

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional merupakan pasar yang masih terdapat transaksi jual beli dengan menerapkan tawar menawar dan uang tunai menjadi satu-satunya alat pembayaran. Selain itu, pasar tradisional juga menjadi salah satu tempat transaksi tawar menawar secara langsung dan bangunan masih terlihat sederhana. Gambaran pasar tradisional adalah tampak para pembeli yang sibuk melakukan tawar menawar. Menurut Nurhalimah *et al.* (2021) pasar tradisional memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat terutama bagi kelompok menengah ke bawah. Pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai tempat transaksi jual beli, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial dan budaya masyarakat setempat.

Dalam Pasar tradisional terdapat banyak interaksi yang tidak bisa ditemukan dipasar modern, dimana para pedagang dimana para pedagang pasar tradisional tidak membeli suatu barang yang akan mereka diajakan ditokonya dalam jumlah yang besar dari agen, hal ini disebabkan karena keterbatasan modal yang mereka miliki tidak mencukupi untuk membeli barang-barang dalam jumlah yang besar. Kemudian juga mereka tidak memiliki fasilitas yang lengkap untuk menyimpan barang dagangan yang terlalu banyak karna pedagang tidak memiliki lemari pendingin untuk menyegarkan barang dagangannya layaknya seperti di pasar modern. Menurut Sari *et al.* (2020) keunikan pasar tradisional terletak pada interaksi sosial yang terjalin antara pedagang dan pembeli. Meskipun memiliki

keterbatasan modal dan fasilitas, pedagang tradisional mampu mempertahankan eksistensinya melalui strategi penjualan yang adaptif dan pendekatan personal kepada pelanggan.

Demikian pula dalam masalah pembelian barang oleh pasar modern dimana barang selalu dibeli dalam jumlah yang besar, disamping mereka yang memiliki modal yang besar juga tentunya memiliki perencanaan yang sudah disusun terlebih dahulu dari sebelum pasar dibangun, dengan kata lain telah terorganisir sedemikian rupa dan diolah dengan orang yang memiliki ilmu sedikit lebih tinggi dibidangnya sehingga mudah dalam melakukan segala sesuatunya. Menurut Utami dan Sitorus (2021) praktik pembelian barang dalam jumlah besar oleh pasar modern tidak hanya didasarkan pada ketersediaan modal yang besar, tetapi juga didukung oleh sistem manajemen rantai pasok yang canggih, di mana hal ini memungkinkan pasar modern untuk mengoptimalkan persediaan, meminimalkan biaya, dan meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan.

Hal tersebut tentunya berbeda dengan pasar tradisional, dimana pedagangnya tidak memiliki susunan perencanaan yang benar-benar matang karena tentunya didorong oleh faktor pendidikan yang menyebabkan mereka berada pada titik yang standar. Menurut Sulistyono dan Cahyono (2021) pedagang pasar tradisional umumnya memiliki keterbatasan dalam perencanaan bisnis yang komprehensif, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti tingkat pendidikan yang relatif rendah, keterbatasan akses terhadap informasi pasar dan teknologi terkini, serta kurangnya pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan usaha.

Keunggulan dari pada pasar tradisional ini tentunya di mana para pedagang dan pembeli dapat bertemu dan melakukan transaksi jual beli secara tatap muka

atau secara langsung. Selain itu, tawar menawar harga juga tentunya menjadi lumrah terjadi karena harga yang ditawarkan tergolong harga yang belum tetap dan harga masih belum pasti, sehingga tawar menawar menjadi proses yang biasa dilakukan oleh hampir setiap pembeli. Menurut Muftiadi dan Maulina (2021) keunggulan pasar tradisional juga terletak pada aspek sosial-budaya yang melekat di dalamnya. Pasar tradisional bukan hanya tempat bertransaksi, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial yang mempererat hubungan antar masyarakat. selain itu, Prasetyo *et al.* (2020) juga mengemukakan bahwa pasar tradisional memiliki peran penting dalam menjaga kestabilan ekonomi lokal, terutama bagi pedagang kecil dan menengah.

Di era digital ini, pasar tradisional juga menghadapi tantang. Menurut Nugroho dan Susilawati (2022), persaingan dengan pasar modern dan *e-commerce* menjadi salah satu isu utama yang perlu diatasi. Oleh karena itu, Widodo (2023) menyarankan adanya inovasi dalam pengelolaan pasar tradisional seperti peningkatan kebersihan, keamanan, dan bahkan integrasi teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Meski menghadapi berbagai tantangan, keunikan dan nilai-nilai tradisional yang ada di pasar tradisional tetap menjadi daya tarik utama. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Kusuma dan Ayuningtyas (2020), pasar tradisional memiliki peran penting dalam melestarikan budaya lokal dan menjaga keberagaman kuliner daerah.

Gambaran pasar tradisional juga telah disebutkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan. Republik Indonesia No. 70/ M-DA.PER.12/2013 bahwa pasar tradisional dapat berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi serta usaha

mikro, kecil, dan menengah dengan proses tawar menawar dalam transaksi jual beli. Adapun gambaran terkait pasar ikan dapat terlihat pada gambar di bawah ini:

**Gambar 1.1 Pasar Ikan Panton Labu**



*Dokumentasi Penulis (2022)*

Dari gambar tersebut terlihat pasar ikan tradisional di daerah Panton Labu ini dalam transaksi jual belinya merupakan hubungan jual beli tatap muka sehingga memungkinkan untuk memiliki hubungan yang lebih dekat. Penjual di pasar ikan tradisional berjualan secara terbuka. Penjual yang tidak memiliki kios atau toko dinamakan dengan pedagang kecil. Menurut Nugroho (2022) pasar ikan tradisional masih menjadi pilihan utama bagi sebagian besar masyarakat Indonesia terutama di daerah pesisir, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti harga yang lebih terjangkau, kesegaran produk yang lebih terjamin, kemampuan untuk menawar harga, serta hubungan personal antara penjual dan pembeli yang secara budaya sudah terjalin dengan baik.

