dikatakan oleh pemilik warung.

Kemudian juga misalnya soal harga jual, terkadang dengan kesepakatan bahwa ada pedagang *konsinyasi* yang membebaskan berapapun harga jual dari pemilik warung ke pembeli maka ada kemungkinan pemilik warung mengambil keuntungan yang berlebihan misalnya harga dari pedagang *konsinyasi* Rp. 1.000 akan tetapi dijual oleh pemilik warung dengan harga Rp. 2.000 sehingga pemilik warung mendapatkan untung bersih Rp. 1.000 yang mungkin lebih besar lagi dari keuntungan pedagang *konsinyasi* yang dari harga Rp. 1.000 masih merupakan pendapatan kotor mereka.

Resiko lainnya jika pemilik warung terlalu mengambil keuntungan lebih adalah sulitnya terjual barang dagangan tersebut, sehingga tentu juga berpengaruh kepada pendapatan pedagang *konsinyasi*.

Selanjutnya ada juga kemungkinan pedagang *konsinyasi* yang baru menitipkan barang dagangannya di daerah pemilik warung dimana mereka belum tahu harga jual standar barang dagangannya di daerah tersebut mereka dikelabu pemilik warung dengan membeli ke pedagang *konsinyasi* dengan harga rendah, padahal seharusnya pemilik warung bisa mengedukasi dengan menjelaskan pasaran harga di daerah tersebut. Realitas di lapangan menunjukkan memang ada 2 tipe pemilik warung seperti ini, ada pemilik warung yang mengedukasi perihal harga jual dan lainnya ke pedagang *konsinyasi*, ada juga yang memanfaatkan ketidak tahuan pedagang *konsinyasi* terutama para pedagang baru di daerah tersebut.

Begitu juga pemilik warung yang terkadang tidak terlalu mengontrol soal kualitas barang dagangan pedagang *konsinyasi* padahal hal tersebut akan berdampak (baik atau buruk) terhadap warung mereka, ada kemungkinan pembeli komplain jika barang dagangan yang dititipkan itu bermasalah atau pembeli tidak puas sehingga ada kemungkinan nama baik warungnya akan tercemar.

Di sisi lain ada juga pemilik warung yang memang selektif dan edukatif sekali terhadap barang dagangan yang dititipkan di warungnya dengan mengecek kualitas dari barang dagangan tersebut, jika ada yang kurang maka pemilik warung memberikan arahan bahkan nasehat agar barang dagangan tersebut ditingkatkan lagi kualitasnya.

Di sini terlihat bahwa pada dasarnya kerjasama antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung bisa terjadi atas dasar saling percaya antar keduanya.

### **3. Saling Memahami Watak Masing-Masing**

Dalam proses interaksi sebagai penjual dan pembeli maka tentunya hubungan sosial tersebut juga sangat dipengaruhi oleh watak masing-masing individu yang terlibat di dalam interaksi tersebut yang di dalam hal ini antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung.

Ketika kesepakatan bisnis sudah disepakati maka dalam prosesnya bisa saja terjadi benturan ketidak sepehaman ataupun bisa jadi juga interaksinya berjalan lancar antara keduanya. Misalnya saja jikalau pemilik warungnya memiliki watak pemarah, maka ketika pedagang *konsinyasi* melakukan kesalahan seperti terlambat mengantarkan barang dagangannya maka pemilik warung bisa saja mengeluarkan kata-kata kasar atau ekspresi tidak suka, hal ini akan baik-baik saja jika pedagang *konsinyasi* sebagai individu memahami watak setiap pemilik warung yang dia menitipkan barang dagangannya sehingga tidak akan terjadi konflik yang berkelanjutan.

