BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Desa Gondosari Gebog Kudus

Kabupaten Kudus merupakan salah satu kota yang ada di Propinsi Jawa Tengah yang berada pada bagian Utara dari Pulau Jawa. Di Kabupaten Kudus terdapat salah satu Kecamatan Gebog, di mana di Kecamatan Gebog terdapat Desa Gondosari yang tempatnya dekat dengan pasar tradisional dan ritel modern.

Desa Gondosari merupakan desa satu dari 18 desa di Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus yang mempunyai jarak 10 km dari ibu kota kabupaten, secara geografis Desa Gondosari berbatasan langsung dengan:

a. Sebelah utara : Desa Menawan

b. Sebelah timur : Desa Jurang

c. Sebelah Selatan : Desa Besito

d. Sebelah barat : Desa Kedungsari¹

Secara geografis Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus terdiri atas dataran rendah, Desa Gondosari terdiri dari 6 dusun, 6 RW, dan 22 RT dengan perangkat desa yang terdiri dari seorang kepala desa (Kades), satu orang sekertaris (Sekdes), 4 orang kepala urusan (Kaur)dan 2 orang kepal dusun (Kadus). Desa Gondosari mempunyai jumlah penduduk 4.966 orang yang terdiri dari 2.456 orang laki- laki dan 2.510 orang perempuan, dengan jumlah rumah tangga miskin berjumlah 270 RTM. Desa Gondosari mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

Visi

"Terwujudnya masyarakat Desa Gondosari yang guyub, rukun dan semakin sejahtera".

¹Dokumentasi Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, dikutip pada tanggal 10 Januari 2016.

Misi

- a. Meningkatkan kuailtas dan pemerataan pembangunan infrastruktur bagi masyarakat Desa Gondosari
- b. Meningkatan pelayaanan masyarakat dengan mudah dan sepenuh hati
- c. Mewujudkan stabilitas keamanan, ketentraman dan kenyamanan masyarakat
- d. Mewujudkan pemerintahaan yang lebih transparan dan terbuka demi terciptanya masyarakat yang lebih sejahtera dan hidup rukun.²

2. Profil Ritel modern dan Pasar Tradisional desa Gondosari Gebog Kudus

Di Kecamatan Gebog terdapat pasar tradisional atau pasar tradisional yaitu namanya Pasar Pabrik Sukun yang beralamatkan di Jalan Gondosari Kudus dekat Pabrik Sukun Kabupaten Kudus. Pasar pabrik Sukun merupakan pasar tradisional yang menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok pembeli misalnya sayur mayor, buah-buahan, aneka ikan, bahan pangan pokok dan lainnya. Pasar tradisional dikelola secara sederhana dengan bentuk fisiknya tradisional yang menerapkan sistem transaksi tawar menawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik di desa, kecamatan dan lainnya.

Harga di Pasar Pabrik Sukun memiliki sifat yang tidak pasti, oleh karena itu bisa dilakukan tawar menawar. Bila dilihat dari tingkat kenyamanan, pasar tradisional selama ini umumnya kumuh dengan lokasi yang tidak tertata rapi. Pembeli di Pasar Pabrik Sukun (biasanya kaum ibu) mempunyai periklaku yang senang bertransaksi dengan berkomunikasi/berdialog dalam hal penetapan harga, mencari kualitas barang, memesan barang yang dia inginkan, dan perkembangan harga

²Dokumentasi Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, dikutip pada tanggal 10 Januari 2016.

barang-barang lainnya. barang yanng dijual di pasar tradisional umumnya barang-barang lokal dan ditinjau dari segi kualitas dan kuantitas, barang yang dijual di Pasar Pabrik Sukun dapat terjadi tanpa melalui penyortiran yang ketat (hanya dipisahkan barang yang baik dan kurang baik).

Dari segi kuantitas, jumlah barang yang disediakan tidak terlalu banyak sehingga apabila ada barang yang dicari tidak ditemukan disatu kios tertentu, maka dapat mencari barang tersebut ke kios yang lain. Rantai distribusi pada pasar tradisional terdiri dari produses, distributor, sub distributor pengecer, konsumen. Kendala yang dihadapi Pasar Pabrik Sukun antara lain sistem pembayaran ke distributor atau sub distributor dilakukan dengan tunai, penjual tidak dapat melakukan promosi (statis) atau memberikan *discount* komoditas.

Selain itu, juga terdapat ritel modern yaitu Indomaret Tugu Gebog Kudus yang letaknya di sepanjang jalan Gondosari Kudus tepatnya di sebelah Selatan pasar tradisional.

Indomaret Tugu Gebog Kudus merupakan pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat dikawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakt kelas menengah ke atas). Barang yang dijual Indomaret Tugu Gebog Kudus memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, ritel modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi atau ditolak. Secara kuantitas, pasarmodern umumnya mempunyai persediaan barang yang terukur. Dari segi harga, Indomaret Tugu Gebog Kudus memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak). Indomaret Tugu Gebog Kudus juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendinginan udara yang sejuk (AC), suasana nyaman dan bersih.

B. Data Penelitian

1. Data Peran Faktor Psikografis Konsumen dalam Melakukan Keputusan Pembelian pada Pasar Tradisional di Desa Gebog Kudus

Peran faktor psikografis konsumen khususnya usia dewasa yang berasal dari kalangan menengah kebawah dalam melakukan keputusan pembelian pada pasar tradisional di Desa Gebog Kudus meliputi tiga aspek yaitu kegiatan (activities) pembelian di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus karena lokasinya yang mudah dijangkau tanpa mengelurkan biaya yang banyak, produknya cukup memenuhi kebutuhan keluarga, harga produk yang ada di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus mudah dijangkau serta pelayanannya ramah tamah, aspek kedua adalah minat (interest) untuk melakukan pembelian ulang di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus, dan pendapat (opinion) bahwa pasar pabrik Sukun Gebog Kudus mampu memenuhi kebutuhan konsumen walaupun secara fisik masih perlu kebersihan dijaga dengan baik dalam pengelolaan pasar pabrik Sukun Gebog Kudus.

Untuk penjelasan lebih mendalam, maka peran faktor psikografis dalam penelitian ini akan dijabarkan dengan tiga aspek utama yaitu :

a. Kegiatan (activities)

Kegiatan (*activities*) yang dilakukan responden dalam penelitian ini adalah kegiatan pembelian di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus karena lokasinya yang mudah dijangkau tanpa mengelurkan biaya yang banyak, produknya cukup memenuhi kebutuhan keluarga, harga produk yang ada di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus mudah dijangkau serta pelayanannya ramah tamah.

