

**PERUBAHAN POLA KONSUMSI MASYARAKAT PASCA
BERDIRINYA PASAR SORE DI DESA DAWUHAN
MANGLI SUKOWONO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

Oleh:

**SULIS HAMNIATUR ROHMAH
NIM : E20172086**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

JUNI 2023

**PERUBAHAN POLA KONSUMSI MASYARAKAT PASCA
BERDIRINYA PASAR SORE DI DESA DAWUHAN
MANGLI SUKOWONO**

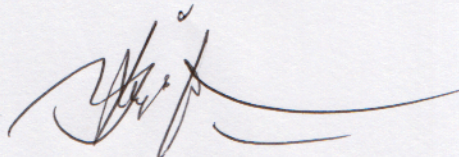
SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Sulis Hamniatur Rohmah
NIM:E20172086

Disetujui dosen pembimbing :



Muhammad Saiful Anam, M.Ag.
NIP:1971111420031001

**PERUBAHAN POLA KONSUMSI MASYARAKAT PASCA
BERDIRINYA PASAR SORE DI DESA DAWUHAN
MANGLI SUKOWONO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Jumat

Tanggal: 9 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris




Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, M.Si
NIP.197509052005012003



Mohammad Mirza Pratama, S.ST.,M.M
NUP.201907180

Anggota:

1. Prof. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM
2. Muhammad Saiful Anam, M.Ag



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si
NIP.196808072000031001

MOTTO

QS. Al Fathir Ayat 29:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا
وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورًا

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca Kitab Allah (Al-Qur'an) dan melaksanakan salat dan menginfakkan sebagian rezeki yang Kami anugerahkan kepadanya dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perdagangan yang tidak akan rugi".¹



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹ QS. Al Fathir Ayat 29

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak dan Ibu tercinta Nito dan Suryati yang telah mendidikku dari sejak kecil sampai sekarang ini. Terimakasih telah memberikan motivasi dan semangat dalam menata masa depanku.
2. Kakak kandungku tercinta “Abdur Rosi” yang sudah mendo’akanku sehingga sampai saat ini dan selalu mengingatkanku untuk rajin kuliahnya.
3. Sahabat-sahabatku tercinta Zuhriatul Maqbula, Ratna Wulandari, Ade Yeni PS, Lailatul Mufidah, Ulfatul Hasanah, Helmiyah Wulandari, Hamidah, Erni Susanti, Lailatul fitriah, dll yang telah memotivasi dan mendukung saya sampai ketitik ini.
4. Keluarga besar Pondok Pesantren Nurul Qarnain yang sudah mensupportku dan memberikan dorongan motivasi bagiku supaya saya lebih baik kedepannya.
5. Keluarga besar kelas ES 02 yang sudah menemani hari-hariku belajar dalam sebuah ruang kelas dengan penuh kebersamaan pada saat proses perkuliahan, yang juga teman-teman seperjuangan, keceriaan dan canda tawa kita lalui bersama.
6. Untuk Almamaterku UIN KH Achmad Siddiq Jember tercinta.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segenap puji syukur Alhamdulillah penulis sampaikan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi dengan judul “Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Pasca Berdirinya Pasar Sore Di Desa Dawuhan Mangli Sukowono” sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana strata 1 (S1) dapat terselesaikan dengan lancar. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan yang baik dan membawa kita dari jalan yang sesat kepada jalan kebenaran.

Kesuksesan dalam penyelesaian skripsi ini dapat penulis peroleh karena dukungan dan bantuan banyak pihak. Dengan demikian, penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya dan penghargaan yang tulus kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor UIN KH Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ruang terbuka untuk belajar di UIN KH Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifai'i, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh. S. H.I., M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam
4. Bapak M.F. Hidayatullah, M. S.I. selaku Kaprodi Ekonomi Syariah
5. Bapak Muhammad Saiful Anam, M. Ag selaku Dosen pembimbing.

