

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang kebutuhan manusia semakin banyak yang harus terpenuhi seperti kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier (Yuliawati & Pratomo, 2019). Banyaknya kebutuhan tersebut mengharuskan individu untuk melakukan pekerjaan yang diminati dan mampu individu lakukan (Thamrin & Bashir, 2015). Menjadi pedagang berperan penting untuk meningkatkan ekonomi masyarakat di pasar tradisional (Dekas, 2022).

Ada banyak macam pedagang salah satunya menjual ayam geprek, ayam geprek merupakan potongan ayam dibaluri tepung kemudian digoreng, setelah ayam matang selanjutnya ayam akan ditumbuk atau geprek bersama sambal yang sebelumnya sudah diulek sehingga mudah untuk dikonsumsi (Jeffrey, 2016).

Kegiatan berjualan ayam geprek bukan hanya membuat ayam geprek saja, tetapi mereka perlu berbelanja kebutuhan warung, melayani setiap pembeli, menyiapkan meja dan kursi, serta membersihkan lingkungan warung (Sari, 2023). Kendala yang dihadapi penjual dalam berbelanja adalah bahan-bahan untuk membuat ayam geprek yang memiliki harga yang mahal seperti membeli ayam, minyak goreng, cabai, bawang, beras, dan sayuran pelengkap.

Penjual ayam geprek bersaing dengan penjual ayam geprek lainnya, berbedaan rasa dan harga merupakan salah satu masalah yang kerap menjadi alasan pembeli berminat membelinya (Agriffina et al., 2022). Pembeli lebih tertarik harga

yang lebih murah dan rasa yang enak sehingga penjual mampu menentukan harga dan produk yang dijual supaya kerugian dapat dihindari. Strategi penting dalam berjualan adalah menentukan target pemasaran, jika target yang ditentukan sesuai dengan lokasi penjualan maka penjual akan memperoleh keuntungan yang menjadi tujuannya (Agriffina et al., 2022).

Kualitas pelayanan berpengaruh pada peningkatan ataupun penurunan jumlah pembeli, pembeli yang merasa terpuaskan dengan pelayanan serta rasa ayam geprek yang nikmat akan memberitahukan kepada orang lain mengenai ayam geprek tersebut (Savitri, 2018). Penjual maksimal melayani pembeli dengan cara melengkapi benda yang dibutuhkan pembeli, cepat bertindak dalam melakukan apa yang pembeli minta, dan memiliki sikap sopan, ramah serta memiliki pengetahuan tentang produk tersebut (Desafitri et al., 2022).

Sikap dalam melayani pembeli berkaitan emosi dalam diri penjual, emosi merupakan perasaan dan pikiran individu untuk melakukan tindakan yang bersumber dari pengaruh lingkungan, ada lima jenis emosi yang umum dirasakan oleh setiap individu meliputi kegembiraan, kemarahan, kesedihan, ketakutan, dan perasaan jijik (Sarasati & Nurvia, 2021).

Individu yang bekerja perlu belajar untuk mengendalikan respon emosi supaya individu dapat menyelesaikan masalah dengan baik, kebanyakan penjual dapat melakukan regulasi emosi dengan mengendalikan diri sendiri, bersyukur setiap rezeki yang diberikan Allah SWT melakukan pekerjaan dengan semangat, sabar dalam berkomunikasi dan dalam menyelesaikan masalah (Yusuf & Moordiningsih, 2015).

Pengertian dari regulasi emosi adalah kemampuan seseorang mengatur dan menunjukkan ekspresi serta perasaan dalam kehidupan yang terwujud sebagai tindakan (Yusuf & Moordiningsih, 2015). Regulasi emosi berfungsi menghindari emosi yang tidak dinginkan supaya tidak terwujud menjadi perilaku buruk dan emosi yang diinginkan dapat ditunjukkan dengan tingkah laku individu yang baik (Syahda & Handoyo, 2022).

Meregulasi emosi dapat mengurangi dampak dari tekanan mental pada individu yang memiliki durasi bekerja yang lama dan membutuhkan banyak energi dalam melakukan pekerjaannya tersebut (Siregar et al., 2019). Penjual memiliki tujuan mengatur emosinya agar dapat merasakan kedamaian melalui pembentukan perilaku positif, sehingga mereka dapat menghindari masalah dalam pekerjaan yang dapat berdampak pada kehidupan keluarga (Yusuf & Moordiningsih, 2015). Keluarga memiliki peran sebagai motivasi dan alasan individu ingin bekerja sehingga pekerjaan yang dilakukan mampu dikerjakan dengan baik.

