

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Kondisi Umum Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus

a. Letak Geografis dan Batas Desa

Desa Jurang terletak di antara $110^{\circ}36'$ - $110^{\circ}50'$ BT (Bujur Timur) dan $6^{\circ}51'$ - $7^{\circ}16'$ LS (Lintang Selatan) pada ketinggian rata-rata 17 meter di atas permukaan air laut dengan iklim tropis, jenis tanah litosol grumosol, kelerengan 9% - 15% (landai) dan 15% - 25% (agak curam) dan bertemperatur sedang bersuhu 23° - 28° C serta hujan $\pm 3.000 - 3.500$ ml/tahun.

Desa Jurang memiliki batas-batas sebagai berikut:

- Sebelah utara : Desa Puyoh Dawe Kudus;
- Sebelah barat : Desa Gondosari Gebog Kudus;
- Sebelah selatan : Desa Besito Gebog Kudus;
- Sebelah timur : Desa Samirejo Dawe Kudus.

b. Luas Wilayah

Luas daerah/wilayah Desa Jurang seluas 261,004 hektar, meliputi:

- Tanah sawah : 139,000 ha;
- Pekarangan/bangunan : 29,000 ha;
- Tegalan dan Kebun : 78,520 ha;
- Lain-lain (sungai, kuburan, jalan) : 14,224 ha.

c. Pembagian wilayah RT terdiri 26 RT dan RW terdiri 6 RW, meliputi:

- RW 01 terdiri dari 3 RT;
- RW 02 terdiri dari 5 RT;
- RW 03 terdiri dari 5 RT;
- RW 04 terdiri dari 4 RT;
- RW 05 terdiri dari 6 RT;
- RW 06 terdiri dari 3 RT.

d. Gambaran Umum Demografis

Keadaan penduduk Desa Jurang sampai dengan bulan Desember 2016 sebagai berikut:

- Jumlah Kepala Keluarga : 2.210 KK
- Jumlah Penduduk
 - Laki-laki : 3.791 Orang
 - Perempuan : 4.041 Orang
 - Jumlah : 7.832 Orang
- Jumlah Penduduk menurut agama sebagai berikut:
 - Islam : 7.832 Orang
 - Kristen/Protestan : - Orang
 - Katholik : - Orang
 - Hindu : - Orang
 - Budha : - Orang
 - Jumlah : 7.832 Orang
- Data mutasi penduduk Desa Jurang Tahun 2016 sebagai berikut:
 - Kelahiran
 - Laki-laki : 26 Orang
 - Perempuan : 27 Orang
 - Jumlah : 53 Orang
 - Kematian
 - Laki-laki : 16 Orang
 - Perempuan : 17 Orang
 - Jumlah : 33 Orang
 - Pendetang
 - Laki-laki : 29 Orang
 - Perempuan : 41 Orang
 - Jumlah : 70 Orang

- Pindah
 - Laki-laki : 36 Orang
 - Perempuan : 38 Orang
 - Jumlah : 74 Orang
- Jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian sebagai berikut:
 - Petani : 75 Orang
 - Buruh tani : 51 Orang
 - Pengusaha : 35 Orang
 - Buruh industri : 1.060 Orang
 - Buruh bangunan : 970 Orang
 - Pedagang : 125 Orang
 - Pengangkutan : 23 Orang
 - PNS (Sipil/TNI/Polri) : 85 Orang
 - Pensiunan : 35 Orang
 - Lain-lain : 5.373 Orang
 - Jumlah : 7.832 Orang
- Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan sebagai berikut:
 - Tamat Perguruan Tinggi/Akademi : 396 Orang
 - Tamat SLTA/Sederajat : 1.482 Orang
 - Tamat SLTP/Sederajat : 1.490 Orang
 - Tamat SD/Sederajat : 2.093 Orang
 - Belum tamat SD/Sederajat : 2.364 Orang
 - Tidak sekolah : 4 Orang
 - Jumlah : 7.832 Orang
- Keadaan Aparat Pemerintahan Desa sampai dengan akhir bulan Desember 2014 sebagai berikut:
 - Kepala Desa : 1 Orang
 - Sekretaris Desa : 1 Orang
 - Kepala Urusan Umum : 1 Orang

- Kepala Urusan Keuangan : 1 Orang
- Kepala Urusan PEP : 1 Orang
- Kepala Kasi Pemerintahan : 1 Orang
- Kepala Kasi PPMD : 1 Orang
- Kepala Kasi Kesra : 1 Orang
- Kepala Dusun I : 1 Orang
- Kepala Dusun II : 1 Orang
- Kepala Dusun III : 1 Orang
- Jumlah : 10 Orang

Keadaan Aparat Pemerintahan Desa menurut Peraturan Desa Jurang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan Desa sampai dengan akhir bulan Desember 2016 ada 1 (satu) jabatan yang kosong, yaitu Kepala Seksi Pemerintahan di sebabkan ada penataan SOT yang baru.