6. Bapak Rudik Zainuddin Selaku Kepala Desa Dawuhan Mangli.
7. Seluruh Masyarakat desa Dawuhan Mangli dan para pedagang di Pasar Sore.
8. Segenap dosen, karyawan, dan satpam UIN KH Achmad Siddiq Jember yang telah ikhlas melayani segala urusan akademik.

Setelah melalui beberapa tahapan rintangan dalam penyusunan skripsi ini, tiada kata yang pantas untuk penulis ungkapkan selain rasa syukur yang tiada batas kepada-Nya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis hanya berharap ridho Allah SWT, semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan barokah di dunia dan di akhirat, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. *Amin ya robbal almin.*

Akhirnya semoga segala amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT. Amin.

Jember, Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Sulis Hamniatur Rohmah, 2022. *Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Pasca Berdirinya Pasar Sore Di Desa Dawuhan Mangli Sukowono*, Pembimbing: *Muhammad Saiful Anam, M. Ag.*

Kata Kunci: *Pola Konsumsi, Masyarakat, Pasar, Dawuhanmangli Sukowono.*

Perilaku konsumsi merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian. Setiap konsumen memiliki karakter berbelanja per-individunya hal tersebut bisa disebut juga dengan perilaku konsumsi. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi, salah satunya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Fokus dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?, 2) Bagaimana pola konsumsi masyarakat pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?, 3) Apa saja faktor-faktor penyebab perubahan pola konsumsi pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mendeskripsikan pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono, 2) Mendeskripsikan pola konsumsi masyarakat pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono, 3) Mendeskripsikan faktor-faktor penyebab perubahan pola konsumsi pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, observasi partisipasi pasif dan dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, pengumpulan data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini yaitu: 1) Pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore terbatas dikarenakan lokasi ke pasar lumayan jauh. 2) Pola konsumsi masyarakat setelah berdirinya pasar sore yaitu menjadikan masyarakat Dawuhan Mangli lebih konsumtif. Adanya pasar sore di Dawuhan Mangli sangat memudahkan masyarakat untuk berbelanja dengan beberapa alasan, seperti letak geografis, akomodasi dan harga yang murah. selain itu segala kebutuhan lengkap tanpa harus pergi ke toko lain lagi untuk membeli kebutuhan lainnya, tinggal datang ke pasar sore Desa Dawuhan Mangli, 3) Faktor yang menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat Desa Dawuhan Mangli pasca berdirinya pasar sore adalah 1) faktor sosial yaitu terkait keadaan ekonomi. 2) faktor psikologis yaitu setiap orang akan mendahulukan kebutuhan pokok dari pada kebutuhan lainnya yang kurang menjadi prioritas.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Definisi Istilah.....	13
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kajian Teori.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
B. Lokasi Penelitian.....	55

C. Subyek Penelitian.....	55
D. Teknik Pengumpulan Data.....	57
E. Teknik Analisis Data.....	58
F. Keabsahan Data.....	59
G. Tahap-tahap Penelitian.....	60
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	62
A. Gambaran Objek Penelitian	62
B. Penyajian Data dan Analisis.....	69
C. Pembahasan Temuan.....	85
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran-saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan dan persamaan 24

