

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi, serta menjadi wadah interaksi sosial budaya dan mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat (Syukria, 2023). Pasar secara garis besar dapat dibagi menjadi dua bentuk, pasar tradisional dan pasar modern. Pasar modern adalah tempat di mana konsumen membeli barang yang mereka inginkan, pada pasar modern tidak ada proses tawar-menawar karena harga sudah ditetapkan (Susanto & Prihatminingtyas, 2016). Sedangkan pasar tradisional adalah tempat di mana pedagang dan pembeli menawar harga untuk berbagai barang yang biasanya diperlukan dalam kehidupan sehari-hari (Tambunan, 2020). Pasar tradisional dan pasar modern memiliki komponen yang berbeda.

Menurut Yudha dkk. (2023) komponen pasar modern meliputi toko kelontong, pusat perbelanjaan, minimarket, *department store*, mal, dan sebagainya, barang yang dijual di pasar modern beragam, termasuk produk lokal dan impor. Sementara itu, Yuni dkk. (2024) menyatakan bahwa komponen pasar tradisional terdiri dari berbagai jenis tempat usaha seperti kios, toko, los, dan warung atau tenda. Pasar tradisional berperan sebagai pusat kegiatan sosial dan ekonomi masyarakat yang di dalamnya terdapat pola hubungan, hubungan ini mendorong terjadinya pertukaran sosial yang erat antara pedagang dan pembeli, sesama pedagang, serta pedagang dan pemasok (Aliyah, 2017).

Mayoritas pedagang di pasar tradisional menyediakan berbagai kebutuhan pokok sehari-hari, seperti bahan pangan misalnya buah-buahan, sayur-sayuran, telur, daging, dan ikan, serta berbagai kue, pakaian, dan barang elektronik (Rahman dkk., 2019). Seperti halnya dengan pedagang ikan, yang menyediakan ikan segar untuk dikonsumsi oleh masyarakat, jumlah dan jenisnya pun bervariasi mulai dari ikan yang sering dikonsumsi hingga ikan yang jarang dikonsumsi (Safrizal, 2022). Menurut Afifah dkk. (2024) mengatakan bahwa tantangan yang dihadapi pedagang ikan yaitu perubahan cuaca yang mempengaruhi jumlah ikan yang tersedia untuk dijual, sehingga berdampak pada pendapatan pedagang.

Secara umum, permasalahan yang dihadapi oleh pedagang ikan adalah tingginya persaingan antar pedagang, yang disebabkan oleh perbedaan modal usaha di mana sebagian pedagang memiliki keterbatasan modal karena kesulitan mendapatkan pinjaman usaha dari bank, hal ini berdampak pada pendapatannya (Ramadhan & Arusni, 2024). Fenomena serupa ditemukan peneliti di Kota Medan di Pasar Tradisional Petisah, di mana daya beli masyarakat menurun. Penurunan ini mengakibatkan berbagai masalah, seperti turunnya pendapatan penjualan, meningkatnya jumlah ikan yang tidak terjual hingga membusuk, serta kesulitan dalam mengelola modal usaha (Pujowati dkk., 2022). Penyebab penurunan daya beli ini antara lain adalah kenaikan harga ikan, inflasi, dan berkurangnya pendapatan masyarakat (Nurkhanifah dkk., 2023).

Penurunan daya beli masyarakat seringkali berkaitan dengan turunnya pendapatan penjualan yang dialami oleh pedagang ikan. Pendapatan yang menurun ini membuat pedagang ikan menghadapi kesulitan dalam mengelola modal mereka,

modal yang berfungsi sebagai alat untuk menjalankan operasional dan mengembangkan bisnis menjadi kurang optimal pemanfaatannya ketika pendapatan menurun (Wardiningsih, 2017). Dengan pendapatan penjualan yang menurun, modal yang seharusnya untuk membeli stok ikan baru menjadi terhambat, hal ini menyebabkan pedagang ikan kekurangan dana untuk membayar gaji karyawan dan menutupi berbagai biaya operasional lainnya, seperti biaya kebersihan, keamanan, air, listrik, dan perawatan meja (Yolanda & Rahayuningsih, 2023). Sehingga, penurunan daya beli masyarakat berdampak luas, mempengaruhi pendapatan pedagang ikan, pengelolaan modal, dan operasional usaha secara keseluruhan.