Selain itu, dalam melakukan transaksi jual beli di pasar ikan tradisional

Panton Labu ini, tentunya bahasa Aceh menjadi bahasa utama yang paling sering digunakan oleh para pedagang untuk berkomunikasi dengan para pembeli. Penggunaan bahasa Indonesia sendiri tetap ada digunakan namun tidak sebanyak penggunaan bahasa Aceh dalam keseharian para pedagang, selain dipengaruhi oleh faktor wilayah juga tentunya karena pasar tersebut juga merupakan pasar ikan tradisional, sehingga sebagian pembeli menganggap dengan penggunaan bahasa Aceh tentunya dapat lebih memudahkan para pedagang dalam melakukan transaksi.

Penulis mengambil penelitian di pasar tradisional ini adalah karena dari hasil observasi sementara penulis melihat ada sebuah keunikan dalam gaya komunikasi para pedagang ikan di pasar ikan tradisional Panton Labu ini. Hal tersebut juga dibarengi dengan ketertarikan penulis untuk menjelajahi suasana pasar sehingga cenderung melihat bahwa penggunaan bahasa Aceh seolah seperti disepakati, padahal memang yang melatarbelakanginya adalah tak lain budaya adat sekitar. Kenyataannya memang tidak ada perbedaan mendasar bahasa Aceh yang digunakan di pasar ikan tradisional Panton Labu ini dengan pasar lainnya yang ada di beberapa kabupaten/kota di Aceh.

Proses perdagangan tersebut tentunya sangat berhubungan dengan pasar, baik itu pasar tradisional maupun pasar modern, seperti minimarket, supermarket dan lain-lain. Berbicara pasar tentunya masyarakat akan berpikir tentang konsep pasar tradisional yang masih sangat lekat dengan kehidupan masyarakat Indonesia saat ini, khususnya pasar yang di desa Panton Labu dan sekitarnya. Pasar tradisional tentunya tidak lepas dari permasalahan sampah, kotor, becek, dan sebagainya. Namun pada kenyataannya konsep pasar

tradisional tersebut masih sangat erat dengan kehidupan masyarakat Aceh.

Seiring perkembangan zaman dengan kecanggihan teknologi saat ini, keberadaan pasar tradisional tentunya sudah mulai terancam dengan adanya pasar modern. Ditambah lagi permasalahan bahwa keberadaan pasar tradisional yang kurang nyaman untuk melakukan transaksi jual beli, dikarenakan kebanyakan tempat pasar tradisional terlihat kotor dan semberawut, kemudian juga seringkali kualitas barang serta perhitungan harga yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pembeli, menjadi beberapa indikator berkurangnya minat pembeli untuk datang melakukan transaksi di pasar tradisional tersebut.

Hal tersebut tentunya memberikan dampak kurang nyaman bagi masyarakat pembeli, serta masyarakat pada umumnya. Dengan adanya permasalahan tersebut, prospek berjualan berkaitan dengan pendapatan para pedagang tradisional di pasar Pantan Labu, pastinya akan berkurang, berdasarkan permasalahan tersebut.

Berdasarkan beberapa identifikasi permasalahan komunikasi yang ada pada pedagang tradisional Pantan Labu tersebut, maka peneliti mencoba untuk menelusuri bagaimana gaya komunikasi yang dilakukan oleh pedagang ikan di pasar tradisional tersebut dalam menjual barang dagangan mereka agar tetap laku dan dapat juga menambah pendapatan pedagang tradisional itu sendiri. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Gaya Komunikasi Pedagang Ikan di Pasar Pantan labu Dalam Menarik Minat Pembeli”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka fokus dalam penelitian ini

adalah sebagai berikut:

1. Gaya komunikasi pedagang ikan dalam menarik minat pembeli di pasar tradisional Pantan Labu yang ditinjau dari aspek gaya komunikasi verbal dan gaya komunikasi *non-verbal*.
2. Hambatan pedagang ikan di pasar tradisional Pantan Labu dalam berkomunikasi untuk menarik minat para pembeli.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan judul di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gaya komunikasi pedagang ikan dalam menarik minat pembeli di pasar tradisional Pantan Labu?
2. Apa saja hambatan pedagang ikan di pasar tradisional Pantan Labu dalam berkomunikasi untuk menarik para pembeli?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang, fokus penelitian, dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan gaya komunikasi pedagang ikan dalam menarik minat pembeli di pasar Pantan Labu.
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan hambatan komunikasi pedagang ikan dengan pembeli di pasar Pantan Labu.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini terdapat dua bagian yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, antara lain:

1. Manfaat teoritis
  - a. Menambah teori dan pengetahuan tentang analisis pola komunikasi yang digunakan dalam sebuah transaksi jual beli di pasar tradisional Pantan Labu, Aceh Utara.
  - b. Dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa Universitas Malikussaleh secara umum dan secara khusus dalam penulisan karya tulis ilmiah atau sejenisnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam memperkaya kajian ilmu komunikasi dalam penggunaan gaya komunikasi di pasar tradisional.
  - b. Dapat memberikan informasi kepada seluruh mahasiswa juga masyarakat luas dan pedagang pasar tradisional dalam pemilihan dan penggunaan gaya komunikasi yang baik dalam melakukan transaksi jual beli.