Tabel 1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi 28



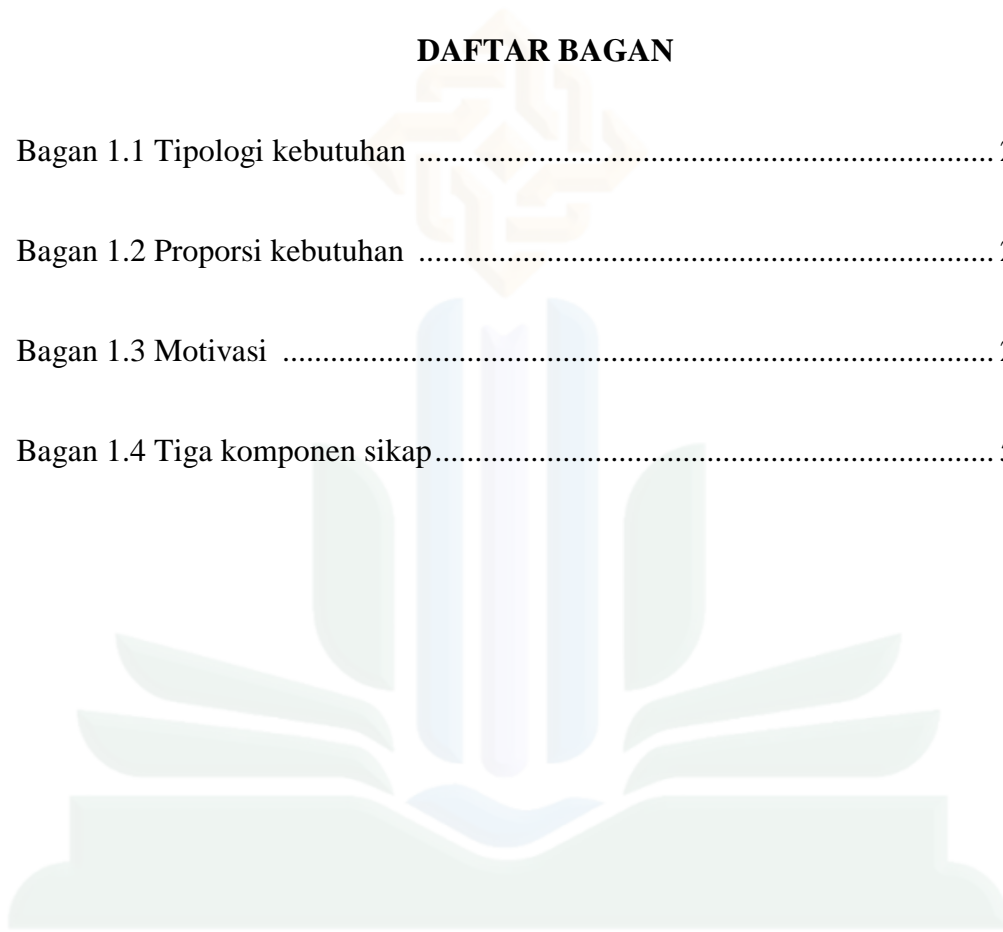
UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Tipologi kebutuhan	23
Bagan 1.2 Proporsi kebutuhan	24
Bagan 1.3 Motivasi	27
Bagan 1.4 Tiga komponen sikap.....	51



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian merupakan salah satu kekuatan utama baik di luar negeri maupun di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya perekonomian secara global memaksa Indonesia untuk ikut meningkatkan perekonomiannya. Salah satu yang ditingkatkan dalam membantu perekonomian Indonesia adalah pasar. Pasar termasuk salah satu hal yang sangat berdampak pada perekonomian karena sebagian besar bahkan semua masyarakatnya cenderung lebih suka melakukan kegiatan di pasar, baik itu berbelanja, berbisnis, berjualan atau sebatas mencari tempat untuk makan dan bersantai. Pasar di era globalisasi ini menjadi hal yang sangat penting karena semakin banyaknya perdagangan secara global dengan negara-negara lain.²

Pada mulanya pasar merupakan tempat di mana para penjual dan para pembeli dapat bertemu untuk jual beli barang. Para penjual menawarkan barang dengan harapan dapat laku terjual sedangkan para konsumen datang ke pasar untuk berbelanja.³ Pasar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang atau jasa. merupakan sebuah tempat yang paling umum didatangi oleh semua orang. Kegiatan yang utama dilakukan di pasar adalah kegiatan transaksi jual beli, mulai dari pasar tradisional, pasar modern, dan pasar dunia maya

² M. Fathorrozi. *Teori Ekonomi Mikro*, (Salemba Empat. Jakarta, 2013), 34

³T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Kanisius, 2004), 109.