Selain itu, pedagang ikan sering menghadapi situasi di mana ikan segar yang mereka tawarkan tidak terjual. Ikan yang tidak terjual ini akhirnya akan membusuk, menyebabkan kerugian bagi pedagang, masalah ini diperburuk oleh sifat ikan yang cepat membusuk, sehingga pedagang harus segera menjualnya dalam waktu yang singkat, akibatnya pedagang terpaksa menurunkan harga ikan yang dijual (Losung dkk., 2022).

Lazarus dan Folkman (1984) menyatakan bahwa situasi yang dialami seseorang dapat menimbulkan dampak negatif, baik secara fisiologis maupun psikologis, individu tidak akan membiarkan dampak negatif ini berlangsung terus-menerus dan akan mengambil tindakan untuk mengatasinya yang disebut sebagai strategi *coping*. Lazarus dan Folkman (1984) mengklasifikasikan strategi *coping* menjadi dua bentuk yaitu, *coping* yang berfokus pada masalah dan *coping* yang berfokus pada emosi. Banyak elemen termasuk latar belakang budaya, pengalaman

pemecahan masalah, keadaan lingkungan, kepribadian, konsep diri, dan faktor sosial mempunyai efek yang signifikan pada strategi *coping* dan kapasitas individu dalam memecahkan masalah (Maryam, 2017).

Pedagang ikan di pasar tradisional menerapkan strategi *coping* yang berarah pada pengelolaan masalah dengan mengurangi jumlah ikan yang mereka beli untuk dijual. Tindakan ini dilakukan sebagai upaya untuk mengantisipasi kerugian di masa mendatang. Berikut adalah temuan dari hasil wawancara awal yang dilakukan peneliti dengan pedagang ikan terkait penurunan daya beli :

Subjek I (SP, 48 tahun) mengatakan bahwa :

“biasa masalah yang kami hadapi ini daya beli yang melemah, harga ikan ngga stabil, terus pendapatan juga berkurang, belum lagi biaya distribusi kebersihan, jaga malam, air, listrik, meja, menggaji anggota ini dibayar tiap hari, eee.... belum lagi biaya anak sekolah kebutuhan rumah tangga ngga sebandinglah sama pendapatan yang didapat. Akibat yang bapak rasakan sakit kepala karena kebanyakan mikir, lemas, badan bersakitan, karena bapak ada gula terkadang kadar gulanya naik, stres. kalo harga ikan yang tidak stabil dan melonjak naik sementara daya beli berkurang atau lemah di pasaran, bapak lebih hati-hati dalam belanja ikan yang dijualkan, misalnya bapak bisa menghabiskan 200 kg ikan sekarang berkurang 50% penjualan, maka dari itu untuk mengantisipasinya bapak lebih berhati-hati dalam berbelanja agar tidak mengalami kerugian yang lebih besar. Yang awalnya bapak bisa menghasilkan keuntungan Rp 500.000/ per hari sekarang menurun sebanyak 40% dari penghasilan. berserah diri kepada allah, karena dalam berdagang ada pasang surutnya, terkadang jualan kita habis terkadang tidak”

Subjek II (MK, 50 tahun) mengatakan bahwa :

“selama bapak berdagang masalahnya daya beli yang menurun, berpengaruh sama ekonomi, harga ikan terkadang naik turun, terus belum lagi nanti kalau misalnya berombak ikan gadak sementara nanti langganan minta ikan kakap merah karena berombak gadak kosong ikan pendapatanlah berkurang. Yang bapak rasain itu sering sakit kepala, badan bersakitan,

karenakan harus mikir untuk besok gimana untuk modal, belum lagi pengeluaran yang lain. merokoklah, sambil mikir jalan keluarnya mau gimana, biasanya kalau daya beli berkurang kek gitu ngga banyak ambil ikan kek dihabiskan dulu ikan yang di piber itu, atau kek beli ikan kotak itulah supaya lebih murah, ruginya juga ngga banyak. diam ajalah sambil merokok mikir kek mana untuk besok mau kita buat kekmana lagi namanya juga berdagang”

Subjek III (H, 46 tahun) mengatakan bahwa :