Begitupun juga pemilik warung harus membaca watak pedagang *konsinyasi* apakah orangnya jujur, disiplin, dan lain sebagainya karena akan berkaitan dengan bagaimana konsep tindakan yang harus diambil terhadap pedagang tersebut. Kalau watak pedagang *konsinyasi* yang ia lihat adalah jujur maka bisa saja ada kemungkinan ia tidak terlalu menghitung berapa jumlah barang dagangan yang dititipkan di warungnya. Ketika dikatakan jumlahnya 20 misalnya, maka pemilik warung tidak mempertanyakannya, begitu juga ketika

pedagang *konsinyasi* menyampaikan jumlah barang yang terjual atau yang masih tersisa maka pemilik warung memberikan kepercayaan penuh kepada pedagang *konsinyasi* berapapun jumlah yang disebutkannya.

#### 4. Menghargai Budaya yang Berbeda

Setiap daerah yang berbeda ada kemungkinan juga memiliki nilai budaya yang berbeda pula. Dan di daerah Tondano selatan telah terjadi pencampuran budaya karena masyarakat yang tinggal di sini juga memiliki latar belakang budaya yang beragam, ada pendatang dari Jawa, Minang, Batak, Dayak, dan lain sebagainya yang bergaul dengan masyarakat asli yaitu masyarakat Minahasa. Termasuk dalam hal perdagangan, bisa jadi pedagang *konsinyasi* nya adalah orang Minang dan pemilik warungnya orang Minahasa. Maka untuk kelanggengan hubungan sosial antara keduanya faktor pemahaman kebudayaan yang berbeda harus dipertimbangkan.

Misalnya saja soal tindakan memberi dengan tangan kiri, di masyarakat Minahasa sepertinya tindakan ini adalah hal yang biasa, namun bagi orang Minang memberi dengan tangan kiri adalah tindakan yang tidak sopan dan diarah asalnya biasanya yang melakukan tindakan ini akan dinasehati bahkan dimarahi. Namun beda soal jika tindakan ini dilakukan di Minahasa karena sudah menjadi hal yang biasa dilakukan di sini.

Kalaulah antara pedagang *konsinyasi* dan pemilik warung yang berbeda budaya tidak memahami hal ini akan terjadi kemungkinan munculnya konflik atau pertikaian antara keduanya. Tentu yang terlebih harus beradaptasi adalah pendatang yang di dalam hal ini misalnya pedagang *konsinyasi*, namun tidak menutup kemungkinan pula masyarakat asli Minahasa atau pendatang yang sudah lama berdomisili di Minahasa itu yang juga beradaptasi dengan budaya yang dibawa oleh pendatang seperti pedagang *konsinyasi* tersebut.

Realitas lainnya adalah bahwa tidak hanya masyarakat Minahasa asli yang memiliki budaya yang berbeda, namun masyarakat lain yang sudah lama tinggal di Minahasa dan mencari penghidupan di daerah Minahasa terkadang juga sudah berperilaku seperti masyarakat Minahasa. Misalnya ketika kita belanja ke warung-warung Muslim yang penjualnya adalah orang Jawa di daerah Tondano Selatan ini maka kita akan mendapati barang yang kita beli seperti bakso, lauk-pauk, dan jenis makanan lainnya itu cuma dibungkus pakai kertas plastik asoi (kresek) yang di sini disebut tas, yang biasanya di daerah Minang misalnya hal tersebut juga tergolong tidak wajar atau tidak elok karena terkesan kertas plastik asoi (kresek) adalah bukan untuk pembungkus makanan, sehingga orang-orang di Minang membungkus menggunakan kertas nasi, daun pisang dan lainnya.

Realitas itu menunjukkan bahwa orang Jawa yang sudah lama berdomisili di daerah Minahasa juga sudah mengadaptasi budaya Minahasa ke dalam perilaku dan tindakannya sehari-hari sehingga misalnya orang Minang sebagai pendatang sebagai pedagang *konsinyasi* juga harus memahami tindakan pemilik warung yang notabene orang Jawa tersebut bukan lagi dari sudut pandang budaya Jawa sebagai budaya asli mereka, namun lebih ke budaya Minahasa yang sudah melekat dalam tindakan dan perilaku mereka sehari-hari.