didalamnya pasti terjadi kegiatan transaksi antara produsen dan konsumen.⁴

Pasar semakin bermacam-macam salah satu sebabnya adalah daya beli atau konsumsi masyarakatnya yang selalu berubah-ubah. Dengan hal itu pasar menyediakan apa yang dibutuhkan oleh para konsumen. Konsumsi adalah bentuk perilaku yang mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Kebutuhan tersebut mencakup dalam kegiatan menggunakan, memakai, memakan atau menghabiskan barang atau jasa.⁵

Covid'19 merupakan virus yang mewabah di seluruh dunia, mampu memberhentikan serta merusak laju perekonomian di Indonesia salah satunya di Kabupaten Jember.

Tabel 1.1

Daftar kecamatan dan Desa di Kabupaten Jember:

Kecamatan	Jumlah Desa	Status	Daftar Desa/Kelurahan
Ajung	7	Desa	Ajung Klompangan Mangaran Pancakarya Rowoindah Sukamakmur Wirowongso
Ambulu	7	Desa	Ambulu Andongsari Karang Anyar Pontang

⁴ Boediono, *Ekonomi Mikro*. BPFE.Yogyakarta, 2012), 14

⁵ H. Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam (Seni Berbisnis Keberkahan)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 34.

Kecamatan	Jumlah Desa	Status	Daftar Desa/Kelurahan
			Sabrang Sumberejo Tegalsari
Arjasa	6	Desa	Arjasa Biting Candijati Darsono Kamal Kemuning Lor
Bangsalsari	11	Desa	Badean Bangsalsari Banjarsari Curahkalong Gambirono Karangsono Langkap Petung Sukorejo Tisnogambar Tugusari
Balung	8	Desa	Balung Kidul Balung Kulon Balung Lor Curahlele Gumelar Karangduren Karang Semanding Tutul
Gumukmas	8	Desa	Bagorejo Gumukmas Karangrejo Kepanjen Mayangan Menampu Purwoasri Tembokrejo
Jelbuk	6	Desa	Jelbuk Panduman Sucopangepok Sugerkidul Sukojember Sukowiryono
Jenggawah	8	Desa	Cangkring Jatimulyo

Kecamatan	Jumlah Desa	Status	Daftar Desa/Kelurahan
			Jatisari Jenggawah Kemuningsari Kidul Kertonegoro Sruni Wonojati
Jombang	6	Desa	Jombang Keting Ngampelrejo Padomasan Sarimulyo Wringinagung
Kalisat	12	Desa	Ajung Gambiran Glagahwero Gumuksari Kalisat Patempuran Plalangan Sebanen Sukoreno Sumberjeruk Sumberkalong Sumberketempa
Kaliwates	-	Kelurahan	Jember Kidul Kaliwates Kebon Agung Kepatihan Mangli Sempusari Tegal Besar
Kencong	5	Desa	Cakru Kencong Kraton Paseban Wonorejo
Ledokombo	10	Desa	Karangpaiton Ledokombo Lembengan Slateng Sukogidri Sumberanget Sumberbulus Sumberlesung Sumpersalak

Kecamatan	Jumlah Desa	Status	Daftar Desa/Kelurahan
			Suren
Mayang	7	Desa	Mayang Mrawan Seputih Sidomukti Sumberkejayan Tegalwaru Tegalrejo
Mumbulsari	7	Desa	Karang Kedawung Kawangrejo Lampeji Lengkong Mumbulsari Suco Tamansari
Panti	7	Desa	Glagahwero Kemiri Kemuningsari Lor Pakis Panti Serut Suci
Pakusari	7	Desa	Bedadung Jatian Kertosari Pakusari Patemon Subo Sumberpinang
Patrang	-	Kelurahan	Banjarsengon Baratan Bintoro Gebang Jemberlor Jumerto Patrang Slawu
Puger	12	Desa	Bagon Grenden Jambearum Kasiyan Kasiyan Timur Mlokorejo Mojomulyo