Melihat wawancara dari Farikhah dapat dipahami bahwa pasar pabrik Sukun Gebog Kudus lumayan nyaman, karena lokasinya yang mudah dijangkau tanpa mengelurkan biaya yang banyak, produknya cukup memenuhi kebutuhan keluarga, harga produk yang ada di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus mudah dijangkau serta pelayanannya cukup

baik. Heni Rahayu juga warga Desa Gondosari Kudus mengatakan bahwa persepsi responden bahwa pasar pabrik Sukun Gebog Kudus lokasi dekat dengan rumah, serta konsumen bisa membeli dengan harga dan waktu sesuai kebutuhan, kebersihan perlu diutamakan sehingga nantinya konsumen tambah betah di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus"³

Melihat wawacara dari Heni Rahayu dapat diketahui bahwa lokasi dekat dengan rumah, serta konsumen bisa membeli dengan harga dan waktu sesuai kebutuhan. Khusnul juga warga Desa Gondosari Kudus juga mengatakan bahwa:

"Lokasi pasar tradisional terletak di daerah-daerah dan pasar tradisional terlalu padat oleh penjual dan belum tertata rapi serta kebersihan kurang begitu diutamakan, walaupun produknya dalam jumlah terbatas dan pilihannya tidak begitu banyak, harga pasar pabrik Sukun Gebog Kudus bisa terjangkau oleh hampir setiap kalangan masyarakat dan bisa ditawar, kualitas pelayanan pasar pabrik Sukun Gebog Kudus masih apa adanya karena banyak yang berjualan disana itu adalah masyarakat desa sendiri". 4

Melihat wawacara dari Khusnul dapat diketahui bahwa lokasi pasar tradisional terletak di daerah-daerah dan pasar tradisional terlalu padat oleh penjual, produknya dalam jumlah terbatas dan pilihannya tidak begitu banyak, harga pasar tradisional bisa terjangkau oleh hampir setiap kalangan masyarakat dan bisa ditawar, kualitas pelayanan pasar tradisional masih apa adanya.

b. Minat (interest)

Minat responden dalam penelitian ini adalah untuk melakukan pembelian ulang di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus. Pada tanggal 17 Januari 2016, peneliti melakukan wawancara lagi dan secara kebetulan peneliti mendapatkan tiga warga Desa Gondosari Kudus yang mau

³Wawancara dengan Heni Rahayu juga Selaklu Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 15 Januari 2016.

⁴Wawancara dengan Khusnul Selaku Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 16 Januari 2016.

memberikan jawaban dari pertanyaan yang peneliti berikan, yaitu dengan Sutarmi warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

"Lokasi terjangkau, keadaan pasar pabrik Sukun Gebog Kudus panas, kebersihannya belum terjaga, produknya lengkap, harganya bermacam-macam karena mudah ditawar, pelayanan ada yang baik ada yang kurang baik",5

Melihat wawacara dari Sutarmi dapat diketahui bahwa lokasi terjangkau, keadaan pasar pabrik Sukun Gebog Kudus panas, kebersihannya belum terjaga, produknya lengkap, harganya bermacammacam, pelayanan ada yang baik ada yang kurang baik.

Yanah Fitriyani juga warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

"Persepsi saya bahwa pasar tradisional perlu adanya perhatian karena kurang nyaman dan berantakan serta kebersihannya kurang diperhatikan walaupun dalam segi produk memiliki berbagai macam produk serta harga yang terjangkau dan pelayananpun sudah baik" 6

Melihat wawacara dari Yanah Fitriyani dapat diketahui bahwa pasar Pabrik Sukun Gebog kurang nyaman dan berantakan serta kebersihannya kurang diperhatikan walaupun dalam segi produk memiliki berbagai macam produk serta harga yang terjangkau dan pelayananpun sudah baik. Roisah juga warga Desa Gondosari Kudus juga mengatakan bahwa:

"Perlu adanya peningkatan dan pengembangan pada pasar tradisional sehingga kurang nyaman alasannya kurang tertata dengan rapi, kebersihan sudah cukup bersih, produk beraneka ragam dengan harga yang terjangkau di masyarakat dengan pelayanan yang maximal".

Melihat wawacara dari Roisah dapat diketahui bahwa pasar tradisional kurang nyaman, kebersihan sudah cukup bersih, produk

 $^{^5\}mathrm{Wawancara}$ dengan Sutarmi Selaku warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17 Januari 2016.

 $^{^6\}mathrm{Wawancara}$ dengan Yanah Fitriyani Selaku warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17 Januari 2016.

⁷Wawancara dengan Roisah Selaku Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17 Januari 2016.

beraneka ragam dengan harga yang terjangkau di masyarakat dengan pelayanan yang maximal.

Pada tanggal 21 Januari 2016, peneliti melakukan wawancara lagi dan secara kebetulan peneliti mendapatkan tiga warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus yang mau memberikan jawaban dari pertanyaan yang peneliti berikan, yaitu dengan Ahmad Ghozali warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

"Lokasinya kurang baik, kenyamanan kurang baik, kebersihan tidak dijamin bersih, tetapi harga terjangkau dengan produk yang beraneka ragam dengan pelayanan ramah"

Melihat wawacara dari Ahmad Ghozali dapat diketahui bahwa lokasi pasar pabrik Sukun Gebog Kudus kurang baik, kenyamanan kurang baik, kebersihan tidak dijamin bersih, harga terjangkau dengan produk yang beraneka ragam dengan pelayanan ramah.

c. Pendapat (opinion)

Berdasarkan data saat peneliti melakukan observasi di pabrik Sukun Gebog Kudus, tepatnya di Pasar Pabrik Sukun terdapat berbagai macam opini atau pendapat konsumen yang menyatakan bahwa pengelolaan atau manajemen pasar yang kurang baik, artinya kebersihannya kurang terjaga, tempat parkirnya yang seenaknya saja oleh konsumen sehingga ini membuat macet jalan untuk melakukan transaksi jual beli di pasar Pabrik Sukun Gebog tersebut. Namun, disisi lain terdapat kenyamanan tersendiri bagi konsumen untuk melakukan transaksi dengan cara ditawar sehingga membuat konsumen merasa senang karena mendapatkan harga yang mudah dijangkau olehnya.

Oleh karena itu, dalam persepsi konsumen muslim terhadap pasar pabrik Sukun Gebog Kudus memiliki pandangan yang berbedabeda, sebagaimana wawancara dengan beberapa informan yang saat

⁸Wawancara dengan Ahmad Ghozali Selaku Warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 21 Januari 2016.

peneliti temui secara langsung, yaitu dengan Farikhah warga Desa Gondosari Kudus mengatakan bahwa lumayan nyaman untuk pasar pabrik Sukun Gebog Kudus, tapi kebersihannya kurang terjaga, lokasinya mudah dijangkau, produk cukup terpenuhi ada semua, harga menjangkau, pelayanannya cukup baik.

Aftoni Hafidz juga warga Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

"Persepsi saya adalah lokasi tidak terawat, tempatnya panas tidak berAC, banyak yang membuang sampah di sembarang tempat sehingga kebersihannya kurang diperhatikan, produknya banyak, harga murah serta pelayanannya baik" 10

Melihat wawacara dari Aftoni Hafidz dapat diketahui bahwa lokasi ritel tidak terawat, tempatnya panas, banyak yang membuang sampah di sembarang tempat, produknya banyak, harga murah serta pelayanannya baik.

Habibur Rohman juga warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus juga mengatakan bahwa:

"Lokasi pasar tradisional terletak dibanyak daerah hampir setiap desa ada dengan kenyamanan yang belum tertata rapi serta kebersihannya kurang begitu terjaga serta produknya jumlahnya sangat terbatas dan pilihannya tidak begitu banyak dengan harga sangat terjangkau dan bisa ditawar serta kualitas pelayanan pasar tradisional belum terstruktur dan masih apa adanya". 11

Melihat wawacara dari Habibur Rohman dapat diketahui bahwa lokasi pasar tradisional terletak dibanyak daerah hampir setiap desa ada dengan kenyamanan yang belum tertata rapi serta kebersihannya kurang, produknya sangat terbatas dan pilihannya tidak begitu banyak dengan harga sangat terjangkau dan bisa ditawar serta kualitas pelayanan ritel masih apa adanya.

⁹Wawancara dengan Farikhah Selaku Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 15 Januari 2016.

¹⁰Wawancara dengan Aftoni Hafidz Selaku Warga Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 21 Januari 2016.

¹¹Wawancara dengan Habibur Rohman Selaku Warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 21 Januari 2016.