#### 5. Perselisihan Karena Melanggar Kesepakatan

Setiap orang yang berinteraksi tentu ingin proses interaksinya berjalan baik dan tidak terjadi perselisihan ataupun konflik. Begitu juga dalam hubungan sosial sekaligus hubungan bisnis antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung.

Realitas yang terjadi tidak jarang juga terjadi perselisihan antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung perihal kesepakatan yang dilanggar, perihal kesalahpahaman, dan lain sebagainya. Terutama mengenai kesepakatan yang dilanggar, seperti kesepakatan harga yang sudah disepakati berupa harga jual dari pemilik warung ke pembeli seharga Rp. 1.000 per biji Risoles, namun ternyata pemilik warung mengambil untung lebih tanpa sepengetahuan pedagang *konsinyasi* dengan menjual seharga Rp. 1.250 atau 4 biji Rp. 5.000. Meskipun dalam jangka waktu tertentu pedagang *konsinyasi* tidak mengetahui hal tersebut namun sewaktu-waktu mereka mengetahuinya apakah itu dari orang

lain atau dia tahu secara langsung dari pembeli risoles tersebut maka hal itu akan memicu perselisihan dan rasa tidak nyaman terhadap perilaku pemilik warung.

Hal ini juga sering terjadi, namun ada situasi dimana pedagang *konsinyasi* membiarkan atau mendiarkannya karena masih membutuhkan warung tersebut sebagai tempat meletakkan barang dagangannya akan tetapi ada juga pedagang *konsinyasi* yang langsung bereaksi dengan meninggalkan warung tersebut atau tidak lagi menitipkan barang dagangannya di warung tersebut.

Di sisi lain terkadang juga tidak hanya karena faktor pemilik warung, pedagang *konsinyasi* terkadang juga bisa menjadi pemicu terjadinya perselisihan. Misalnya soal kualitas barang yang dititipkan yang asal-asalan yang tidak sesuai dengan harga jual, atau karena kesepakatan-kesepakatan lain yang sudah ditetapkan di awal yang dilanggar oleh pedagang *konsinyasi*. Jadi, kedua belah pihak bisa saja menjadi faktor terjadinya perselisihan.

## 6. Tidak Adanya Keterbukaan

Seiring berjalannya waktu setelah adanya kesepakatan bisnis di awal antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung ada kemungkinan tidak adanya keterbukaan berkaitan dengan kesepakatan di awal tersebut. Ada kesepakatan yang tidak dijalankan sebagai mana mestinya, misalnya soal harga yang dirubah pemilik warung tanpa sepengetahuan pedagang *konsinyasi*, atau soal penempatan barang dagangan pedagang *konsinyasi* yang diletakkan di tempat strategis sehingga tidak terlihat oleh pembeli, juga seperti barang dagangan pemilik warung yang selalu diutamakan untuk dijual sedangkan barang dagangan pedagang *konsinyasi* tidak terjual atau masih tersisa banyak, dan lainnya.

Kemudian kalau dilihat pada sisi pedagang *konsinyasinya* juga terkadang tidak adanya keterbukaan misalnya soal keinginan menaikkan harga, kejenuhan membuat barang dagangan sehingga menjadi asal-asalan kualitasnya, mendengar isu-isu miring tentang perjanjian bisnis tapi enggan untuk mengkonfirmasi, dan lain sebagainya.

Beberapa hal tersebut dipendam oleh masing-masing individu pedagang *konsinyasi* dan juga oleh pemilik warung, mungkin pada waktu tertentu belum akan mengganggu secara keseluruhan kerjasama bisnis di antara keduanya namun lambat laun hal ini kan menjadi bom waktu yang bisa saja berdampak lebih besar berkaitan dengan keberlangsungan kerjasama antara keduanya.

## 7. Konflik Kepentingan

Di awal kerjasama antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung pada dasarnya sudah disepakati tentang kerjasama bisnis di antara keduanya, yang berarti sudah mengakomodir kepentingan di antara keduanya yang tentunya kesepakatan yang saling menguntungkan.