Kecamatan	Jumlah Desa	Status	Daftar Desa/Kelurahan
			Mojosari Puger Kulon Puger Wetan Wonosari Wringintelu
Rambipuji	8	Desa	Curahmalang Gugut Kaliwining Nogosari Pecoro Rambigundam Rambipuji Rowotamtu
Semboro	6	Desa	Pondokdalem Pondokjoyo Rejoagung Semboro Sidomekar Sidomulyo
Silo	9	Desa	Garahan Harjomulyo Karangharjo Mulyorejo Pace Sempolan Sidomulyo Silo Sumberjati
Sukorambi	5	Desa	Dukuhmencek Jubung Karangpring Klungkung Sukorambi
Sukowono	12	Desa	Arjasa Balet Baru Dawuhanmangli Mojogemi Pocangan Sukokerto Sukorejo Sukosari Sukowono Sumberwringin Sumberdanti Sumberwaru

Kecamatan	Jumlah Desa	Status	Daftar Desa/Kelurahan
Sumberbaru	10	Desa	Gelang Jambesari Jamintoro Jatiroto Kaliglagah Karangbayat Pringgowirawan Rowotengah Sumberagung Yosorati
Sumberjambe	9	Desa	Cumedak Gunungmalang Jambearum Plerean Pringgondani Randuagung Rowosari Sumberjambe Sumberpakem
Sumbersari	-	Kelurahan	Antirogo Karangrejo Kebonsari Kranjingan Sumbersari Tegalgede Wirolegi
Tanggul	8	Desa	Darungan Klatakan Kramat Sukoharjo Manggisan Patemon Selodakon Tanggul Kulon Tanggul Wetan
Tempurejo	8	Desa	Andongrejo Curahnongko Curahtakir Pondokrejo Sidodadi Sanenrejo Tempurejo Wonoasri
Umbulsari	10	Desa	Gadingrejo Gunungsari Mundurejo

Kecamatan	Jumlah Desa	Status	Daftar Desa/Kelurahan
			Paleran Sidorejo Sukoreno Tanjungsari Tegalwangi Umbulrejo Umbulsari
Wuluhan	7	Desa	Ampel Dukuhdempok Glundengan Kesilir Lojejer Tamansari Tanjungrejo
TOTAL	226		

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember.

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui bahwa Kabupaten Jember mempunyai 226 Desa. Salah satunya menjadi objek penelitian peneliti yaitu Kecamatan Sukowono Desa Dawuhanmangli. Sukowono merupakan daerah yang memberi dampak terhadap penutupan pasar utama. Sehingga para pedagang kecil berinisiatif untuk berpindah tempat berdagang. Alasan peneliti memilih Desa Dawuhanmangli Kecamatan Sukowono karena memiliki pasar yang berbeda dengan desa lainnya. Dimana berdasarkan hasilobservasi awal, di Desa Dawuhanmangli in terdapat pasar sore.

Tabel 1.2
Pelaksanaan Pasar

No.	Desa	Pasar
1.	Arjasa	Pagi
2.	Balet Baru	Tidak ada pasar
3.	Dawuhanmangli	Sore

4.	Mojogemi	Pagi
5.	Pocangan	Pagi
6.	Sukokerto	Tidak ada pasar
7.	Sukorejo	Pagi
8.	Sukosari	Pagi
9.	Sukowono	Pagi
10.	Sumberwringin	Pagi
11.	Sumberdanti	Pagi
12.	Sumberwaru	Pagi

(Sumber: Data Di Olah)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa Desa Dawuhanmangli terdapat pasar sore. Pasar sore adalah pasar yang terbentuk secara tidak sengaja di daerah Desa Dawuhan Mangli dikarenakan ada beberapa pedagang yang berjualan di situ dan semakin lama semakin banyak. Memberi dampak pada tingkat konsumsi masyarakat menjadi semakin tinggi, karena adanya komoditas barang jualan yang lebih segar dengan harga yang terjangkau.

