

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perdagangan adalah usaha melakukan penjualan kembali barang-barang baru maupun bekas tanpa mengalami perubahan teknis (Statistik Kota Surabaya, 2007). Dalam Kamus Bahasa Indonesia perdagangan adalah (perihal mengenai perniagaan). Pedagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk mendapat untung dan proses perdagangan dapat dilakukan di pasar. Menurut Julius (dalam Syarifuddin, 2018) pasar adalah sebuah sistem yang dibangun oleh beberapa sub sistem pasar adalah sebuah institusi yang terdiri dari beberapa sub institusi. Pasar adalah sebuah tempat yang digunakan untuk melakukan hubungan sosial baik antara pedagang dengan pedagang, pedagang dengan pembeli, maupun antara pembeli dengan pembeli pasar merupakan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk kebutuhan pengunjungnya dengan imbalan uang.

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya, sebagai bagian dari kegiatan ekonomi (Syarifuddin, 2018). Berdasarkan penjelasan di atas dapat disampaikan bahwa pasar merupakan sebuah tempat untuk berkumpulnya orang-orang dalam hubungan sosial melalui bentuk penjualan dan pembelian barang, jasa dan tenaga kerja dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat

penggunanya, dengan jaminan masyarakat akan mendapatkan keamanan, kenyamanan, dan kepuasan. Pasar terbagi atas dua macam yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar Tradisional menurut Bagoes P. Winyomartono (dalam Syarifuddin, 2018) pasar tradisional adalah kejadian yang berkembang secara periodik, dimana yang menjadi sentral adalah interaksi sosial dan ekonomi dalam satu peristiwa. Pasar berasal dari kata peken yang berarti kumpul. Fungsi pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi, saat terjadi jual beli dan fungsi sosial pasar terjadi saat tawar menawar.

Menurut Economic Australian Shop Market Article (dalam Syarifuddin, 2018) pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli, untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya, sebagai bagian dari kegiatan ekonomi. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Berdasarkan pengertian tentang pasar tradisional di atas serta mengacu pada tema penelitian ini, maka dapat disampaikan bahwa pasar tradisional adalah tempat berkumpulnya penjual dan pembeli dalam kegiatan yang bernilai ekonomis melalui aktivitas jual beli barang dan jasa dan bernilai sosial adanya hubungan sosial dalam bentuk tawar menawar barang, dengan transaksi dilaksanakan secara alami dan para penjual berperan

melaksanakan penawaran, penjualan, dan transaksi keuangan. Selain adanya pasar tradisional pada saat ini ada juga yang dinamakan pasar modern.

Pasar modern adalah menurut Sinaga (dalam Sabatiny dan Martini, 2018) Pasar modern sebenarnya tidak berbeda jauh dari pasar tradisional, namun di pasar jenis ini antara penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli hanya melihat label harga yang tercantum dalam barang, dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual selain bahan makanan, seperti buah, sayuran, daging; sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Pasar modern adalah pasar yang pengelolaannya dikelola secara modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Contoh dari pasar modern adalah pasar swalayan, hypermarket, supermarket, minimarket, mall, departement store, shopping centre, wara-laba, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Sedangkan dipasar terdapat pedagang yang sedang melakukan aktivitas jual beli, baik di pasar modern maupun pasar tradisional. Menurut Christine (dalam Nanda dan Fikriyah, 2020) pedagang adalah seorang atau badan yang melakukan transaksi jual beli barang atau jasa disuatu pasar. Aktivitas berdagang pada umumnya adalah aktivitas pembelian barang untuk dijual lagi. Adapun pedagang dikelompokkan jadi tiga, yaitu : pedagang besar/distributor/agen tunggal, pedegang menengah, pedagang eceran. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu reaksi atau tanggapan dari seorang pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada disekitar. Perilaku

pedagogis juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap pelaku bisnis, untuk menerapkan reaksi dari keadaan yang terjadi sekarang.

Menurut Evans dan Greenway (dalam Hardjo dkk, 2020) *Psychological well being* merupakan unsur penting yang perlu ditumbuhkan pada individu agar dapat menguatkan keterikatan secara penuh dalam menghadapi tanggung jawab dan mencapai potensinya. Riff 2007 (dalam Heintzelman, S. J. 2018) mengemukakan bahwa individu dengan *psychological well being* rendah akan memiliki tingkat penerimaan diri yang kurang baik, sering muncul perasaan tidak puas terhadap diri sendiri, merasa kecewa dengan pengalaman masa lalu, dan mempunyai pengharapan untuk tidak menjadi dirinya saat ini, selanjutnya muncul perilaku minimnya hubungan dengan orang lain, sulit untuk bersikap hangat dan enggan untuk mempunyai ikatan dengan orang lain, saat ini tidak memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam hidup, serta tidak memiliki keyakinan yang dapat membuat hidupnya saat ini menjadi lebih berarti.