Namun seiring berjalannya waktu disebabkan oleh berbagai hal yang mungkin saja disebabkan oleh faktor salah satu pihak yang bermasalah ataupun kedua belah pihak yang bermasalah. Misalnya saja di sisi pemilik warung yang ingin meraup keuntungan lebih dengan menaikkan harga, sedangkan di sisi lain pedagang *konsinyasi* juga ingin meraup keuntungan lebih dengan mengurangi bahan modalnya yang tentunya berdampak terhadap kurangnya kualitas produknya.

Kemudian ada juga kemungkinan adanya keinginan pemilik warung untuk menghentikan kerjasama namun tidak sanggup menyampaikannya secara langsung, sehingga pemilik warung mencari-cari kesalahan dari pedagang *konsinyasi* apakah itu soal produknya yang katanya berkurang kualitasnya, produknya yang basi (makanan), dan lain sebagainya sehingga mau tidak mau kerjasama di antara keduanya bisa saja terhenti sesuai dengan harapan pemilik warung.

Intinya, konflik kepentingan bisa saja terjadi dalam hubungan sosial apalagi hubungan bisnis antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung. Konflik kepentingan ini biasanya baru muncul setelah berjalannya kerjasama bisnis tersebut, yang dipicu oleh salah satu pihak ataupun kepentingan baru yang muncul dari kedua belah pihak.



#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka peneliti menarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini yang berkaitan dengan Pola Interaksi Pedagang Konsinyasi dengan Pemilik Warung di Kecamatan Tondano Selatan, Provinsi Sulawesi Utara, sebagai berikut:

##### 1. Membuat Kesepakatan Bisnis yang Saling Menguntungkan

Proses interaksi yang mungkin terjadi adalah pemilik warung menerima barang dagangan pedagang *konsinyasi* maka interaksinya berlanjut ke perjanjian bisnis atau menentukan harga jual. Harga jual ini juga terbagi 2 macam yaitu harga jual ke pemilik warung dan harga jual ke pembeli. Setelah menentukan harga biasanya juga ditentukan waktu pengantaran dan penjemputan barang dagangan oleh pedagang *konsinyasi* ke warung tersebut.

##### 2. Kerjasama Atas Dasar Saling Percaya

Sebagai pedagang (pedagang *konsinyasi*) dan pembeli (pemilik warung) maka salah satu jenis hubungan yang terjalin adalah hubungan bisnis atas dasar saling percaya. Fenomena ini bisa terlihat dimana misalkan ketika barang dagangan yang dititipkan tersebut dikatakan oleh pemilik warung berlebih terkadang pedagang *konsinyasi* tidak terlalu mempertanyakan kenapa, atau bahkan tidak perlu melihat secara fisik barang dagangannya yang berlebih tersebut, dia hanya percaya dan menerima uang dari barang dagangannya yang terjual sesuai dengan yang dikatakan oleh pemilik warung.

##### 3. Saling Memahami Watak Masing-Masing

Ketika kesepakatan bisnis sudah disepakati maka dalam prosesnya bisa saja terjadi benturan ketidak sepahaman ataupun bisa jadi juga interaksinya berjalan lancar antara keduanya. Misalnya saja jikalau pemilik warungnya memiliki watak pemaarah, maka ketika pedagang *konsinyasi* melakukan kesalahan seperti terlambat mengantarkan barang dagangannya maka pemilik warung bisa saja mengeluarkan kata-kata kasar atau ekspresi tidak suka, hal ini akan baik-baik saja jika pedagang *konsinyasi* sebagai individu memahami watak setiap pemilik warung yang dia menitipkan barang dagangannya sehingga tidak akan terjadi konflik yang berkelanjutan.

##### 4. Menghargai Budaya yang Berbeda

Setiap daerah yang berbeda ada kemungkinan juga memiliki nilai budaya yang berbeda pula. Dan di daerah Tondano selatan telah terjadi pencampuran budaya karena masyarakat yang tinggal di sini juga memiliki latar belakang budaya yang beragam, ada pendatang dari Jawa, Minang, Batak, Dayak, dan lain sebagainya yang bergaul dengan masyarakat asli yaitu masyarakat Minahasa. Termasuk dalam hal perdagangan, bisa jadi pedagang *konsinyasi* nya adalah orang Minang dan pemilik warungnya orang Minahasa. Maka untuk kelanggengan hubungan sosial antara keduanya faktor pemahaman kebudayaan yang berbeda harus dipertimbangkan.