Masing-masing Aparat Pemerintah Desa dalam menjalankan tugas, pokok dan fungsinya sesuai dengan SOT yang ada di Pemerintahah Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus.

Dalam rangka peningkatan pelayanan kepada masyarakat Desa dilakukan upaya peningkatan kapasitas pemerintahan Desa sebagai instrumen/lembaga pemerintahan agar mampu memberikan pelayanan sesuai dengan Standar Pelayanan Minimal (SPM) dengan didukung kelembagaan yang tertib, taat pada peraturan perundang-undangan, efektif, efisien, ekonomis, partisipatif, transparan, bertanggung jawab, adil, patut, bermanfaat untuk masyarakat Desa dan serta berorientasi pada kepuasan masyarakat Desa.¹

¹ Dokumen Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus hal. 4-7.

2. Sejarah Singkat Sophie Paris

a. Sophie Paris

Sophie Paris berdiri di Indonesia sejak tahun 1995. Saat ini, Sophie Paris memiliki lebih dari 400 Business Center (BC) yang tersebar di seluruh Indonesia dan program Sophie Paris Goes to Mall dengan showroom yang ada di Jakarta (Plasa Semanggi, Cijantung Mall, Kalibata City, Tamini Square, Citra Land, Blok M Square), Cimanggis, Tangerang City, Bogor, Medan, Surabaya dan Binjai.²

PT. Sophie Martin Indonesia didirikan di Jakarta pada tahun 1995 yang didirikan oleh suami istri berkebangsaan Perancis yang datang ke Indonesia, yaitu Bruno Hasson dan Sophie Martin. Pada saat itu Sophie Martin terdaftar dalam APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) dengan nama PT. Sophie Martin Indonesia dan *member ID* 0025/09/98. Pada awal pendirian memiliki modal dasar sebesar Rp. 100.000.000,-. Pada saat itu kantor pusatnya berada di Gedung HERO I lantai 3 Jl. Gatot Subroto Kav. 64 No. 177A Jakarta Selatan. Sophie Paris dengan melakukan *quality control* yang cukup ketat secara periodic, mulai dari control *hard copy* (seperti bahan aku dan pola) sampai control ke pabrikan.

Tahun 2008 merupakan tahun perubahan bagi Sophie Martin. Pada tahun itu Sophie Martin merubah namanya menjadi Sophie Paris, termasuk perusahaannya berubah menjadi PT. Sophie Paris Indonesia. Merek Sophie Martin sendiri tidak hilang, melainkan tetap menjadi salah satu merek dalam payung besar bernama Sophie Paris. Strategi perluasan merek ini dilakukan untuk merubah citra Sophie Paris yang identik dengan merek yang feminim, yang semula hanya menjual produk wanita, kini Sophie Paris menambahkan beberapa mereknya dengan menjual produk pria, remaja, dan anal-anak, hal ini juga dilakukan untuk memperluas segmen dan juga target pasarnya.

² Buku Panduan Member 1 hal. 8.

Lahirnya Sophie Paris dilandasi oleh sebuah semangat. Semangat baru untuk melakukan inovasi dan kreativitas dalam dunia *fashion* yang dinamis. Sophie Paris dibangun dengan budaya *good corporate*, kreatif, inovatif dan kerja keras. Kualitas, *design* dan ketelitian dalam merancang produk *fashion* yang sesuai *trendfashion* terkini telah menjadi keunggulan yang memberikan kepercayaan diri konsumen dalam menggunakan produk Sophie Paris.

Saat ini PT. Sophie Paris Indonesia memiliki jaringan pemasaran dengan lebih dari 2.000.000 anggota (*member*) aktif yang menjual lebih dari 50.000 produk sehari, lebih 500 unit pusat bisnis (*Bussines Centre*) yang tersebar di seluruh Indonesia. Setelah sukses mendirikan benteng di pasar dalam negeri, meliputi di Negara Malaysia, Filipina, Vietnam, Maroko dan semua produk Sophie Paris dijual melalui skema pemasaran *Multi Level* dengan catalog baru yang diterbitkan setiap 45 hari dengan lebih dari 1000 desain pakaian. Kini PT. Sophie Paris Indonesia sudah menempati gedung milik sendiri di Jl. Adyakasa Raya No. 33, Lebak Bulus, Jakarta Selatan.³

b. Visi

Saat ini Sophie Paris Indonesia telah merumuskan satu visi baru untuk mempersiapkan kita semua menghadapi tantangan yang akan datang dalam mencapai kesuksesan dan kebahagiaan.