2. Data Peran Faktor Psikografis Konsumen dalam Melakukan Keputusan Pembelian pada Ritel Modern di Desa Gebog Kudus

Peran faktor psikografis konsumen khususnya usia remaja baik yang berasal dari kalangan atas, menengah kebawah dalam melakukan keputusan pembelian pada Indomaret Tugu Gebog Kudus meliputi tiga aspek yaitu kegiatan (activities) pembelian di Indomaret Tugu Gebog Kudus karena terletak ditepi jalan raya yang mudah dilihat oleh konsumen serta kenyamanan yang tertata rapi, kebersihannya terjaga serta produknya banyak pilihannya dengan harga pas serta kualitas pelayanan Indomaret Tugu Gebog Kudus terstruktur dengan baik, aspek kedua adalah minat (interest) untuk melakukan pembelian ulang di Indomaret Tugu Gebog Kudus adanya diskon dan promo potongan harga yang sering dilakukan untuk produk-produk tertentu, dan pendapat (opinion) bahwa Indomaret Tugu Gebog Kudus merupakan tempat yang sesuai untuk membeli barang kebutuhan misalnya sabun, pasta gigi, pampers serta makanan ringan yang bersih dan sejuk sehingga membuat konsumen senang dan betah kembali lagi.

Untuk penjelasan lebih mendalam, maka peran faktor psikografis dalam penelitian ini akan dijabarkan dengan tiga aspek utama yaitu :

a. Kegiatan (activities)

Kegiatan (*activities*) yang dilakukan responden dalam penelitian ini adalah kegiatan pembelian di Indomaret Tugu Gebog Kudus karena terletak ditepi jalan raya yang mudah dilihat oleh konsumen serta kenyamanan yang tertata rapi, kebersihannya terjaga serta produknya banyak pilihannya dengan harga pas serta kualitas pelayanan Indomaret Tugu Gebog Kudus terstruktur dengan baik.

Berdasarkan data saat peneliti melakukan observasi di ritel modern, terdapat beberapa pengelolaan atau manajemen yang sangat baik, artinya kebersihannya dijaga, pelayanannya dijaga dan sebagainya.

Oleh karena itu, dalam persepsi konsumen terhadap ritel modern memiliki pandangan yang hampir sama, sebagaimana wawancara dengan beberapa informan yang saat peneliti temui secara langsung, yaitu dengan Farikhah warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

"Tempanya nyaman, kebersihannya terjaga, lokasinya mudah dijangkau, produk beraneka ragam, harga hanya bisa dimiliki oleh masyarakat tertentu, pelayanannya cukup baik" 12

Melihat wawacara dari Farikhah dapat diketahui bahwa lokasi ritel modern terletak dibanyak daerah hampir setiap desa ada dengan kenyamanan yang tertata rapi serta kebersihannya baik, produknya beragam dan pilihannya banyak dengan harga sangat terjangkau serta kualitas pelayanan bagus.

Heni Rahayu juga warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

"Persepsi saya bahwa ritel modern lokasi dekat, serta konsumen bisa membeli dengan harga tanpa ditawar, kebersihan diutamakan sehingga pelayanannya bagus" ¹³

Melihat wawacara dari Heni Rahayu dapat diketahui bahwa ritel modern lokasi dekat, serta konsumen bisa membeli dengan harga tanpa ditawar, kebersihan diutamakan sehingga pelayanannya bagus.

Khusnul juga warga Desa Gondosari Kudus juga mengatakan bahwa:

"Lokasi ritel modern terletak di tempat yang strategis dekat dengan jalan raya, tempatanya luas serta lebih higenis dengan memperhatikan kebersihan yang selalu diutamakan apalagi pelayanannya yang begitu ramah tamah dengan sapaan senyuman para karyawannya, akan tetapi harganya lumayan mahal dan tidak bisa ditawar oleh konsumen". 14

Melihat wawacara dari Khusnul dapat diketahui bahwa lokasi ritel modern terletak di tempat yang strategis dekat dengan jalan raya,

¹²Wawancara dengan Farikhah Selaku Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 15 Januari 2016.

¹³Wawancara dengan Heni Rahayu juga Selaklu Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 15 Januari 2016.

¹⁴Wawancara dengan Khusnul Selaku Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 16 Januari 2016.

tempatanya luas serta lebih higenis, pelayanannya yang begitu ramah tamah dengan sapaan senyuman para karyawannya, harganya lumayan mahal dan tidak bisa ditawar oleh konsumen.

b. Minat (interest)

Minat responden dalam penelitian ini adalah untuk melakukan pembelian ulang di Indomaret Tugu Gebog Kudus adanya diskon dan promo potongan harga yang sering dilakukan untuk produk-produk tertentu. Pada tanggal 17 Januari 2016, peneliti melakukan wawancara lagi dan secara kebetulan peneliti mendapatkan tiga warga Desa Gondosari Kudus yang mau memberikan jawaban dari pertanyaan yang peneliti berikan, yaitu dengan Sutarmi warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

"Saya berminat untuk membeli lagi di Indomaret sini, karena sering ada promo dan diskon, misalnya minyak goreng, sabun detergen, sarimi dan lainnya".

Melihat wawacara dari Sutarmi dapat diketahui bahwa berminat untuk membeli lagi di Indomaret sini, karena sering ada promo dan diskon, misalnya minyak goreng, sabun detergen, sarimi dan lainnya.

Yanah Fitriyani juga warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

"Persepsi saya bahwa ritel modern lokasinya dekat dengan jalan raya, tempatnya nyaman dan rapi serta selalu menjaga kebersihan, produknya bermacam-macam dengan harga yang cukup mahal dibandingkan dengan pasar tradisional sebab tidak bisa ditawar, namun pelayanannya baik" 16

Melihat wawacara dari Yanah Fitriyani dapat diketahui bahwa ritel modern lokasinya dekat dengan jalan raya, tempatnya nyaman dan rapi serta selalu menjaga kebersihan, produknya bermacam-macam dengan harga yang cukup mahal dibandingkan dengan pasar tradisional sebab tidak bisa ditawar, namun pelayanannya baik.

¹⁵Wawancara dengan Sutarmi Selaku warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17 Januari 2016.

 $^{2016. 16\}mbox{Wawancara}$ dengan Yanah Fitriyani Selaku warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17 Januari 2016.

Roisah juga warga Desa Gondosari Kudus juga mengatakan bahwa:

"Ritel modern tempatnya nyaman alasannya tertata dengan rapi, kebersihan bersih, produk beraneka ragam dengan harga yang pas sehingga pelayanan yang maximal". ¹⁷

Melihat wawacara dari Roisah dapat diketahui bahwa ritel modern tempatnya nyaman alasannya tertata dengan rapi, kebersihan bersih, produk beraneka ragam dengan harga yang pas sehingga pelayanan yang maximal.

Pada tanggal 21 Januari 2016, peneliti melakukan wawancara lagi dan secara kebetulan peneliti mendapatkan tiga warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus yang mau memberikan jawaban dari pertanyaan yang peneliti berikan, yaitu dengan Ahmad Ghozali warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

"Lokasinya mudah dijangkau, kenyamanan baik, kebersihan dijamin bersih, tetapi harga tanpa ditawar dengan produk yang beraneka ragam dengan pelayanan ramah" 18

Melihat wawacara dari Ahmad Ghozali dapat diketahui bahwa lokasi ritel modern mudah dijangkau, kenyamanan baik, kebersihan dijamin bersih, harga tanpa ditawar dengan produk yang beraneka ragam dengan pelayanan ramah.

c. Pendapat (opinion)

Pendapat bahwa Indomaret Tugu Gebog Kudus merupakan tempat yang sesuai untuk membeli barang kebutuhan misalnya sabun, pasta gigi, pampers serta makanan ringan yang bersih dan sejuk sehingga membuat konsumen senang dan betah kembali lagi.

