

## ABSTRAK

Keberadaan pedagang cabai tidak dapat dipisahkan dengan keberadaan pembeli. Pembeli membutuhkan pedagang untuk memenuhi kebutuhan mereka dan begitu juga halnya dengan pedagang. Mengingat adanya hubungan yang saling ketergantungan dan membutuhkan antara pedagang sebagai *Supplier* (yang menyediakan barang) dan pembeli sebagai konsumen. Maka dituntut adanya satu kesatuan diantara mereka. Untuk mewujudkan hubungan yang harmonis dalam saling ketergantungan tersebut dibutuhkan adanya jalinan komunikasi yang baik diantara mereka. Itu semua tidak terlepas dari bentuk komunikasi yang mereka bangun dalam proses tawar-menawar baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal sehingga pasar memiliki kedudukan yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian. Dalam jual beli juga terdapat akad yang sah sesuai syarat dan rukunnya. Selain itu *keridhoan* kedua belah pihak sangat penting agar tidak ada yang merasa dirugikan, salah satu caranya adalah dengan tawar-menawar. Maka dari itu tawar-menawar banyak diartikan oleh kalangan masyarakat sebagai “seni” karena memerlukan keahlian tertentu seperti pengolahan kata yang tepat. Oleh karena itu penulis merumuskan masalah penelitian yaitu “Peran Komunikasi Dalam Proses Tawar-menawar Cabai di Pasar KM 5 Palembang”. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dari Whitney melalui teori ini peneliti menganalisis dan mendeskripsikan hasil dari penelitiannya. Sehingga banyak ahli yang menamakan metode deskriptif ini dengan survei normative (*normative survey*). Dengan metode deskriptif ini diselidiki kedudukan (status) fenomena atau factor dan melihat hubungan antara satu factor dengan factor yang lain. Dalam penelitian ini juga, layak di jadikan sebagai contoh pembelajaran bagi masyarakat yang ingin melakukan jual beli ataupun tawar-menawar di pasar tradisional.

***Kata kunci : Komunikasi, Tawar - menawar, Pasar Tradisional.***