Konsep *psychological well being* telah dimulai sejak tahun 2006 pada International School Psychology Association (ISPA), dengan membentuk kerangka konseptual untuk mempromosikan *psychological well being* secara global dimulai dengan pertemuan psikolog sekolah/pendidikan pada 12 negara (Brazil, Estonia, Greece, India (Mumbai), Italy (Padua), Mexico (Xalapa), Romania (Bucharest), Russia (Samara), Slovakia (Kocise), Sri Lanka (Negombo), Tanzania (Arusha), Boston, Massachusetts (Asian American) yang disebut dengan Promoting Psychological Well-Being Globally (PPWBG) project (Nastasi and P. Borja, 2017), dimana salah satu program ini adalah memandang penting kesejahteraan psikologis

anak/remaja untuk meningkatkan potensi yang dimiliki individu secara bervariasi dalam budaya dan bahasa pada pandangan dunia yang lebih luas.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan para pedagang yang berada dipasar tradisional Padang Panjang kepada 5 orang pedagang berdasarkan aspek-aspek yang terdapat dalam *psychological well being* masih banyak yang merasa kurangnya penerimaan diri terhadap diri sendiri yang dikarenakan pada saat ini pasar tradisional mengalami sepi pelanggan, memiliki hubungan yang tidak baik dengan sesama pedagang karena adanya rasa kecemburuan yang terjadi antara sesama pedagang, kurang mampunya mereka mengatur lingkungan pasar yang masih tergolong kumuh, dan tidak adanya kemampuan dari diri pedagang untuk melalui tahapan persaingan yang sedang terjadi dikarenakan adanya pasar modern. Hal itu disebabkan karena banyak nya konsumen yang memilih berbelanja ke pasar modern daripada ke pasar tradisional dan menyebabkan pasar tradisional menjadi sepi, sedangkan wawancara berdasarkan aspek-aspek kebersyukuran dengan orang yang pedagang tersebut dengan tulus mengungkapkan bahwa kebersyukuran adalah kunci kesuksesan dalam bisnisnya. Dia menyatakan bahwa intensitas kebersyukuran sangat tinggi dalam hidupnya. Setiap pagi, sebelum membuka toko, dia meluangkan waktu beberapa menit untuk merenung dan berterima kasih atas segala berkah yang diterimanya. Ini membantunya memulai hari dengan semangat positif dan motivasi yang tinggi untuk berdagang.

Dalam hal frekuensi, pedagang tersebut mengungkapkan bahwa dia berusaha untuk merasakan rasa syukur setiap hari. Dia percaya bahwa setiap penjualan, besar atau kecil, adalah sesuatu yang patut disyukuri. Selain itu, dia selalu berbicara tentang kebersyukuran dengan karyawan dan pelanggan di tokonya, menciptakan atmosfer yang penuh dengan energi positif dan rasa terima kasih. Pedagang ini juga berbicara tentang kepadatan kebersyukuran dalam hubungannya dengan pelanggan. Dia berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggan dan selalu bersyukur atas kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan. Dia merasa bahwa hubungan yang baik dengan pelanggan adalah hasil dari kebersyukuran yang dia tampilkan dalam interaksi sehari-hari. Secara keseluruhan, wawancara ini menggambarkan bagaimana seorang pedagang mengintegrasikan kebersyukuran ke dalam bisnisnya melalui intensitas, frekuensi, dan kepadatan yang tinggi. Dia meyakini bahwa sikap ini telah membantu menjaga keberhasilan bisnisnya selama bertahun-tahun.

Seperti yang sudah dijelaskan, faktor yang mempengaruhi *psychological well being* dengan kebersyukuran menurut Wood, Joseph, dan Maltby (dalam Wicaksono dan Susilawati, 2018) menyatakan salah satu faktor yang mempengaruhi *psychological well being* seseorang adalah rasa syukur. Kamus Bahasa Inggris Oxford (dalam Wicaksono dan Susilawati, 2018) mendefinisikan rasa syukur sebagai “kualitas atau kondisi berterima kasih; apresiasi pada sebuah keinginan untuk berbuat kebaikan”. Carman dan Streng (dalam Wicaksono DAN

Susilawati, 2018) menyatakan bahwa rasa syukur tidak hanya anugerah tertinggi manusia dalam ajaran agama Yahudi, Kristen, Muslim, Buddha, dan Hindu tetapi

juga dianggap sebagai kualitas yang tiada tara dalam tradisi mereka, yang bernilai fundamental untuk hidup yang lebih baik. Emmons dan McCullough (dalam Wicaksono Dan Susilawati, 2018) menemukan bahwa orang-orang yang bersyukur tidak hanya menunjukkan keadaan mental yang lebih positif seperti antusias, tekun, dan penuh perhatian tetapi juga lebih murah hati, peduli, dan membantu orang lain.