##### 5. Perselisihan Karena Melanggar Kesepakatan

Realitas yang terjadi tidak jarang juga terjadi perselisihan antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung perihal kesepakatan yang dilanggar, perihal kesalahpahaman, dan lain sebagainya.

##### 6. Tidak Adanya Keterbukaan

Seiring berjalannya waktu setelah adanya kesepakatan bisnis di awal antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung ada kemungkinan tidak adanya keterbukaan berkaitan dengan kesepakatan di awal tersebut. Ada kesepakatan yang tidak dijalankan sebagai mana mestinya.

##### 7. Konflik Kepentingan

Seiring berjalannya waktu disebabkan oleh berbagai hal yang mungkin saja disebabkan oleh faktor salah satu pihak yang bermasalah ataupun kedua belah pihak yang bermasalah. Konflik kepentingan bisa saja terjadi dalam hubungan sosial apalagi hubungan bisnis antara pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung. Konflik kepentingan ini biasanya

baru muncul setelah berjalannya kerjasama bisnis tersebut, yang dipicu oleh salah satu pihak ataupun kepentingan baru yang muncul dari kedua belah pihak.

## 5. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan pengembangan penelitian terhadap fenomena-fenomena lain berkaitan dengan hubungan pedagang *konsinyasi* dengan pemilik warung, Seperti: studi konflik, studi fungsional, studi ekonomi, studi sosiologi digital, dan lainnya

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya ucapkan kepada isteri saya Rini Efrianti yang telah mensupport saya dalam penulisan artikel ini bahkan menggantikan tugas saya mengasuh anak, memberikan perhatian kepada saya sehingga bisa merampungkan artikel ini dan juga anak saya Al Fatih Dzaki Mesra yang masih berusia 1 tahun 4 bulan namun masih bisa diajak kompromi tidak terlalu rewel selama saya merampungkan artikel ini. Selanjutnya terimakasih kepada informan para pemilik warung dan pedagang *konsinyasi* yang begitu ramah terhadap saya dan sangat membantu dalam menyelesaikan artikel ini.

## 7. DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Pendekatan Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ahmadi, Abu. (2009). *Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: Reneka Cipta
- Habibi K, Hadi I K. *Pelaksanaan Perjanjian Konsinyasi Antara Produsen Pakaian dengan Pedagang Pakaian di Kota Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan. Aceh: Fakultas Hukum; 2019. pp. 75-85.
- Johnson, Doyle Paul.(1994). *Teori Sosiologi Klasik dan Modern Jilid1*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama: Diterjemahkan Dari Sociological Theory: Classical Founders And Contemporary Perspectives Oleh Robert M.Z Lawang
- J.Soedradjad Djiwandono, dkk. (2005). *Sejarah Bank Indonesia Periode I:1945-1959*. Jakarta
- Mesra R, Erianjoni E, Eriyanti F. The social meaning of money in social interaction of boarding students. Proceedings of the International Conferences on Educational, Social Sciences and Technology—ICESST 2018. Padang: Fakultas Ilmu Pendidikan; 2018. pp. 43–50. 10.29210/201816
- Moleong, Lexi J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Website**
- Bentuk-bentuk Interaksi Sosial, Lengkap Beserta Penjelasannya. Retrieved June 05, 2021, Interactwebsite: <https://www.bola.com/ragam/read/4387939/bentuk-bentuk-interaksi-sosial-lengkap-beserta-penjasannya>
- Sistem Pemasaran Titip Jual (Konsinyasi). Retrieved June 05, 2021, Interactwebsite: <https://wirausahakan.blogspot.com/2015/09/sistem-pemasaran-titip-jual-konsinyasi.html>