¹⁷Wawancara dengan Roisah Selaku Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17 Januari 2016

¹⁸Wawancara dengan Ahmad Ghozali Selaku Warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 21 Januari 2016.

Aftoni Hafidz juga warga Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

"Persepsi saya adalah lokasi terawat, tempatnya berAC, kebersihan sangat dijaga, produknya banyak, harga cukup mahal serta pelayanannya baik" ¹⁹

Melihat wawacara dari Aftoni Hafidz dapat diketahui bahwa lokasi ritel modern terawat, tempatnya berAC, kebersihan sangat dijaga, produknya banyak, harga cukup mahal serta pelayanannya baik.

Habibur Rohman juga warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus juga mengatakan bahwa:

"Lokasi ritel modern terletak ditepi jalan raya yang mudah dilihat oleh konsumen serta kenyamanan yang tertata rapi, kebersihannya terjaga serta produknya banyak pilihannya dengan harga pas serta kualitas pelayanan ritel modern terstruktur dengan baik sehingga membuat konsumen senang dan betah kembali lagi". 20

Melihat wawacara dari Habibur Rohman dapat diketahui bahwa lokasi ritel modern terletak ditepi jalan raya yang mudah dilihat oleh konsumen serta kenyamanan yang tertata rapi, kebersihannya terjaga serta produknya banyak pilihannya dengan harga pas serta kualitas pelayanan dengan baik.

3. Data Perbandingan Antara Peran faktor psikografis Konsumen dalam Melakukan Keputusan Pembelian pada Pasar Tradisional dan Ritel modern di Desa Gebog Kudus

Berdasarkan data saat peneliti melakukan observasi pada informan bahwa mereka lebih suka ke pasar tradisional dibandingkan dengan ritel modern, dikarenakan pasar tradisional memiliki kelebihan sesuai dengan jangkauan masyarakat kelas menengah ke bawah, sebab di Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus rata-rata masyarakatnya

¹⁹Wawancara dengan Aftoni Hafidz Selaku Warga Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 21 Januari 2016.

²⁰Wawancara dengan Habibur Rohman Selaku Warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 21 Januari 2016

adalah kelas menengah ke bawah. Sebagaimana wawancara dengan beberapa informan yang saat peneliti temui secara langsung, yaitu dengan Farikhah warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

"Pasar tradisional untuk kebutuhan masyarakat Gebog Kabupaten Kudus khususnya lebih baik" ²¹

Melihat wawacara dari Farikhah dapat diketahui bahwa pasar tradisional untuk kebutuhan masyarakat Gebog Kabupaten Kudus khususnya lebih baik. Heni Rahayu juga warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

"Lebih baik pasar tradisional karena bisa tawar menawar harga"²²

Melihat wawacara dari Heni Rahayu dapat diketahui bahwa lebih baik pasar tradisional karena bisa tawar menawar harga. Khusnul juga warga Desa Gondosari Kudus juga mengatakan bahwa:

"Untuk melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari saya lebih memilih ke pasar tradisional karena harga terjangkau dan mudah dijangkau. Selain itu hal tersebut juga untuk tetap menjaga keexisan pasar Pabrik Sukun Gebog supaya tetap bisa bersaing dengan ritel modern". ²³

Melihat wawacara dari Heni Rahayu dapat diketahui bahwa untuk melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari lebih memilih ke pasar tradisional karena harga terjangkau dan mudah dijangkau. Selain itu hal tersebut juga untuk tetap menjaga keexisan pasar Pabrik Sukun Gebog supaya tetap bisa bersaing dengan ritel modern.

Pada tanggal 17 Januari 2016, peneliti melakukan wawancara lagi dan secara kebetulan peneliti mendapatkan tiga warga Desa Gondosari Kudus yang mau memberikan jawaban dari pertanyaan yang peneliti berikan, yaitu dengan Sutarmi warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

²¹Wawancara dengan Farikhah Selaku Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 15 Januari 2016.

 $^{2016. 22\}mbox{Wawancara dengan Sutarmi Selaku warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17 Januari 2016.$

 $^{2016. 23}$ Wawancara dengan Khusnul Selaku Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 16 Januari 2016.

"Lebih suka pasar tradisional dibandingkan dengan ritel modern karena pasar tradisional perlu dijaga dengan baik"²⁴

Melihat wawacara dari Sutarmi dapat diketahui bahwa lebih suka pasar tradisional dibandingkan dengan ritel modern karena pasar tradisional perlu dijaga dengan baik. Yanah Fitriyani juga warga Desa Gondosari Kudus mengatakan:

"Menurut saya lebih baik di pasar tradisional karena melihat situasi dan kondisi keuangan"25

Melihat wawacara dari Yanah Fitriyani dapat diketahui bahwa lebih baik di pasar tradisional karena melihat situasi dan kondisi keuangan. Roisah juga warga Desa Gondosari Kudus juga mengatakan bahwa:

"Yang lebih baik dalam melakukan pembelian kebutuhan seharihari menurut saya harus seimbang".26

Pada tanggal 21 Januari 2016, peneliti melakukan wawancara lagi dan secara kebetulan peneliti mendapatkan tiga warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus yang mau memberikan jawaban dari pertanyaan yang peneliti berikan, yaitu dengan Ahmad Ghozali warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

"Untuk melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari lebih baik di ritel modern karena higinis, tidak ada bakteri dan merupakan kualitas terbaik di Indonesia"27

Melihat wawacara dari Ahmad Ghozali dapat diketahui bahwa untuk melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari lebih baik di ritel modern karena higinis, tidak ada bakteri dan merupakan kualitas terbaik di Indonesia. Aftoni Hafidz juga warga Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

²⁴Wawancara dengan Sutarmi Selaku warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17 Januari

^{2016. &}lt;sup>25</sup>Wawancara dengan Yanah Fitriyani Selaku warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17

²⁶Wawancara dengan Roisah Selaku Warga Desa Gondosari Kudus, tanggal 17 Januari

^{2016. &}lt;sup>27</sup>Wawancara dengan Ahmad Ghozali Selaku Warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog

"Lebih suka ritel modern dibandingkan dengan ritel tradisonal karena ritel modern barang produknya bersih-bersih" 28

Melihat wawacara dari Aftoni Hafidz dapat diketahui bahwa lebih suka ritel modern dibandingkan dengan ritel tradisonal karena ritel modern barang produknya bersih-bersih.

Habibur Rohman juga warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus juga mengatakan bahwa:

"Untuk melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari saya lebih cenderung setuju ke pasar tradisional. Selain harga dan mudah dijangkau masyarakat Gondosari, kita juga dapat menjaga keberlangsungan pasar Pabrik Sukun Gebog agar tidak tersisih degan ritel modern". ²⁹

Melihat wawacara dari Aftoni Hafidz dapat diketahui bahwa untuk melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari lebih cenderung setuju ke pasar tradisional. Selain harga dan mudah dijangkau masyarakat Gondosari, juga dapat menjaga keberlangsungan pasar Pabrik Sukun Gebog agar tidak tersisih dengan ritel modern.

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Perbandingan peran faktor psikografis konsumen konsumen terhadap pasar pabrik Sukun Gebog Kudus dan Indomaret Tugu Gebog Kudus adalah pada beberapa aspek berikut :

a. Kegiatan (activities), kegiatan pembelian pada pasar pabrik Sukun Gebog Kudus banyak dilakukan oleh segmen usia dewasa yang berasal dari kalangan menengah ke bawah yaitu oleh ibu rumah tangga serta pedagang ecer, sedangkan kegiatan pembelian pada Indomaret Tugu Gebog Kudus banyak dilakukan oleh segmen usia remaja baik yang berasal dari kalangan atas, menengah dan bawah dengan faktor

²⁸Wawancara dengan Aftoni Hafidz Selaku Warga Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 21 Januari 2016.