Perilaku konsumsi merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan dalam pembelian.⁶ Setiap konsumen memiliki karakter berbelanja per-individunya hal tersebut bisa disebut juga dengan perilaku konsumsi. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi, salah satunya adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor budaya memberi pengaruh yang paling luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen. Selanjutnya yang mempengaruhi

⁶ M. Anang Firmasyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 2.

perilaku konsumsi dalam memutuskan membeli adalah faktor sosial. Perilaku konsumsi dari faktor sosial seperti keluarga, peran dan status sosial. Perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor pribadi, faktor ini merupakan gabungan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Selanjutnya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah faktor psikologis yang merupakan cara yang digunakan untuk mengenali, mengumpulkan dan menganalisa informasi.⁷

Konsumsi dalam Islam mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi pada umumnya mencakup keperluan, kesenangan dan kemewahan. Islam memberikan aturan tentang konsumsi akan tetapi bukan berarti Islam melarang umat-nya untuk menikmati rezeki yang diberikan oleh Allah, akan tetapi mengaturnya agar supaya kegiatan konsumsi mencapai maslahat yang dapat dirasakan seluruh umat manusia baik di dunia maupun di akhirat.⁸

Perilaku konsumsi sangat beragam tidak lepas dari manfaat dan fungsinya dalam mempermudah kegiatan perekonomian dalam memutuskan pembelian suatu barang. Maka dengan adanya perilaku tersebut pasti ada manfaat dan permasalahan yang timbul akibat perilaku konsumsi. Fenomena ini tentunya sangat menarik untuk diteliti. Oleh karena itu, peneliti ingin mengadakan penelitian untuk mengkaji lebih dalam mengenai **“Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Pasca Berdirinya Pasar Sore Di Desa Dawuhan Mangli Sukowono”**.

⁷ Astri Rumondang, dkk, *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2000), 43.

⁸ Machmud, *Ekonomi Islam Untuk Dunia Yang Lebih Baik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 119.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi pokok masalah bagaimana “Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Pasca Berdirinya Pasar Sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?”.

Adapun fokus masalah yang menjadi pusat kajian dalam penelitian ini meliputi:

1. Bagaimana pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?
2. Bagaimana pola konsumsi masyarakat pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?
3. Apa saja faktor-faktor penyebab perubahan pola konsumsi pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono.
2. Untuk mengetahui pola konsumsi yang terjadi pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono.
3. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor penyebab perubahan pola konsumsi pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk pihak-pihak terkait dalam mempelajari perubahan pola konsumsi masyarakat dalam mengembangkan perekonomian Indonesia dari segi yang lebih menguntungkan negara Indonesia.
- b. penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi bagi masyarakat yang ingin mengetahui proses perubahan pola konsumsi.

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi peneliti

- 1) Untuk peneliti dapat menambah pengalaman dan juga wawasan dalam membuat karya tulis ilmiah baik secara teori maupun praktek, serta menambah bekal peneliti untuk membuat penelitian selanjutnya.

b. Bagi masyarakat

- 1) Peneliti berharap agar dapat memberikan informasi bacaan dan pengetahuan secara akademis mengenai perubahan pola konsumsi yang terjadi dipasar sore Desa Dawuhan Mangli Sukowono serta memberikan informasi lebih lanjut untuk mengenai permasalahan ini.

c. Bagi mahasiswa

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
- 2) Dapat menjadi literatur dalam pengerjaan karya ilmiah khususnya untuk menambah literatur pada perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH Achmad Siddiq Jember.

E. Definisi Istilah

Berdasarkan fokus penelitian, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perubahan pola konsumsi

Perubahan adalah peralihan dari suatu keadaan ke keadaan lainnya disebabkan suatu masalah.