Individu yang berkeluarga rata-rata memiliki umur 18-40 tahun, mereka sedang menduduki usia dewasa awal yang memiliki ciri-ciri mengatur dan mempertimbangkan perasaannya, mampu berfikir kritis dan bertanggung jawab (Hurlock, 1999). Tugas perkembangan dewasa awal adalah mempelajari hubungan sosial dengan lingkungan sosial, berkeluarga, individu melakukan pekerjaan untuk menghidupi dirinya dan keluarga (Thahir, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 28 Juni 2023 hingga 13 Oktober 2023 kepada tiga penjual ayam geprek di sekitar Universitas Malikussaleh mengenai cara mereka meregulasi emosi sebagai berikut:

“Banyak yang beli di sini laki-laki nongkrong main game, dari jam 10 itu mulai ada yang beli, kalau banyak yang beli mereka mau nunggu gak diburu-buruin, mereka langsung duduk, di sini rata-rata yang beli orang aceh jadi kalau ngomong sama mereka ceplas-ceplos, kalau ada masalah juga ibu gak nunjukin ke pelanggan gak bolehlahkan, mereka beli bukan minta. Untung ada tapi gak banyak dan cukup untuk kebutuhan, kalau dijual lebih dari 10 ribu takut mangkin sunyi, karena mahasiswa maunya murah” (Subjek D, Penjual, 30 tahun).

“Ayam kan 10 ribu, kalau minta ayamnya aja kakak bilang 10 juga protes, kok 10 ribu juga kan gak pakek nasi, ya gitu bilang lembut kayak gini, memang ayamnya aja 10 nasi itu bonusnya, atau kalau udah kesel suruh beli nasi yang 13 ribu aja. Ada juga beli ayamnya aja karna 10 ribu dia gak protes ya langsung pergi aja. pembeli kan raja ibu biasanya tanyak tinggal di mana dek? atau jurusan apa dek? biasa ibu juga bercanda sama mereka kalau wajah mereka ramah ibu juga ramah. pening kalau barang naik, sebenarnya kalau rame gak ngaruh, yang susah capai target cuman ya untungnya dikit, kalau dinaikkan takut gak laku, malah makin tumpur kan” (Subjek F, Penjual, 36 tahun).

“Kalau prinsip saya pembeli adalah raja, sewajarnya aja kita mampu, ada banyak yang beli tempat bapak, mereka kesel sama bapak karena lambat melayani mereka, jadi ada mahasiswa yang memang mau nunggu ada juga mahasiswa yang langsung pergi, nah itu bapak bilang sama mereka pelan-pelan ikuti antrian bapak juga tanda muka orang yang beli antrian keberapa, karena kan gak mungkin yang udah duluan mesan dilompati yang lain marahlah nantinya, bapak naikkan harga ayam geprek jadi 12 ribu, karena untungnya dikit, ya ini berpengaruh, yang beli sama bapak berkurang” (Subjek M, Penjual, 38 tahun).

Berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat bahwa setiap penjual melayani pembeli dengan menganggap pembeli harus dilayani selayaknya raja, penjual menyiapkan pesanan pembeli dengan cepat dan sesuai dengan permintaan pembeli. Penjual dengan ramah menanyakan tempat tinggal pembeli dan ikut

bercanda dengan pembeli. Penjual tidak akan menunjukkan raut wajah murung kepada pembeli, walaupun penjual memiliki permasalahan di lingkungan keluarga maupun lingkungan sosial, hal tersebut dilakukan supaya pembeli ingin membeli lagi dan bertambahnya pembeli.

Dari hasil uraian diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian mengenai gambaran regulasi emosi pada penjual ayam geprek di seputaran Universitas Malikussaleh. Fenomena yang teramati di lapangan adalah penjual ayam geprek perlu melakukan regulasi emosi untuk melayani pembeli dengan baik supaya mendapat keuntungan.

1.2 Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini berdasarkan pada penelitian terdahulu dengan karakteristik tema yang relatif sama, namun ada berbedaan subjek, variabel, maupun metode yang digunakan. Penelitian yang peneliti lakukan terkait gambaran regulasi emosi pada penjual ayam geprek.

Penelitian terdahulu oleh Yusuf dan Moordiningsih (2015) dengan judul Regulasi Emosi pada Perempuan Pedagang pasar Klewer. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, objek dalam penelitian ini adalah pedagang perempuan pasar klewer yang berusia minimal 25 tahun. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 12 responden. Hasil penelitian ini adalah perempuan merasakan kelelahan fisik dan fikiran disebabkan bekerja dan mengurus rumah tangga, Pedagang tersebut mengalami emosi yang tidak stabil saat datang bulan, sehingga berdampak pada keluarga dan tempat kerjanya. Untuk mengatur emosi pedagang melakukan beberapa langkah seperti memperkuat