Visi : Sophie Paris Delivers Happiness.

Makna dari visi ini yaitu Kami keluarga besar Sophie Paris percaya bahwa kebahagiaan di Sophie berawal dari semangat karyawan yang tercermin dari hasil kerja dan antusias mereka. Sophie Paris selalu member kejutan yang positif kepada setiap pelanggan dengan produk terbaik yang bervariasi dan pengalaman yang luar biasa. Member kami mendapatkan kesempatan untuk mengubah hidup mereka, meningkatkan taraf hidup dan memperoleh penghasilan yang

³ digilib.mercubuana.ac.id/manager/n!@file_skripsi/Isi4344891753775.pdf (20 Februari 2017)

lebih baik. Kami juga menjalin kerjasama jangka panjang yang saling menguntungkan dengan supplier dan tumbuh besar bersama mereka.⁴

c. Produk dan Brand

Untuk produk fashion yang dijual oleh Sophie Paris. Bagi konsumen wanita meliputi tas, dompet, pakaian, sepatu/sandal, jam tangan, ikat pinggang, kacamata, aksesoris, dan pakaian dalam. Untuk konsumen pria meliputi tas, pakaian, sepatu/sandal, jam tangan, ikat pinggang, dompet, kacamata, dan aksesoris. Dan konsumen anak-anak meliputi tas, pakaian, sepatu/sandal, jam, tangan, aksesoris dan kacamata. Untuk produk kosmetik nya meliputi make up, perawatan kulit, perawatan tubuh, perawatan rambut, wewangian, kesehatan, peralatan dan pouch.

Bagi brand Sophie Paris meliputi yang SAS (San Altesse Sophie) untuk perempuan berusia 25-35 tahun yang menyukai penampilan glamour dan selalu mengikuti trend fashion terbaru.⁵ Produknya seperti busana, tas dan aksesoris. Brand Sophie Martin Paris.

Mengedepankan desain yang chic, simplicity dan klasik. Variasi warna yang dipilih adalah warna netral sehingga sangat cocok untuk wanita dewasa yang ingin tampil fashionable tanpa terkesan berlebihan, brand ini terbagi dalam 3 lini, yaitu : signature, classic dan casual. Merek pertama yang dimiliki Sophie Paris untuk berpakaian sehari-hari para perempuan berusia 20-45 tahun.⁶

Untuk brand B&G. Label unisex yang diciptakan khusus bagi remaja mengungkap desain kotemporer bergaya high street. produknya sangat cocok dikenakan sehari - hari. diantaranya : kaos bergambar, dress, jeans, blouse, tas, sepatu dan aksesoris. Sangat cocok bagi generasi muda yang ingin tampil beda.

⁴ Buku Panduan Member 1 hal. 6.

⁵ Buku Panduan Member 1 hal. 12.

⁶ Buku Panduan Member 1 hal. 13.

A.L.I.V.E. Satu lagi brand unisex terbaru dari Sophie Paris untuk pria dan wanita yang mengusung gaya casual. Koleksi busana jeanswear yang terdiri dari jacket, kemeja, polo shirt serta hooded jacket menggunakan warna - warna seperti merah, biru dan biru donker ini sangat cocok dikenakan untuk kesempatan informal, selain itu koleksi tas yang dihadirkan pun tampil lebih gaya.

Brand make up dekoratif meliputi Sophie Martin Paris dengan pilihan warna trendi dan pilihan produk make-up yang lengkap dari koleksi Sophie Martin.⁷ Brand Muslimah rangkaian kosmetik yang halal dengan kandungan alami yang berkualitas. Temukian berbagai manfaat yang menghadirkan kecantikan yang sesungguhnya dan melindungi dengan aman sepanjang hari.⁸ Brand Sophie Series rangkaian produk yang memenuhi kebutuhan akan produk-produk make-up mendasar agar bisa tampil cantik natural dengan terjangkau.⁹ Brand Kluge rangkaian produk dengan formula ringan, cocok untuk para remaja yang ingin tampil menonjol kemasannya pun unik dan lucu.¹⁰ Brand Skin Care meliputi Muslimah. Aquacacteen Kaktus, Skin Radiant, Fairness, Perfectskin.¹¹

⁷ Buku Panduan Member 1 hal. 15.

⁸ Buku Panduan Member 1 hal. 16.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Buku Panduan Member 1 hal. 17.

d. Jenjang Karir

Peringkat pertama di Sophie Paris adalah Presiden.