²⁹Wawancara dengan Habibur Rohman Selaku Warga Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 21 Januari 2016.

- pendorong untuk mengikuti gaya hidup orang-orang atau teman-teman di sekitarnya.
- b. Minat (*Interest*), konsumen berminat melakukan pembelian pada pasar pabrik Sukun Gebog Kudus karena lokasinya yang strategis meskipun harus menitipkan motor pada penitipan motor, sedangkan pada ritel modern, konsumen berminat melakukan pembelian pada Indomaret Tugu Gebog Kudus karena dekat dengan jalan raya dan mudah dijangkau oleh konsumen sehingga dengan cepat dapat mendapatkan kebutuhannya.
- c. Pendapat (*Opinion*), konsumen pasar pabrik Sukun Gebog Kudus berpendapat bahwa suasana ruangan pada pasar tradisional kurang begitu nyaman, gerah, kebersihan kurang dijaga dan dirawat dengan baik, secara umum harga mudah ditawar, harga terjangkau oleh konsumen, pelayanan yang diberikan adalah cukup ramah, karena adanya kedekatan emosional penjual dan pembeli. Sedangkan konsumen Indomaret Tugu Gebog Kudus berpendapat bahwa secara umum ruangan ritel modern sangat bersih dan ber-AC, kebersihan sangatlah diutamakan dan dijaga dengan baik, terdapat beberapa macam produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, harga tidak dapat ditawar, karena sudah tertarif dengan rapi sesuai jenis barang dan produknya, pelayanan yang diberikan adalah ramah, karena sebelum masuk sudah mendapatkan sapaan dari karyawannya dengan tujuan agar ritel modern dan konsumen memiliki kedekatan emosional yang baik.³⁰

³⁰ Hasil penarikan kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti setelah melakukan proses penelitian, 2016.

C. Pembahasan dan Analisis

Analisis tentang Peran faktor psikografis Konsumen dalam Melakukan Keputusan Pembelian pada Pasar Tradisional di Desa Gebog Kudus

Peran faktor psikografis konsumen khususnya usia dewasa yang berasal dari kalangan menengah kebawah dalam melakukan keputusan pembelian pada pasar tradisional di Desa Gebog Kudus meliputi tiga aspek yaitu kegiatan (activities) pembelian di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus karena lokasinya yang mudah dijangkau tanpa mengelurkan biaya yang banyak, produknya cukup memenuhi kebutuhan keluarga, harga produk yang ada di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus mudah dijangkau serta pelayanannya ramah tamah, kegiatan tersebut sesuai dengan teori aktivitas psikografis menurut Prasetijo, bahwa activities (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.³¹ Aktivitas juga diartikan sebagai kegiatan atau tindakan nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja ditoko, ataupun menceritakan kepada tetangga mengenai pelaanan yang baru. Walaupun tindakan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung. Aktivitas yaitu orang yang mudah atau tidak bergerak dan bereaksi serta bertingkah laku secara spontan.³²

Aspek kedua adalah minat (*interest*) untuk melakukan pembelian ulang di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus, menurut Kamus Bahasa Indonesia untuk pelajar, minat merupakan kecenderungan hati yang ingin terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan.³³ Minat secra umum dapat diartikan sebagi rasa tertarik yang dituntukkan oleh individu kepada suatu objek, baik objek berupa benda hidup maupun benda yang tak hidup.

³¹http://www.refrensimakalah.com2013/02/aio-dalam-studi-psikografis.html

³²Dewi Susanti, *Jurnal Manajemen Bisnis Volume 1 No.02*, Oktober 2011, hlm. 118.

³³Meity Taqdir Qodratillah dkk, *Kmaus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, Badan Pengembangan dan Pembianaan Bahas, Jakarta, 2011, hlm. 322.

Minat merupakann kecenderungan jiwa seseorang kepada sesuatu, biasanya disertai dngan perasaan senang. Minat timbul tidak secara tibatiba melainkan timbul akibat dari partisipasi, pengalamn dan kebiasaan.

Aspek ketiga adalah pendapat (*opinion*) bahwa pasar pabrik Sukun Gebog Kudus mampu memenuhi kebutuhan konsumen walaupun secara fisik masih perlu kebersihan dijaga dengan baik dalam pengelolaan pasar pabrik Sukun Gebog Kudus. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan menegenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. Dan opini berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi, dan sosial.³⁴

Berdasarkan data saat peneliti melakukan observasi di pasar tradisional, tepatnya di Pasar Pabrik Sukun terdapat beberapa pengelolaan atau manajemen pasar yang kurang baik, artinya kebersihannya kurang terjaga, tempat parkirnya yang seenaknya saja oleh konsumen sehingga ini membuat macet jalan untuk melakukan transaksi jual beli di pasar Pabrik Sukun Gebog tersebut. Namun, disisi lain terdapat kenyamanan tersendiri bagi konsumen untuk melakukan transaksi dengan cara ditawar sehingga membuat konsumen merasa senang karena mendapatkan harga yang mudah dijangkau olehnya. Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa opini konsumen terhadap pasar pabrik Sukun Gebog Kudus adalah:

a. Lokasi

Secara umum bahwa lokasi pasar pabrik Sukun Gebog Kudus dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau dengan jalan kaki atau mengendarai kendaraan bermotor, sehingga memungkinkan konsumen untuk memilih apakah akan menitipkan motornya pada titipan sepeda motor atau tidak.

³⁴http://www.referensimakalah.com/2013/02/aio-dalam-stydi-psikografis.html

b. Kenyamanan ruangan

Kenyamanan ruangan dalam pasar pabrik Sukun Gebog Kudus kurang begitu nyaman, karena keadaan yang masih belum tertata rapi, suasana gerah dan bau karena berbagai jenis barang dijual disana misalnya ikan, ayam, daging, buah-buahan serta sayuran.

c. Kebersihan

Bahwa kebersihan pasar pabrik Sukun Gebog Kudus kurang dijaga dan dirawat dengan baik, karena tidak terdapat petugas kebersihan yang memang digaji bertugas untuk membersihkan pasar secara rutin.

d. Produk

Terdapat beberapa macam produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, misalnya bahan makanan pokok seperti beras, gandum, gula, pakaian misalnya baju, daster, celana, sajadah, hijab dan lainnya.

e. Harga

Secara umum harga mudah ditawar, harga terjangkau oleh konsumen muslim, karena tidak terdapat tariff yang secara khusus di pasang pada sebuah produk.

f. Pelayanan

Pelayanan yang diberikan adalah cukup ramah, karena adanya kedekatan emosional penjual dan pembeli dengan harapan bahwa konsumen muslim akan menjadi pelanggan yang baik.

Melihat dari berbagai peran faktor psikografis terhadap pasar pabrik Sukun Gebog Kudus dapat penulis analisis bahwa orang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas obyek yang sama karena tiga proses persepsi: perhatian selektif, distori selektif, dan ingatan selektif.

a. Perhatian Selektif

Orang terlibat kontak dengan rangsangan yang sangat banyak setiap hari. Karena seseorang tidak mungkin dapat menanggapi semua rangsangan itu, sebagian besar rangsangan tersebut akan disaring, proses ini dinamakan perhatian selektif. Yaitu dengan proses tawar menawar harga akhirnya konsumen mengetahui secara pasti kisaran harga sebuah produk.