Pola adalah bentuk (struktur) yang tetap, sedangkan konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh individu/kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan.

Jadi perubahan pola konsumsi adalah perubahan pola pengeluaran yang dilakukan oleh individu/kelompok untuk memenuhi kebutuhannya.

2. Masyarakat

Masyarakat adalah sekelompok manusia yang terjalin erat karena sistem tertentu, konvensi dan hukum tertentu yang sama, serta mengarah pada kehidupan kolektif.

3. Pasar Tradisional

Pengertian pasar dalam KBBI pasar merupakan tempat sekumpulan orang melakukan transaksi jual beli yang diadakan oleh sebuah organisasi atau perkumpulan dan sebagainya dengan maksud untuk dapat mencari derma.

Tradisional adalah sikap dan cara berpikir serta bertindak yang selalu berpegang teguh kepada norma dan adat kebiasaan yang ada secara turun temurun menurut tradisi (adat).

Jadi, pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi secara langsung, dengan bangunan yang biasanya masih terdiri dari kios atau gerai dengan pedagang asli pribumi.

F. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan berguna untuk mempermudah dalam pembahasan isi, maka peneliti disini menguraikan bab-bab agar mempermudah pemahaman dalam pembahasan ini dan masing-masing bab terdapat beberapa bahasan yang lebih terperinci yaitu:

BAB I, Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian kepustakaan yang berisi tentang penelitian terdahulu dan kajian teori

BAB III Metode penelitian berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian

BAB IV Penyajian data dan analisis berisi tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pembahasan temuan.

BAB V Penutup atau kesimpulan dan saran berisi tentang kesimpulan dan saran.

Bagian akhir berisi tentang daftar pustaka, pernyataan keaslian tulisan dan lampiran-lampiran.⁹

⁹ STAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: STAIN, 2011), 42.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Dalam proses penelitian dibutuhkan sumber-sumber dari penelitian terdahulu tujuannya adalah untuk menindak lanjuti dari penelitian sebelumnya dan untuk menghindari adanya *plagiarisme*, selain itu juga dapat membantu peneliti untuk membedakan hasil penelitiannya dengan penelitian yang lain.¹⁰

1. Skripsi Ely Ratnasari Tahun 2021 Dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Dengan Judul Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu Di Desa Banglas Kec.Tebing Tinggi Kab.Kepulauan Meranti¹¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian mie sagu didesa banglas kec. tebing tinggi kab. Kepulauan meranti. Metode pemilihan sampel penelitian ini menggunakan purposive sampling sehingga diperoleh 54 responden. Metode analisis data pada penelitian ini adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis dilakukan dengan pengujian parsial (uji t), pengujian simultan (uji f) dan koefisien determinasi (R^2) dengan alat uji SPSS versi 21 for windows. Dari hasil penelitian menunjukkan pertama faktor budaya nilai thitung sebesar

¹⁰ Didin Fatihudin, *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 48.

¹¹ Ely Ratnasari *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu Di Desa Banglas Kec.Tebing Tinggi Kab.Kepulauan Meranti*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, 2021.

9,044, dimana thitung 9,044 >ttabel 2,009 , dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 berada lebih kecil pada $\alpha = 0,05$. Maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa faktor budaya(X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua, faktor sosial nilai thitung sebesar 9,261 dimana thitung 9,261 >ttabel 2,009, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 berada lebih rendah pada $\alpha = 0,05$. Maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa faktor sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ketiga, faktor pribadi nilai thitung sebesar 2,732 dimana thitung 2,732 >ttabel 2,009, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 berada lebih rendah pada $\alpha = 0,05$. Maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa faktor pribadi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keempat, faktor psikologis nilai thitung sebesar 3,775 dimana thitung 3,775 >ttabel 2,009, dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 berada lebih rendah pada $\alpha = 0,05$. Maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa faktor psikologis (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Skripsi Faini Dawati Tahun 2020 dari Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Dengan Judul Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslim Di Pasar Aceh.¹² Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian produk pakaian muslim di Pasar Aceh. Penelitian