Gambar 4.1

PERINGKAT PRESIDEN : dengan mendaftar sebagai member Sophie Paris, maka peringkat pertama anda adalah PRESIDEN. Anda akan mendapatkan satu buah kartu Eksklusif (Member Card Sophie) yang masa berlakunya seumur hidup, sehingga kartu keanggotaan Anda tidak ada perpanjangan atau bayar administrasi tahunan dan berlaku di seluruh Counter BC resmi (Bussines Centre) Sophie Paris di seluruh Indonesia. Dengan kartu keanggotaan ini, anda akan mendapatkan banyak sekali keuntungan, antara lain :

- 1) Diskon Langsung 30% dengan menunjukkan Kartu Member ketika berbelanja di Sophie Paris maka anda akan mendapatkan diskon langsung sebesar 30% untuk semua produk yang ada di katalog.¹²
- 2) Bonus Belanja Sendiri (BBS), sebagai member, anda bisa mendapatkan banyak keuntungan. Semakin banyak anda berbelanja, semakin besar BBS yang akan anda terima.¹³

¹² Buku Panduan Member 1 hal. 6.

¹³ *Ibid.*

- 3) Bonus Bulan Madu (BBM) : Rp. 25.000,- / orang bila anda mengajak teman bergabung sebagai member di Sophie Paris, maka anda akan mendapatkan Bonus Bulan Madu sebesar Rp. 25.000,-/orang. Bonus akan anda dapatkan apabila member baru tersebut berbelanja Rp. 500.000,- (HK) dalam satu bulan pertama sejak terdaftar sebagai member.¹⁴
- 4) Bonus Pendekatan (PDKT) : dengan bergabung sebagai member Sophie Paris, anda langsung berperingkat Presiden serta mendapatkan semua keuntungan di atas. Di Sophie Paris, anda bisa berkarir lebih tinggi dan akan mendapatkan keuntungan yang jauh lebih besar lagi dengan syarat yang sangat mudah, apabila anda bisa membina dan bekerja sama dengan member di bawah anda langsung.¹⁵
- 5) Bonus Royalti : Bonus ini akan anda dapatkan apabila sudah berada di peringkat Franchise sampai Executive Franchise. Untuk mendapatkan bonus ini, anda terlebih dahulu harus naik ke peringkat Franchise.¹⁶

Gambar 4.2

		PERINGKAT				
		Franchise	Silver Franchise	Gold Franchise	Diamond Franchise	Executive Franchise
S T A R A T	Jumlah Franchise Level 1	3 Franchise	4 Franchise	25 Franchise	50 Franchise	
	Nilai	1.000.000*	2.000.000*	3.000.000*	4.000.000*	6.000.000
K E U N T U N G A N	Royalti G-1**	5%	5%	5%	5%	5%
	Royalti G-2	-	4%	4%	4%	4%
	Royalti G-3	-	-	3%	3%	3%
	Royalti G-4	-	-	-	2%	2%
	Royalti G-5	-	-	-	-	1%

** Royalti G-1 = Royalti Generasi Pertama

¹⁴ Buku Panduan Member 1 hal. 7.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Buku Panduan Member 1 hal. 9.

Untuk memperoleh bonus royalti, anda perlu memenuhi 3 syarat di bawah ini :

- a) Tutup TPS anda sendiri sebesar Rp. 250.000,-
- b) Jumlah Franchise sesuai tabel diatas
- c) Tutup NBF sesuai tabel diatas¹⁷

Syarat naik peringkat menjadi franchise

Anda dapat naik peringkat ke Franchise jika memenuhi salah satu syarat di bawah ini:

- 1) Total Pembelanjaan Sendiri (TPS) dalam 1 bulan sebesar Rp. 6.000.000,- (HK)
- 2) Total Pembelanjaan Group (TPG) dalam 1 bulan sebesar Rp. 8.000.000,- (HK)
- 3) Total Pembelanjaan Group Akumulasi (TPGA) dalam 3 bulan berturut-turut sebesar Rp. 12.000.000,- (HK)
- 4) Sundulan: apabila posisi President dan salah satu Downline anda naik peringkat menjadi Franchise, maka secara otomatis akan menjadi Franchise. Hal ini terjadi karena penjualan Downline menjadi bagian dari TPG anda.¹⁸

B. Data Penelitian

1. Data mengenai Ketertarikan Konsumen terhadap Sistem Member dalam Pembelian Produk Sophie Paris

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti di lapangan dengan saudari Khoirin Nida sebagai konsumen member Produk Sophie Paris masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Awalnya saya cuma mencoba kan Sophie Paris mereknya sudah terkenal tapi yang buat saya tertarik untuk menjadi member karena diskon membernya dan harga juga terjangkau,

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Buku Panduan Member 1 hal. 8.