Hal tersebut terjadi saat seorang konsumen secara rutin membeli barang di pasar tradisional khususnya pasar pabrik Sukun Gebog Kudus, misalnya harga telur satu kilogram. Seorang ibu rumah tangga yang sering membeli telur untuk kebutuhan sehari-hari, maka ibu tersebut akan mengetahui secara pasti berapa kisaran harga telur satu kilogram apakah naik atau turun jika dibandingkan dengan beberapa hari yang lalu.

b. Distorsi Selektif

Ditorsi selektif adalah kecenderungan orang untuk mengubah informasi menjadi bermakna pribadi dan mengiterpretasikan informasi itu dengan cara yang akan mendukung prakonsepsi meraka. Dengan menyeleksi informasi yang sesuai akhirnya konsumen melakukan pembelian untuk kedua kalinya dengan harga yang pas dan tidak terlalu mahal.

Hal tersebut terjadi ketika seorang ibu membeli buah jeruk satu kilogram, jika kemarin dia membeli dengan harga Rp. 10.000, namun di lain hari dia membeli dengan harga Rp. 9.000, maka untuk pembelian selanjutnya, dia akan tahu bahwa kisaran harga yang tepat untuk satu kilogram buah jeruk berkisar antara Rp. 9.000.

b. Ingatan Selektif

Orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari nanum cenderung akan mengingat informansi yang menyokong pandangan dan keyakinan mereka.

Contoh nyata ingatan selektif adalah ketika sedang mengobrol dengan tetangga, seorang ibu mendapat informasi bahwa sedang ada promo atau diskon untuk produk telur di ritel modern, namun karena ibu tersebut sudah terbiasa membeli telur di pasar tradisional, maka ibu

tersebut tetap akan membeli di pasar tradisional meskipun ada promo atau diskon telur di ritel modern.

Schifmann dan Kanuk menyebutkan bahwa persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dengan orang lain. Cara memandang dunia sudah pasti dipengaruhi sesuatu dari dalam maupun dari luar orang itu. Sedangkan Solomon mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Untuk memahami definisi ini, pertama-tama harus diketahui terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan sensasi. Sensasi datang dan diterima oleh manusia melalui panca indra, yaitu mata, telinga, mulut dan kulit yang disebut dengan sistem sensorik. Input sensorik atau sensasi yang diterima oleh sistem sensorik manusia disebut juga dengan stimulus.

Manusia sebagai makhluk yang diberikan amanah kekhalifahan dengan berbagai macam keistimewaan yang salah satunya adalah proses dan fungsi persepsi yang lebih rumit dan lebih kompleks dibandingkan makhluk lainnya. Dalam bahasa al-Qur'an beberapa proses penciptaan manusia dilengkapi dengan penciptaan fungsi-fungsi pendengaran dan penglihatan. Sebagaimana firman Allah SWT:

Artinya: "Kamu sekali-sekali tidak dapat bersembunyi dari kesaksian pendengaran, penglihatan dan kulitmu kepadamu bahkan kamu mengira bahwa Allah tidak mengetahui kebanyakan dari apa yang kamu kerjakan." (Qs. Fushilat:22)³⁶

³⁵Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, Yogyakarta, 2005, hlm. 67.

³⁶Al-Qur'an Surat Fushilat ayat 22, Yayasan Penyelenggara Penerjemah dan Penafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Kementerian Agama RI, Jakarta, 2012, hlm.

Berdasarkan ayat di atas, bahwa kaitannya dengan fungsi persepsi adalah pendengaran dan penglihatan, karena ini termasuk dalam sensasi yang datang dan diterima oleh manusia melalui panca indra, yaitu mata, telinga, mulut dan kulit semua itu dirasakan oleh konsumen muslim di pasar pabrik Sukun Gebog Kudus Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus.

2. Analisis tentang Peran faktor psikografis Konsumen dalam Melakukan Keputusan Pembelian pada Ritel modern di Desa Gebog Kudus

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa peran faktor psikografis konsumen khususnya usia remaja baik yang berasal dari kalangan atas, menengah kebawah dalam melakukan keputusan pembelian pada Indomaret Tugu Gebog Kudus meliputi tiga aspek yaitu:

Kegiatan (*activities*) pembelian di Indomaret Tugu Gebog Kudus karena terletak ditepi jalan raya yang mudah dilihat oleh konsumen serta kenyamanan yang tertata rapi, kebersihannya terjaga serta produknya banyak pilihannya dengan harga pas serta kualitas pelayanan Indomaret Tugu Gebog Kudus terstruktur dengan baik, kegiatan tersebut sesuai dengan teori aktivitas psikografis menurut Prasetijo, bahwa *activities* (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang. Aktivitas juga diartikan sebagai kegiatan atau tindakan nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja ditoko, ataupun menceritakan kepada tetangga mengenai pelaanan yang baru. Walaupun tindakan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung. Aktivitas yaitu orang yang mudah atau tidak bergerak dan bereaksi serta bertingkah laku secara spontan.

Aspek kedua adalah minat (*interest*) untuk melakukan pembelian ulang di Indomaret Tugu Gebog Kudus adanya diskon dan promo

³⁸Dewi Susanti, *Jurnal Manajemen Bisnis Volume 1 No.02*, Oktober 2011, hlm. 118.

³⁷http://www.refrensimakalah.com2013/02/aio-dalam-studi-psikografis.html

potongan harga yang sering dilakukan untuk produk-produk tertentu, menurut Kamus Bahasa Indonesia untuk pelajar, minat merupakan kecenderungan hati yang ingin terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan.³⁹ Minat secra umum dapat diartikan sebagi rasa tertarik yang dituntukkan oleh individu kepada suatu objek, baik objek berupa benda hidup maupun benda yang tak hidup. Minat merupakann kecenderungan jiwa seseorang kepada sesuatu, biasanya disertai dngan perasaan senang. Minat timbul tidak secara tiba-tiba melainkan timbul akibat dari partisipasi, pengalamn dan kebiasaan.

Aspek ketiga adalah pendapat (*opinion*) bahwa Indomaret Tugu Gebog Kudus merupakan tempat yang sesuai untuk membeli barang kebutuhan misalnya sabun, pasta gigi, pampers serta makanan ringan yang bersih dan sejuk sehingga membuat konsumen senang dan betah kembali lagi. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan menegenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. Dan opini berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi, dan sosial.

Sebagaimana peran faktor psikografis konsumen terhadap ritel modern, bahwa mereka merasakan apa yang ada di dalam ritel modern, sebagaimana wawancara dengan beberapa informan yang saat peneliti temui secara langsung, bahwa dapat diketahui bahwa faktor peran faktor psikografis konsumen terhadap Indomaret Tugu Gebog Kudus adalah:

a. Lokasi

Lokasi ritel modern dekat dengan jalan raya dan mudah dijangkau oleh konsumen muslim sehingga konsumen muslim dengan cepat dapat mendapatkan kebutuhannya.

³⁹Meity Taqdir Qodratillah dkk, *Kmaus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, Badan Pengembangan dan Pembianaan Bahas, Jakarta, 2011, hlm. 322.

b. Kenyamanan ruangan

Secara umum bahwa ruangan ritel modern sangat bersih dan berAC. AC juga distel pada suhu tertentu untuk menimbulkan rasa nyaman berbelanja saat berada di dalam.

c. Kebersihan

Kebersihan yang terdapat pada ritel modern sangatlah diutamakan dan dijaga dengan baik karena ruangannya berAC, terdapat pembagian tugas bagi karyawan untuk membersihkan ruangan ritel yang meliputi di sapu, dipel dengan diberi pewangi ruangan.

d. Produk

Terdapat beberapa macam produk yang modern sehingga sesuai dengan kebutuhan konsumen muslim, namun tidak dipungkiri bahwa ritel modern tidak menyediakan bahan kebutuhan poko satu kali pakai misalnya sayuran, daging, ayam, ikan dan lainnya.

e. Harga

Secara umum harga tidak dapat ditawar, karena sudah tertarif dengan rapi sesuai jenis barang dan produknya, jadi konsumen muslim kurang menjangkau dengan harga yang ada dalam ritel modern.

f. Pelayanan

Pelayanan yang diberikan adalah ramah, karena sebelum masuk sudah mendapatkan sapaan dari karyawannya dengan tujuan agar ritel modern dan konsumen muslim memiliki kedekatan emosional yang baik.