“kurangnya orang belanja, pengaruh sama ekonomi, harga ikan ngga stabil, itu pengaruh besarnya, konsumennya berkurang, daya ekonomi sudah melemah. Dampaknya Sakit kepala, takut juga karena kek barang yang udah dibeli laku apa ngga karena ikan inikan gampang rusak merah aja matanya orang udah susah dijual. barang dikurangilah, biasanya 20 kg jadi 10 kg, dikurangi karena faktor orang belanjakan gadak, jadi kita yaa wanti-wantilah supaya barang itu ngga terlalu banyak dikurangilah, pemasukan berkurang, eee... jadi tunggu sampai stabillah perekonomian kita ini. berserah diri kepada allah, berdoa karena dalam berdagang ada naik turunnya”

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa subjek dapat menemukan strategi *coping* untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi, sehingga mereka dapat terus menjalankan usaha meskipun pendapatan menurun. Namun, pedagang ikan belum mampu menemukan strategi *coping* yang berpusat pada pengelolaan emosi. Hasil wawancara menunjukkan dampak dari penurunan daya beli konsumen mempengaruhi kondisi fisik dan psikis pedagang ikan, dampak fisik yang dirasakan adalah mereka merasakan sakit kepala, badan lemas dan sering sakit, serta peningkatan kadar gula darah bagi pedagang yang memiliki riwayat diabetes. Sementara dampak psikis yang terjadi merupakan cemas, takut, dan stres.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap pedagang ikan saat tidak ada pembeli, terlihat bahwa mereka berkumpul sambil berbincang dengan

temannya, bermain *handphone*, duduk dengan pandangan mata lurus ke depan atau terlihat termenung, dan merokok.

Temuan peneliti menyoroti pentingnya strategi *coping* individu menghadapi dan menoleransi kondisi yang dialami oleh pedagang ikan, termasuk menurunnya daya beli konsumen di pasar tradisional. Hal ini menjadi konteks di mana peneliti menjadi tertarik dan memilih untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Coping Pedagang Ikan Pada Saat Menurunnya Daya beli Konsumen di Pasar Tradisional Kota Medan**”.

1.2 Keaslian Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan Fitria dan Riyadi (2022) yang berjudul “Strategi *Coping* Stres Pada Petani Melon Pasca Gagal Panen di Desa Maguwan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo”. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Maguwan, Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek pada penelitian ini berjumlah tiga orang petani melon, teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa observasi dan wawancara, lalu teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman dimana dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data dalam periode tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gagal panen yang disebabkan oleh cuaca buruk dan kesalahan manusia mengakibatkan gangguan psikologis termasuk stres, kecemasan, kekecewaan, serta trauma di kalangan petani melon di Desa Maguwan. **Mereka menerapkan berbagai strategi *coping*, seperti berbagi cerita, bertukar**

pendapat, menangis, dan berdoa untuk mengatasi kondisi psikologis mereka. Penerapan strategi *coping* ini membantu petani dalam mengatasi stres dan menemukan solusi untuk masalah yang dihadapi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada tempat penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Pada penelitian yang dilakukan Rahman dkk. (2019) yang berjudul “Perbedaan Strategi *Coping Stress* Pada Pedagang Laki-Laki Dan Perempuan di Pasar Penampungan”. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Penampungan Padang Panjang dengan menggunakan metode kuantitatif dan desain penelitian deskriptif komparatif. Subjek penelitian ini berjumlah 30 yang terdiri dari 15 pedagang laki-laki dan 15 pedagang perempuan, teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan wawancara kemudian di analisis melalui uji *two way anova*. Hasil penelitian ditemukan bahwa 60% pedagang laki-laki menggunakan *problem focused coping*, sedangkan hanya 7% pedagang perempuan yang menggunakannya. Sebaliknya, 40% pedagang laki-laki menggunakan *emotion focused coping*, sementara hampir semua pedagang perempuan (97%) mengandalkan *emotion focused coping*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada tempat penelitian, metode penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Pada penelitian yang dilakukan Jariyah dkk. (2021) yang berjudul “Strategi Pedagang dalam Menjual Ikan Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Senin Desa Catur Rahayu Kecamatan Dendang”. Penelitian ini dilakukan di Pasar Senin desa Catur Rahayu Kecamatan Dendang, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, dengan

menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek pada penelitian ini penjual ikan lokal, teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, teknik analisis data dilakukan dengan cara pencairan data, kemudian melakukan reduksi data dengan membuat rangkuman, dan diperoleh kesimpulan hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan para pedagang ikan di Pasar Senin menggunakan berbagai strategi, seperti membuang sisik dan isi perut ikan agar memastikan makanan lautnya segar dan menjaga kebersihan tempat berjualan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada tempat penelitian dan teknik analisis data.