pikiran positif, merenungkan diri, berkomunikasi terbuka dengan suami tentang masalah yang dihadapi, berdoa, beristirahat sejenak dan mencari suasana baru. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu, penelitian ini menggunakan subjek perempuan pedagang pasar Klewer, sedangkan peneliti menggunakan subjek penjual ayam geprek di seputaran Universitas Malikussaleh.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Azizah et al (2023) dengan judul *Dinamika Regulasi Emosi Karyawan yang Mengalami Abusive Supervision*, Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, objek penelitian ini adalah karyawan yang bekerja minimal 6 bulan dan masih bekerja aktif serta mengalami *abusive supervision*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses dinamika regulasi emosi pada karyawan yang mengalami *abusive supervision* terjadi dalam tiga fase utama yaitu karyawan dapat menilai kejadian, kemudian karyawan mendapatkan pengalaman emosi, selanjutnya karyawan dapat merespon perilaku dalam keadaan tertentu. Respon perilaku karyawan tersebut, seperti kemarahan, ketakutan, dan kesedihan, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat gaji, tuntutan kehidupan, dukungan sosial, dan kemampuan untuk mengatur emosi. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian ini mengungkap fase yang terjadi dengan karyawan yang mengalami *abusive supervision* sedangkan peneliti mengungkap tindakan penjual dalam menghadapi masalah, kemudian subjek yang digunakan penelitian ini karyawan yang mengalami *abusive supervision*, sedangkan peneliti menggunakan subjek penjual ayam geprek.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini et al (2015) yang berjudul Strategi Regulasi Emosi dan Perilaku Koping Religius Narapidana Wanita dalam Masa Pembinaan. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, objek dalam penelitian ini adalah wanita narapidana dalam masa pembinaan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah narapidana mampu meregulasi emosi dengan baik dengan menggunakan lima strategi regulasi yaitu mampu mengendalikan diri, optimis, berfikir positif, tidak agresif, sementara ada beberapa narapidana belum mampu regulasi emosi akan sering melamun, pesimis, belum mampu ikhlas dan agresif. Kemampuan meregulasi emosi lebih besar dipengaruhi keyakinan narapidana terhadap tuhan sehingga narapidana yang kurang beribadah jauh lebih mengalami kegelisahan, perasaan sedih dan kurang bersyukur. Adapun perbedaan penelitian ini dengan peneliti lakukan yaitu penelitian ini menggunakan koping religius narapidana untuk mengungkap hubungannya dengan regulasi emosi pada narapidana, sedangkan peneliti ingin mengungkap regulasi emosi sebagai penjual, subjek dalam penelitian ini merupakan wanita narapidana sedangkan peneliti menggunakan subjek penjual ayam geprek.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho dan NRH (2016) yang berjudul Hubungan antara Regulasi Emosi dengan Resolusi Konflik pada Karyawan PT Pertamina *Refinery* Unit IV Cilacap. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan skala psikologi. Objek dalam penelitian ini adalah karyawan PT Pertamina, jumlah responden penelitian ini yaitu 89 karyawan PT Pertamina, hasil penelitian ini ditemukan 95,51% karyawan yang memiliki kepercayaan dalam menyelesaikan masalah. sedangkan kemampuan

regulasi emosi karyawan pada kategori 97,76% ini menunjukkan karyawan PT Pertamina memiliki semangat untuk mengerjakan tugas baru. Adapun perbedaan penelitian ini dengan yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian ini menggunakan teknik *sampling concenience* untuk mengambil responden, sementara peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk memilih subjek penelitian. penelitian ini menggunakan subjek karyawan PT Pertamina, sedangkan peneliti menggunakan subjek penjual ayam geprek di seputaran universitas malikussaleh.

Penelitian yang dilakukan oleh Syahda dan Handoyo (2022) yang berjudul Pengaruh Kepemimpinan Melayani dan Regulasi Emosi terhadap Kesejahteraan Psikologis pada Pekerja yang berdampak Pandemi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepemimpinan melayani dan regulasi emosi terhadap kesejahteraan psikologis karyawan yang terdampak pandemi Covid-19, Hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara regulasi emosi dan kesejahteraan psikologis karyawan yang berdampak pandemi Covid-19, namun tidak terpengaruh secara signifikan antara kepemimpinan melayani dengan kesejahteraan psikologis, regulasi emosi memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kesejahteraan psikologis. Adapun perbedaan penelitian ini dengan yang akan peneliti lakukan yaitu penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data secara online menggunakan *G-form*, sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan panduan wawancara dan dilakukan secara langsung kepada subjek penelitian. Subjek penelitian ini adalah pekerja yang terdampak pandemi, sementara peneliti menggunakan subjek penjual ayam geprek.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana gambaran regulasi emosi pada penjual ayam geprek di seputaran Universitas Malikussaleh ditinjau dari aspek?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui gambaran regulasi emosi pada penjual ayam geprek di seputaran Universitas Malikussaleh ditinjau dari aspek.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- A. Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan menjadi pembanding dengan penelitian-penelitian selanjutnya mengenai gambaran regulasi emosi pada penjual.
- B. Hasil penelitian diharapkan menambah pengetahuan bagi pengembangan teori regulasi emosi serta pengembangan ilmu dibidang psikologi sosial, psikologi perkembangan dan psikologi kewirausahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

A. Bagi Penjual

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan supaya penjual dapat menerapkan regulasi emosi ketika bekerja maupun dalam hubungan sosial dengan orang lain sehingga penjual mampu menyelesaikan masalah serta dapat mengambil keputusan yang bijak.

B. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan menjadi informasi kepada mahasiswa supaya dapat lebih menghormati penjual dan mampu sabar ketika memesan makanan kepada penjual sehingga penjual dan pembeli memiliki hubungan yang saling menguntungkan.