Melihat dari peran faktor psikografis konsumen dalam melakukan keputusan pembelian pada ritel modern di Desa Gebog Kudus, dapat dianalisis bahwa dalam proses peran faktor psikografis konsumen perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam persepsi itu. Hal tersebut karena keadaan menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh satu macam stimulus saja, tetapi individu dikenai berbagai macam

stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Namun demikian tidak semua stimulus mendapatkan respon dari seorang individu untuk dipersepsi. Stimulus mana yang akan dipersepsi atau mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yag bersangkutan.

Dalam merespon stimulus yang diterimanya, seorang individu akan mengadakan seleksi terhadap stimulus yang mengenainya, maka problem Psikologis yang timbul ialah stimulus yang bagaimanakah yang lebih menguntungkan untuk dapat menarik perhatian individu, sehingga adanya kemungkinan stimulus itu yang akan bisa dipersepsinya, karena ini dipengaruhi adanya intensitas atau kekuatan stimulus, seperti yang telah dikemukakan didepan, agar stimulus dapat dipersepsi oleh individu stimulus tersebut harus cukup kuatnya. Dengan demikian kekuatan stimulus akan turut menentukan dipersepsi atau tidaknya stimulus itu. Sehubungan dengan kekuatan Stimulus dapat dikemukakan bahwa pada umumnya stimulus lebih menguntungkan yang kuat dalam kemungkinannya untuk di respon apabila dibandingkan dengan stimulus yang lemah. Ukuran stimulus, pada umumnya ukuran stimulus yang besar lebih menguntungkan dalam menarik perhatian apabila dibandingkan dengan ukuran yang kecil.

Setiap konsumen mempunyai pilihan sendiri, ada tiga faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen yaitu, ⁴⁰Pilhan mereka dipengaruhi oleh kebutuhan konsumen, persepsi atas karakteristik merek dan sikap ke arah pilihan. Pilihan mereka juga dipengaruhi oleh demografi konsumen, gaya hdup dan karakteristik personalis. Pengaruh lingkungan pembelian konsumen ditunjukkan oleh budaya (norma) kemasyarakatan, pengaruh kedaerahan atau kesukuan, kelas sosial (keluasan grup sosial ekonomi atas jharta milik konsumen), grup tatap muka, (teman, anggota keluarga dan grup referansi).

⁴⁰Abdul Rasyid Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*, Kencana, Jakarta, 2005, hlm. 6.

Perubahan stimulus, seperti yang telah dikemukakan di atas stimulus yang monoton kurang menguntungkan, dan karena itu perlu adanya perubahan dari stimulus itu untuk dapat lebih menarik perhatian. Ulangan stimulus, stimulus yang diulangi pada dasarnya lebih menarik perhatian daripada yang tidak diulangi. Bunyi kentongan yang bertalu-talu akan lebih menarik perhatian apabila dibandingkan kalau kentongan itu hanya berbunyi satu kali saja. Pertentangan atau kontra dari stismulus, stimulus yang bertentangan atau kontras dengan sekitarnya akan lebih menarik perhatian orang. 41 Hal ini disebabkan karena stimulus itu lain dari keadaan pada umumnya. Kalau semua anak memakai pakaian putih-putih dan ada seorang anak yang memakai pakaian merah, maka keadaan yang kontras ini akan menarik perhatian orang, sehingga perhatian orang akan tertuju kepada anak yang berpakaian merah tersebut. Suatu iklan yang dicetak terbalik akan lebih menarik perhatian apabila dibandingkan kalau iklan tersebut dicetak biasa saja. Hal-hal tersebut diatas merupakan hal-hal yang penting, lebih-lebih di dunia perdagangan, yang selalu berusaha bagaimanakah agar dagangannya lebih dapat menarik perhatian orang. Demikian juga dalam dunia pendidikan, selalu mencari cara bagaimanakah supaya yang diberikan itu dapat lebih menarik perhatian dari yang menerimanya.

3. Analisis tentang Perbandingan Antara Peran faktor psikografis Konsumen dalam Melakukan Keputusan Pembelian pada Pasar Tradisional dan Ritel modern di Desa Gebog Kudus

Pangsa pasar dan kinerja usaha pasar Pabrik Sukun Gebog menurun, sementara pada saat yang sama ritel modern mengalami peningkatan. Pesatnya pembangunan ritel modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar Pabrik Sukun Gebog. Di satu sisi, ritel modern dikelola secara profesional dengan fasilitas yang serba

⁴¹ Sumarwan. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia : Jakarta, 2011, hlm. 80.

lengkap, di sisi lain pasar Pabrik Sukun Gebog masih berkutat dengan permasalahan klasik seputar pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan berbelanja. Ritel modern dan tradisional bersaing dalam pasar yang sama, yaitu pasar ritel. Hal ini menyebabkan adanya persepsi konsumen muslim.

Pemahaman mengenai perilaku konsumen merupakan kunci kesuksesan utama bagi para pemasar. Setidaknya, terdapat tiga alasan fundamental mengapa studi perilaku konsumen ini menjadi sangat penting, yaitu: Pencapaian tujuan bisnis dilakukan melalui penciptaan kepuasan pelanggan di mana pelanggan merupakan fokus setiap bisnis. Melalui pemahaman atas perilaku konsumen, seorang pemasar bisa benar-benar mengetahui apa yang diharapkan pelanggan. Mengapa konsumen membeli produk atau jasa tertentu, sebagaimana yang dilakukannya dan mengapa pelanggan cenderung bereaksi secara spesifik tehadap stimulus pemasaran. Lebih lanjut, pemasaran juga bisa mengembangkan database marketing dalam rangka menetapkan *relationship marketing* yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan para pelanggan penting.

Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen muslim, perbedaan persepsi manusia ini tak dapat dielakkan. Namun demikian, bukan berarti bahwa persepsi tidak memiliki rambu-rambu. Sebab, pada dasarnya ada batasan-batasan tertentu yang harus ditaati persepsi agar dia tidak liar. Hanya persepsi yang liarlah yang secara sadar mengontradiksikan dirinya dengan ajaran agama.

Peran faktor psikografis konsumen merupakan reaksi seseorang mengenai realitas yang sifatnya subjektif. Aspek subjektivitas inilah yang sebenarnya menjadi pemicu hadirnya persepsi manusia yang berbedabeda. Sekalipun subjektivitas merupakan cerminan perbedaan karakter manusia, dia tidak berdiri sendiri. Sebab, sebenarnya subjektivitas reaksi manusia, dalam hal ini persepsi tentang konsumsi, terbangun dari sebuah konsep berpikir yang dianut oleh seorang konsumen. Bila persepsinya liar,

⁴² Tjiptono, *Op. Cit.*, hlm. 38.

berarti konsep berpikir tersebut menganut asas kebebasan dimana ramburambu mengenai norma dan kebaikan tidak berlaku dala hajat hidupnya. Sedangkan bila persepsinya jinak, berarti konsep berpikir yang digunakan menganut asas kemanfaatannya dimana rambu-rambu sengaja diciptakan supaya manusia selamat dari mahabaya. Dalam hal ini, hajat hidupnya sengaja berpihak pada rambu-rambu tersebut. Sehingga nantinya konsumen muslim akan dapat memanfaatkan pasar tradisional atau ritel modern secara baik dan juga nantinya dapat merasakan perbedaan yang baik dalam mengkonsumsi pada pasar tradisional atau ritel modern.