Pada penelitian yang dilakukan Padanga dkk. (2022) yang berjudul “*Coping Strategy Pedagang Sayur Keliling Kota Salatiga Dalam Masa Pendemi Covid-19*”. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Salatiga dengan menggunakan metode Kualitatif dan desain studi kasus. Subjek pada penelitian ini berjumlah lima orang pedagang sayur keliling, teknik pengumpulannya melalui wawancara, teknik analisis dilakukan dengan cara menyusun panduan wawancara, mencari narasumber untuk memperoleh informasi, mengumpulkan data melalui hasil wawancara dan membuat verbatim, lalu dilakukan *coding* data, setelah itu penyajian dalam bentuk narasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para subjek menggunakan berbagai strategi, seperti strategi aktif yang melibatkan optimalisasi jam kerja, strategi pasif yang menargetkan pengurangan biaya, dan strategi jaringan yang melibatkan pengembangan koneksi formal dan informal dengan lingkungan sosial dan kelembagaan. Selain itu, pedagang sayur mencari *rute* terbuka, serta beberapa pedagang telah mengikuti tren dengan memanfaatkan aplikasi *WhatsApp*

sebagai media promosi dan pemesanan *online*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada tempat penelitian, desain penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Permatasari dkk. (2023) yang berjudul “Identifikasi Strategi Koping Kuli Panggul Perempuan Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Legi Kota Surakarta)”. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Legi kota Surakarta, dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan etnografi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil observasi menunjukkan bahwa beban yang diangkat oleh kuli panggul perempuan bisa mencapai 80 kilogram atau lebih, dengan bentuk dan berat yang bervariasi. Kondisi ini membuat kuli panggul perempuan berjalan pelan dan membungkuk saat memikul beban di punggung. Bahkan ketika menggunakan troli, proses memindahkan barang ke troli tetap memerlukan kekuatan fisik yang signifikan. Beberapa strategi *coping* yang umum dilakukan oleh kuli panggul perempuan di pasar tradisional, meliputi membentuk jaringan sosial, menggunakan humor, meningkatkan kemampuan diri, berdoa, memanfaatkan pengalaman masa lalu, dan mencari dukungan keluarga. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek penelitian, tempat penelitian, pendekatan atau desain penelitian, dan metode penelitian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk strategi *coping*

pedagang ikan pada saat menurunnya daya beli konsumen di Pasar Tradisional Kota Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun sasaran yang dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui bentuk strategi *coping* pedagang ikan pada saat menurunnya daya beli konsumen di Pasar Tradisional Kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari temuan penelitian ini peneliti berharap agar kajian ini bisa menjadi acuan atau masukan yang berguna diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian berfungsi sebagai tambahan referensi, wawasan, ilmu pengetahuan, serta memperkaya informasi dalam bidang keilmuan psikologi khususnya psikologi sosial, psikologi konsumen, dan psikologi kewirausahaan yang berkaitan dengan strategi *coping* pedagang ikan pada saat menurunnya daya beli.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pedagang

Hasil penelitian ini memberikan informasi dalam bentuk poster yang disebar kepada pedagang ikan mengenai pentingnya strategi *coping* pada saat menurunnya daya beli konsumen, dan diharapkan pedagang dapat mengaplikasikan strategi *coping* pada saat situasi tersebut.

b. Bagi Distributor

Hasil penelitian ini memberikan informasi mengenai kondisi pedagang ikan pada saat menurunnya daya beli konsumen, turunnya pendapatan penjualan, dan meningkatnya jumlah ikan yang tidak terjual hingga membusuk, dalam bentuk poster yang disebar kepada distributor, untuk itu diharapkan distributor dapat memahami keadaan pasar dan membantu pedagang dengan cara menjual ikan dengan harga yang terjangkau, agar pedagang ikan tidak merasakan kerugian yang besar dan menjual dagangannya sesuai dengan harga di pasaran.

c. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini membantu konsumen memahami kesulitan yang dialami pedagang ikan pada saat daya beli konsumen menurun, seperti berkurangnya pendapatan dan ikan yang tidak laku terjual. Informasi disampaikan pedagang secara langsung ketika pedagang dihadapkan dengan konsumen yang menawar terlalu rendah. Dengan mengetahui hal ini, konsumen diharapkan bisa lebih menghargai usaha pedagang dalam menjaga kualitas ikan dan harga jual.