kalau butuh membeli kan dapat potongan harga secara langsung”¹⁹

Wawancara dengan saudara M. Nurus Shofa sebagai konsumen masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Belum tertarik pembelian dengan kartu member, karena kalau saya butuh beli produknya bisa melalui kakak saya yang menjadi member, toh saya juga mendapat potongan harga”.²⁰

Wawancara dengan saudari Erma Halida Noviarini sebagai member Sophie Paris masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Bermula saya sering nongkrong di rumah makan depan outlet Sophie Paris dan mencoba melihat-lihat apa yang dijual disana saat membeli produk Sophie Paris secara langsung karena memang belum pernah beli, lalu ditawari dengan menggunakan sistem member setelah saya pikir dan hitung biaya pendaftaran member, dengan fasilitas yang diperoleh, ternyata masih lebih murah dibawah harga katalog. Hal itu membuat saya tertarik mendaftarkan diri sebagai member.”²¹

Wawancara dengan saudari Khoirin Nikmah sebagai konsumen masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Kurang begitu minat menjadi member karena saya tidak ada waktunya buat pesan barang, ambil barang dan sebagainya. Jadi saya lebih milih nitip ke temana yang menjadi member aja belinya”.²²

¹⁹ Wawancara di rumah Saudari Khoirin Nida sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 4 Februari 2017.

²⁰ Wawancara di rumah Saudara Nurus Shofa sebagai konsumen produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 4 Februari 2017.

²¹ Wawancara di rumah Saudari Erma Halida Noviarini sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 4 Februari 2017.

²² Wawancara di tempat kerja Saudari Khoirin Nikmah sebagai konsumen produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 5 Februari 2017.

Wawancara dengan Ibu Musyarofah sebagai konsumen member Sophie Paris masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Dengan adanya kartu member itu saya ketika membeli dapat potongan harga yang lumayan tanpa harus menunggu promo”.²³

Wawancara dengan saudari Nurul Arina Afrianti sebagai konsumen masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Saya ini belinya langsung ke outlet, rencana ya mau daftar member saya setelah pembelian kali ini apalagi dengan penawaran potongan harga”.²⁴

Wawancara dengan saudari Novi Handayani sebagai member Sophie Paris masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Saya tertarik dengan sistem member karena dapat potongan harga, saya setiap membeli produk Sophie Paris selalu pakai kartu member”.²⁵

Wawancara dengan Ibu Mukarromah sebagai konsumen masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Kurang minat karena saya jarang membeli, pas saya beli itu ada promo jadi saya membeli lewat teman yang menjadi member”.²⁶

Dalam wawancara dengan Ibu Munti'ah sebagai konsumen member pada masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Mendaftarkan diri sebagai member karena dapat dijadikan bisnis dengan menggunakan kartu member mendapat potongan

²³ Wawancara di tempat kerja Ibu Musyarofah sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 5 Februari 2017.

²⁴ Wawancara di rumah saudari Nurul Arina Afrianti sebagai konsumen produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 6 Februari 2017.

²⁵ Wawancara di rumah saudari Novi Handayani sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 7 Februari 2017.

²⁶ Wawancara di rumah Ibu Mukarromah sebagai konsumen produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 8 Februari 2017.

30% setiap pembelian. Bagi konsumen lain yang ingin membeli produk Sophie Paris melalui saya atau menyuruh saya untuk membelikan.”²⁷

Mengenai hasil wawancara dari beberapa konsumen produk Sophie Paris di atas dapat dilihat bahwa ketertarikan konsumen terhadap sistem member dalam pembelian produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus ini berbeda-beda, ada yang sangat tertarik, sedikit tertarik bahkan tidak tertarik untuk menjadi member Sophie Paris. Mengingat kebutuhan dan keinginan masing-masing individu berbeda.

2. Data mengenai Faktor yang Berpengaruh dalam Sistem Member

Faktor yang berpengaruh untuk mendaftarkan menjadi member di Sophie Paris salah satunya dengan adanya penawaran potongan harga yang diperoleh setiap pembelian produk Sophie Paris saat menggunakan kartu member.

Dengan keuntungan potongan harga tersebut dapat dijadikan sebagai bisnis seperti halnya yang dilakukan oleh Ibu Munti’ah berikut wawancara dengan Ibu Munti’ah selaku konsumen member Sophie Paris:

“Mendaftar member ya karena ada diskonnya setiap pembelian produk Sophie Paris kapanpun itu kan dapat potongan 30% dan untuk saya produk yang sudah saya beli tersebut saya jual kembali ke konsumen lain yang tidak memiliki member dengan harga katalog atau dengan potongan harga 15% bagi mereka yang akan menjual kembali produk tersebut, kan saya dapat keuntungan disana yang bisa dijadikan lahan bisnis bagi saya dan lainnya”.²⁸

Konsumen yang melakukan pembelian untuk pribadi ini seperti Ibu Musyarofah melakukan pembelian karena keinginannya atau

²⁷ Wawancara di rumah Ibu Munti’ah sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 8 Februari 2017.