Berdasarkan data saat peneliti melakukan observasi pada informan bahwa mereka lebih suka ke pasar tradisional dibandingkan dengan ritel modern, dikarenakan pasar tradisional memiliki kelebihan sesuai dengan jangkauan masyarakat kelas menengah ke bawah, sebab di Desa Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus rata-rata masyarakatnya adalah kelas menengah ke bawah. Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa perbandingan peran faktor psikografis konsumen konsumen terhadap pasar pabrik Sukun Gebog Kudus dan Indomaret Tugu Gebog Kudus adalah pada beberapa aspek berikut:

Tabel 4.1
Perbandingan Peran faktor psikografis Pasar tradisional dan Ritel Modern⁴³

Aspek	Pasar pabrik Sukun Gebog	Indomaret Tugu Gebog
	Kudus	Kudus
Kegiatan	kegiatan pembelian pada pasar	kegiatan pembelian pada
(activities)	pabrik Sukun Gebog Kudus	Indomaret Tugu Gebog Kudus
	banyak dilakukan oleh segmen	banyak dilakukan oleh segmen
	usia dewasa yang berasal dari	usia remaja baik yang berasal
	kalangan menengah ke bawah	dari kalangan atas, menengah
	yaitu oleh ibu rumah tangga	dan bawah dengan faktor
	serta pedagang ecer	pendorong untuk mengikuti

Hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti setelah melakukan penelitian di lapangan, 2016.

		gaya hidup orang-orang atau
		teman-teman di sekitarnya.
Minat (Interest)	konsumen berminat melakukan	konsumen berminat melakukan
	pembelian pada pasar pabrik	pembelian pada Indomaret
	Sukun Gebog Kudus karena	Tugu Gebog Kudus karena
	lokasinya yang strategis	dekat dengan jalan raya dan
	meskipun harus menitipkan	mudah dijangkau oleh
	motor pada penitipan moto	konsumen sehingga dengan
		cepat dapat mendapatkan
		kebutuhannya.
Pendapat (Opinion)	konsumen pasar pabrik Sukun	Sedangkan konsumen
	Gebog Kudus berpendapat	Indomaret Tugu Gebog Kudus
	bahwa suasana ruangan pada	berpendapat bahwa secara
	pasar tradisional kurang begitu	umum ruangan ritel modern
	nyaman, gerah, kebersihan	sangat bersih dan ber-AC,
	kurang dijaga dan dirawat	kebersihan sangatlah
	dengan baik, secara umum	diutamak <mark>an d</mark> an dijaga dengan
	harga mudah ditawar, harga	baik, terdapat beberapa macam
	terjangkau oleh konsumen,	produk yang sesuai dengan
	pelayanan yang diberikan	kebutuhan konsumen, harga
	1 / / / / / / A - 1 A -	tidak dapat ditawar, karena
	adanya kedekatan emosional	sudah tertarif dengan rapi sesuai
	penjual dan pembeli.	jenis barang dan produknya,
		pelayanan yang diberikan
		adalah ramah, karena sebelum
		masuk sudah mendapatkan
		sapaan dari karyawannya
		dengan tujuan agar ritel modern
		dan konsumen memiliki
		kedekatan emosional yang baik.

Melihat dari pandangan mereka dapat dketahui bahwa rata-rata memilih pasar tradisional, sebab dari hasi pengamatan, terdapat beberapa faktor yang dapat menjelaskan mengapa ada sebagian pasar Pabrik Sukun Gebog yang terkena dampak Supermarket sementara sebagian lainnya tidak. *Pertama* adalah faktor jarak antara pasar Pabrik Sukun Gebog dan supermarket, dimana pasar Pabrik Sukun Gebog yang berada relatif dekat dengan supermarket, paling banyak terkena dampak. *Kedua*, faktor yang terpenting adalah karakteristik konsumen pada pasar Pabrik Sukun Gebog. Pasar Pabrik Sukun Gebog yang pelanggan utamanya dari kalangan kelas menengah ke bawah, merasakan dampak yang paling besar akibat kehadiran supermarket.

Indonesia adalah negara dengan mayoritas konsumen berasal dari kalangan kelas menengah ke bawah. Kondisi ini menjadikan konsumen Indonesia tergolong ke dalam konsumen yang sangat sensitif terhadap harga. Ketika faktor harga rendah yang sebelumnya menjadi keunggulan pasar tradisional mampu diruntuhkan oleh ritel modern, secara relatif tidak ada balasan konsumen dari kalangan menengah ke bawah untuk tidak turut berbelanja ke ritel modern dan meninggalkan pasar tradisional.⁴⁴

Perlindungan pasar tradisional bisa dilakukan karena aturan pembangunan pasar harus mengacu pada tata ruang dan wilayah yang sudah dimiliki pemda, termasuk pengucuran kredit usaha rakyat kepada pedagang tradisional. Dengan keluarnya perpres ini maka akan memperlancar program pemberdayaan untuk pedagang seperti pengucuran kredit micro dan sebagainya berbaikan kinerja pasar tradisional perlu juga ditingkatkan. Salah stunya dengan memperbaiki bangunan pasar tradisional, serta pemberdayaan pedagang kecil dan pepasar tradisional melalui berbagai program.⁴⁵

Pemberlakuan aturan baku pendirian pasar tradisional dan ritel modern akan membuat persingan keduanya semakin sengit dimasa-masa

⁴⁴Ekapribadi, Wildan, *Ritel modern: Ancaman Bagi Pasar Tradisional?*, Wordpress, Jakarta, 2007, hlm. 45.

mendatang. Data Asosiasi Pedagang pasar Seluruh Indonesia (APPSI) menyebutkan, Hypermarket telah menyebabkan gulung tikarnya pasar tradisional dan kios pedagang kecil-menengah. Data yang dikumpulkan APPSI pada tahun 2005, saat Hypermarket belum begitu menggejala seperti sekarang, memaparkan di Jakarta terdapat pasar tradisonal dan 400 kios yang tutup setiap tahun karena kalah bersaing dengan Hypermarket.⁴⁶

Kekuatan pasar tradisional dapat dilihat dari beberapa aspek. Aspekaspek tersebut diantaranya harganya yang lebih murah dan bisa ditawar, dekat dengan pemukiman, dan memberikan banyak pilihan produk yang segar. Kelebihan lainnya adalah pengalaman berbelanja yang luar biasa, dimana kita bisa melihat dan memegang secara langsung produk yang umumnya masih segar. Akan tetapi dengan adanya hal tersebut bukan berarti pasar tradisional bukan tanpa kelemahan. Selama ini justru pasar tradisional lebih dikenal kelemahannya. Kelemahan itu antara lain adalah kesan bahwa pasar terlihat becek, kotor, bau, dan terlalu padat lalu lintas pembelinya. Ditambah lagi ancaman bahwa keadaan sosial masyarakat yang berubah, di mana wanita di perkotaan umumnya berkarier sehingga hampir tidak mempunyai waktu untuk berbelanja di pasar tradisional.

 $^{^{46} \}mathrm{Indrakh}, \ Pasar \ Tradisional \ di \ Tengah \ Kepungan \ Ritel \ modern, \ Wordpress, Jakarta, 2007, hlm. 56.$