Menurut McCullough, Emmons, dan Tsang (dalam Wicaksono dan Susilawati, 2018) syukur mempengaruhi afeksi, mood, dan emosi. Rasa syukur sebagai sifat yang lebih mengarah kepada afeksi ini disebut sebagai disposisi dari rasa syukur. Disposisi rasa syukur didefinisikan sebagai kecenderungan umum orang untuk mengenali dan menanggapi emosi berterima kasih atas kebaikan orang lain. Istilah yang digunakan untuk menyebut dimensi diganti oleh istilah yang disebut faset karena elemen-elemen disposisi rasa syukur berdiri sebagai sebuah kesatuan dan muncul secara bersama-sama. Faset dari disposisi rasa syukur antara lain: intensity yaitu kekuatan seseorang untuk merasakan perasaan rasa syukur, frequency yaitu kemampuan seseorang untuk merasa bersyukur setiap hari dan dapat muncul walau hanya dari kebaikan orang lain yang sifatnya sederhana, span yaitu kemampuan seseorang untuk bersyukur terhadap berbagai hal dan aspek dalam hidupnya, dan density yaitu mengacu

kepada jumlah orang yang individu syukuri atas suatu manfaat positif yang individu dapatkan.

Berdasarkan fenomena diatas yang menunjukkan adanya keterkaitan *Psychological Well being* dengan kebersyukuran. Hal tersebut serupa yang telah dilakukan terkait dengan *Psychological Well Being* dengan kebersyukuran diantaranya penelitian oleh Intan Kasih (2019) yang berjudul “Hubungan Antara Rasa Syukur Dengan *Psychological Well Being* Pada Pedagang Pasar Tradisional (Pasar Baru Arengka) Di Pekanbaru Riau” yang hasilnya tinggi rendahnya syukur pedagang pasar tradisional akan berhubungan dengan tinggi rendahnya *psychological well being*. Penelitian lain yang memiliki perbedaan terletak pada subjek dan tempat penelitian yang dilakukan oleh M. Lutfi Hadi Wicaksono dan Luh Kadek Pande Ary Susilawati (2018) yang berjudul “Hubungan Rasa Syukur Dan Perilaku Prososial Terhadap *Psychological Well-Being* Pada Remaja Akhir Anggota Islamic Medical Activicts Fakultas Kedokteran Universtas Udayana” yang hasilnya subjek penelitian melalui analisis regresi berganda menghasilkan variabel rasa syukur dan perilaku prososial mampu memprediksi *psychological well being*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Suryani Hardjo, Siti Aisyah & Sri Intan Mayasari (2020) yang berjudul “Bagaimana *Psychological well being* Pada Remaja? yang hasil penelitian menunjukkan hubungan yang signifikan antara makna dalamhidup dan dimensi *Psychological well being*. Kesimpulan bahwa makna hidup adalah penting untuk *psychological well being* individu.

Adapun perbedaan peneliti dengan penelitian sebelumnya yakni terletak pada subjek, tempat dan salah satu variabel yang akan dilakukan. Pembahasan mengenai *psychological well being* dengan kebersyukuran khususnya pada pedagang yang ada di pasar tradisional merupakan pembahasan yang penting, namun literatur dalam negeri mengenai kedua variabel tersebut masih minim hingga saat ini. Sehingga, beranjak dari fenomena yang telah dipaparkan diatas dan informasi awal yang didapatkan melalui wawancara, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Hubungan Antara Kebersyukuran Dengan *Psychological Well Being* Pada Pedagang Pasar Pusat Tradisional Kota Padang Panjang”

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Apakah Terdapat Hubungan Antara Kebersyukuran Dengan *Psychological Well Being* Pada Pedagang Pasar Pusat Tradisional Kota Padang Panjang?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah ununtuk mengetahui Hubungan Antara Kebersyukuran Dengan *Psychological Well Being* Pada Pedagang Pasar Pusat Tradisional Kota Padang Panjang.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis dengan uraian sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya konsep atau teori dalam pengembangan ilmu psikologi.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Pedagang memahami pentingnya tentang rasa syukur terhadap apapun yang sedang terjadi di lingkungan pasar tradisional ataupun pasar modern.
- b. Bagi pasar yang tertuju pada pengurus pasar agar lebih meningkatkan kualitas dan fasilitas pada pasar tradisional untuk kemajuan kedepannya.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini mampu digunakan sebagai tambahan acuan dasar dan sumber ilmu yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.