²⁸ Wawancara di rumah Ibu Munti’ah sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 8 Februari 2017.

kebutuhannya sebagai konsumen member pada masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, Ibu Musyarofah mengatakan :

“Dengan menjadi member saya bisa mendapat potongan harga setiap saya ingin membeli produk Sophie Paris, karena saya pribadi itu kalau butuh atau menginginkan barang tersebut beli, tanpa mikir bagaimana harganya atau apa dan itu saya sudah lama untuk menjadi konsumen Sophie Paris dengan kualitas yang bagus tapi sekarang kualitas berbeda.”²⁹

Sama halnya dengan Saudari Novi Handayani melakukan pembelian Produk Sophie Paris karena keinginan pribadinya dengan menggunakan kartu member :

“Dengan adanya kartu member saya dapat membeli produk apa saja yang saya inginkan dengan mendapat potongan harga jadi ketika ada produk yang suka bisa beli karena mendapat potongan harga yang lumayan”.³⁰

Wawancara dengan Khoirin Nida yang setiap melakukan pembelian Produk Sophie Paris dengan menggunakan kartu member :

“Kartu member yang saya miliki ini hanya untuk saya dan keluarga, karena mendapat potongan harga yang lumayan itu jadi anggota keluarga bisa membeli produk yang diinginkan melalui saya. Misal dari ibu saya suka memakai make-up Muslimah dari produk Sophie, kemudian kakak saya suka dengan model tas-tasnya sedangkan saya pribadi cocok di lipstiknya dan baju”.³¹

Wawancara dengan saudari Nurul Arina Afrianti sebagai konsumen masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

“Ketika saya dulu membeli ke outlet tanpa melalui kartu member, setelah saya pikir-pikir ternyata jauh lebih murah dan menguntungkan melalui kartu member disana saya nanti bisa

²⁹ Wawancara di rumah Ibu Musyarofah sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 4 Februari 2017.

³⁰ Wawancara di rumah Saudari Novi Handayani sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 7 Februari 2017.

³¹ Wawancara di rumah Saudari Khoirin Nida sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 4 Februari 2017.

menjadi kan selisihnya keuntungan dalam menjalani usaha kedepannya.”³²

Wawancara dengan Erma Halida Noviani yang melakukan pembelian Produk Sophie Paris dengan menggunakan kartu member :

“Setelah mengetahui sistem member yang diterapkan di Sophie Paris dengan potongan harga dan masa aktif kartu aktif selamanya tanpa saya harus selalu aktifasi, saya ingin nanti kedepannya bisa saya jadikan sampingan dengan melayani penjualan produk Sophie Paris ke teman-teman saya, karena sekarang juga kalau ingin melihat produk-produk terbarunya tidak harus membeli buku katalognya tetapi sudah bisa di akses melalui android yang kita miliki”.³³

Berbeda dengan Saudara Nurus Shofa yang melakukan pembelian produk Sophie karena kebutuhan :

“Saya membeli produk Sophie Paris tidak punya kartu member nya karena memang waktu itu saya dikasih lihat katalog Sophie Paris oleh kakak saya lihat-lihat saya butuh pas ada yang cocok daripada nyari di mall belum tentu nemu yang cocok makanya saya beli tadi ke kakak saya yang menjadi member”.³⁴

Demikian juga dengan Ibu Mukarromah melakukan pembelian produk Sophie Paris tanpa kartu member :

“Saya membeli tas dari produk Sophie Paris tanpa menggunakan kartu member karena jarang-jarang saya belinya dan waktu itu pas lihat barangnya cocok bagus jadi asal beli tanpa lewat kartu member tapi lewat teman yang menjadi member”.³⁵

Wawancara dengan saudari Khoirin Nikmah sebagai konsumen masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus mengatakan:

³² Wawancara di rumah saudari Nurul Arina Afrianti sebagai konsumen produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 6 Februari 2017.

³³ Wawancara di rumah Saudari Erma Halida Noviarini sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 4 Februari 2017.

³⁴ Wawancara di rumah Saudara Shofa sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 4 Februari 2017.

³⁵ Wawancara di rumah Ibu Mukarromah sebagai konsumen produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 8 Februari 2017.

“Dalam melakukan pembelian melalui teman yang memiliki kartu member mengingat waktu saya tidak banyak untuk melakukan pembelian langsung ke outlet. Jadi lebih memilih titip teman yang menjadi member.”³⁶

Hasil wawancara di atas dapat dilihat mengenai faktor yang berpengaruh dalam sistem member pada konsumen produk Sophie Paris masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus berbeda-beda ada yang mempengaruhi konsumen dan juga ada yang tidak melihat dari masing-masing konsumen tersebut.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis tentang Ketertarikan Konsumen terhadap Sistem Member dalam Pembelian Produk Sophie Paris

Berdasarkan observasi di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus beberapa masyarakat disana tertarik mengkonsumsi produk Sophie Paris karena kebutuhan akan barang fashion yang ditawarkan ada juga beranggapan karena merek Sophie Paris sudah terkenal. Selain itu, harga yang ditawarkan dengan sistem member berupa potongan harga dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk Sophie Paris.

Konsumen yang loyal merupakan aset yang penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Griffin menyatakan bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian secara teratur
- b. Melakukan pembelian disemua lini produk atau jasa
- c. Merekomendasikan produk lain

³⁶ Wawancara di tempat kerja Saudari Khoirin Nikmah sebagai konsumen produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 5 Februari 2017.

d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.³⁷

Ungkapan dari konsumen Sophie Paris saudari Nurul Arina Afrianti dia mengemukakan ketertarikannya dengan menjadi member Sophie Paris :

“Memang saya ketika membeli tas produk Sophie Paris tersebut dengan melakukan pembelian langsung ke outlet tanpa melalui member. Setelah saya mengetahui sistem yang diterapkannya rencana saya akan membeli lagi dengan mendaftarkan diri menjadi member. Dengan adanya potongan harga dari member tersebut dapat saya ambil keuntungan untuk dijadikan peluang bisnis.”³⁸

Dapat dilihat bahwa dengan sistem member yang diberlakukan tersebut menarik konsumen untuk ikut bergabung menjadi anggota member di Sophie Paris. Mengingat dia seorang mahasiswi berpikir untuk dijadikan peluang mendapatkan keuntungan dari potongan harga yang didapat tersebut dengan cara menjual kembali produk tersebut.

Tidak jauh berbeda konsumen yang bernama Erma Halida Noviarini :

“Bisa tertarik karena harga yang saya peroleh dari potongan tersebut lumayan, dengan model fashion yang dijual itu tidak pasaran. Jadi kartu member yang saya pakai itu dapat saya pakai lain waktu untuk membeli produk lain dari Sophie Paris.”³⁹

Ketertarikan konsumen berikut ini sama-sama dengan potongan harga tersebut, hanya saja untuk konsumen yang ini untuk konsumsi pribadi bukan bisnis dijual kembali. Dengan hal yang dilakukan konsumen-konsumen di atas dapat menjadikan mereka loyalitas terhadap merek.

³⁷ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian)*, Andi, Yogyakarta, 2013, hal. 105.

³⁸ Wawancara di rumah saudari Nurul Arina Afrianti sebagai konsumen produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 6 Februari 2017.

³⁹ Wawancara di rumah Saudari Erma Halida Noviarini sebagai konsumen member produk Sophie Paris di Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 4 Februari 2017.

Loyalitas merek diartikan sebagai sikap positif seorang konsumen terhadap suatu merek, konsumen memiliki keinginan kuat untuk membeli ulang merk yang sama pada saat sekarang maupun masa yang akan datang. Keinginan yang kuat tersebut dibuktikan dengan selalu membeli merek yang sama. Loyalitas merek sangat terkait dengan kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan akan mempengaruhi derajat loyalitas merek seseorang. Semakin puas seorang konsumen terhadap suatu merek, maka akan semakin loyal terhadap merek tersebut.

Mowen dan Minor mengemukakan bahwa ada dua pendekatan untuk memahami loyalitas merek, yaitu pendekatan perilaku dan pendekatan sikap. Pendekatan perilaku melihat loyalitas merk berdasarkan kepada pembelian merek. Metode porsi pembelian sering digunakan untuk mengukur loyalitas merek dalam penelitian konsumen. Metode ini menanyakan kepada konsumen mengenai pembelian produk selama periode tertentu, misalnya enam bulan atau satu tahun. Kemudian dicatat berapa kali suatu merek tersebut dibeli. Loyalitas merek ditentukan berdasarkan proporsi dari merek yang dibeli dibandingkan jumlah pembelian. Misalnya jika selama periode tersebut lebih dari 50% pembelian adalah merek A, maka konsumen dianggap sebagai loyal terhadap merek A.

Pendekatan kedua yaitu pengukuran sikap terhadap loyalitas merek. Pendekatan ini menentukan loyalitas merek berdasarkan sikap konsumen dan perilakunya. Konsumen yang loyal terhadap suatu merek adalah konsumen yang menyatakan sangat menyukai merek tersebut dan kemudian membeli dan menggunakan merek tersebut.⁴⁰

Untuk sistem member dalam pembelian produk Sophie Paris ketertarikannya konsumen masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus sudah banyak, mengingat setengah lebih dari responden yang diwawancarai telah melakukan pembelian dengan

⁴⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen)*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2013, hal. 391.

menggunakan sistem member. Potongan harga yang diperoleh setiap pembelian produk dan keuntungan-keuntungan lainnya setiap melakukan pembelian.⁴¹

2. Analisis tentang Faktor yang Berpengaruh dalam Sistem Member

Ketika konsumen sudah tertarik adanya sistem member yang diberlakukan oleh Sophie Paris otomatis akan berdampak dari harga yang mereka peroleh. Dari perolehan harga tersebut akan ada faktor yang berpengaruh di dalamnya. Yakni faktor-faktor yang mempengaruhi :

a. Faktor Budaya

Pengertian budaya sangat luas dan kompleks, berikut dikemukakan beberapa unsur budaya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk. Unsur-unsur tersebut terdiri dari : *Pertama*, Budaya : budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. *Kedua*, sub budaya : masing-masing budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, daerah geografis dan sebagainya. *Ketiga*, Kelas Sosial: kelas sosial terdiri dari :

- 1) Anggota masing-masing kelas sosial cenderung berperilaku lebih mirip satu sama lain.
- 2) Anggota kelas sosial lain dipandang lebih tinggi atau lebih rendah dari kelas sosial sendiri.
- 3) Kelas sosial seseorang ditandai oleh sejumlah variabel seperti pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Pada akhirnya kelas sosial tersebut akan mempengaruhi daya beli dan minat anggota kelas tersebut terhadap suatu produk.⁴²

⁴¹ Observasi konsumen Sophie Paris pada masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus, tanggal 4 Februari 2017.

⁴² Ekawati Rahayu N., *Manajemen Pemasaran*, DIPA STAIN KUDUS, Kudus, 2008, hal. 68.

b. Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial.⁴³

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.⁴⁴

Dalam kasus pembelian produk fashion dari Sophie Paris ini konsumen masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus dengan menggunakan sistem member berdampak pada faktor pribadi, karakteristik pekerjaan. Dimana terdapat konsumen yang melakukan pembelian tas disesuaikan dengan warna seragam kerja, bisa dibayangkan akan ada berapa jumlah tas atau sepatu untuk menyeragamkan seragam kerja tersebut. Bagi konsumen yang menjadi member otomatis untuk memenuhi hasrat pembelian tersebut tidak merasa keberatan karena setiap pembelian mendapat potongan harga yang lumayan.

Hal ini dapat menjadikan konsumen biasa lebih konsumtif ke produk Sophie Paris yang bermula hanya mengkonsumsi saat membutuhkan sekarang dapat dijadikan gaya hidup. Mengikuti beriringnya zaman fashion bukan lagi untuk melindungi tubuh dari terik matahari dan cuaca, saat ini fashion juga berfungsi sebagai gaya hidup atau biasa disebut *lifestyle*. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.⁴⁵

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ *Ibid.*, hal. 69.

⁴⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi milenium, Indeks, Jakarta, 2004, hal. 192.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi.⁴⁶

Sebagai konsumen yang konsumtif masyarakat Desa Jurang Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus masih ditaraf wajar tidak berlebihan. Meskipun sangat menguntungkan bagi anggota member produk Sophie Paris setiap melakukan pembelian suatu produknya.

Yang termasuk batasan konsumsi dalam syariah adalah pelanggaran *isyraf* atau berlebih-lebihan. Perilaku *isyraf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian, Islam tetap membolehkan seorang Muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran.⁴⁷ Dalam Alqur'an surat Al-A'raf ayat 31 dikatakan :

وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya : “Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf : 31).⁴⁸

⁴⁶ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2006, hal. 12.

⁴⁷ *Ibid.*, hal.15.

⁴⁸ *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Proyek Pengadaan Kitab Suci Dep. Agama Republik Islam , Jakarta, 1982, hal. 225.

Dijelaskan pula dalam Al-qur'an surat Al-Maidah ayat 87 :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ

اللَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. (QS. Al-Maidah : 87).*⁴⁹

Arti penting yang dapat dipelajari dari ayat-ayat di atas adalah kenyataan bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia tersebut. Banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena *israf*, di antaranya adalah inefisiensi pemanfaatan sumber daya, egoisme, *self interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri.⁵⁰

⁴⁹ *Ibid*, hal. 176.

⁵⁰ *Op.Cit*, Muhammad Muflih, hal. 16-17.