¹² Faini Dawati. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslim Di Pasar Aceh*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020.

ini menggunakan metode kuantitatif dan Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel insidental, yaitu pengambilan sampel secara acak siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peniliti. Hasil pengolahan data penelitian diperoleh bahwa secara parsial faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian muslim di Pasar Aceh dengan nilai $t_{hitung} 6,397 >$ dari $t_{tabel} 1,984$. Faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian muslim di Pasar Aceh dengan nilai $t_{hitung} 11,851 >$ dari $t_{tabel} 1,984$. Faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian muslim di Pasar Aceh dengan nilai $t_{hitung} 7,139 >$ dari $t_{tabel} 1,984$, dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian muslim di Pasar Aceh dengan nilai $t_{hitung} 9,006 >$ dari $t_{tabel} 1,984$. Sedangkan secara simultan budaya, sosial, pribadi dan psikologi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian muslim di Pasar Aceh

3. Skripsi Mustapa Husein Sinaga Tahun 2020 dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Dengan Judul Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mitra Iqra' Plus (Asuransi Pendidikan) Pada Pt. Asuransi Jiwa Syari'ah Bumiputera, Kantor

Pemasaran Syari'ah Medan¹³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Mitra Iqra' Plus pada PT. Asuransi Jiwa Syari'ah Bumiputera KPS Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan data primer melalui penyebaran kuisioner kepada 100 nasabah sebagai sampel dengan jumlah populasi 1.970 nasabah, teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin dengan pengukuran Skala Likert. Data diproses melalui Program SPSS V 20.0 dengan teknis analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Mitra Iqra' Plus PT. Asuransi Jiwa Syari'ah Bumiputera KPS Medan, dari hasil uji t membuktikan secara parsial variabel perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 8,581 > t_{tabel} 1,66055$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.

4. Skripsi Khotim Fadhli Tahun 2021 dari Universitas KH. A. Wahab Hasbulla dengan judul Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Penerima Bantuan Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19. Penelitian Ini bertujuan untuk melakukan analisis mengenai perubahan pola konsumsi masyarakat terdampak pandemi covid-19 yang menerima bantuan sosial pada masa pandemi covid-19. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan variabel yang

¹³ Mustapa Husein Sinaga, *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mitra Iqra' Plus (Asuransi Pendidikan) Pada Pt. Asuransi Jiwa Syari'ah Bumiputera*, Kantor Pemasaran Syari'ah Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2020

digunakan yaitu pendapatan (X1), gaya hidup (X2), dan pola konsumsi (Y). Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat desa Tembelang yang memperoleh atau menerima bantuan sosial covid-19 (BLT DD) sebanyak 154 responden. Sampel diambil dengan menggunakan teknik random sampling yang diambil sebanyak 61 responden. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 26. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji parsial dan uji simultan. Hasilnya diperoleh bahwa secara parsial pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat penerima bantuan sosial pada masa pandemi covid-19. Sementara, gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat penerima bantuan sosial pada masa pandemi covid-19. Dan secara simulatan, pendapatan bersama gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat penerima bantuan sosial pada masa pandemi covid-19. Analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien (0,146) yang artinya pengaruh terhadap pola konsumsi dijelaskan sebesar 14,6% oleh pendapatan dan gaya hidup, sedangkan pengaruh terhadap pola konsumsi lainnya sebesar 84,5 %, kemudian sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini

5. Skripsi Rasyid Sanjani Tahun 2018 dari Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang

Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa Indekost Di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2017-2018.¹⁴ penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi mahasiswa indekos di Kota Makassar. Data penelitian ini diperoleh dari kuisioner (primer) dan beberapa observasi serta wawancara langsung dengan pihak yang terkait yaitu kepada mahasiswa yang tinggal di rumah kos di wilayah Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R square adalah sebesar 0,827 yang berarti bahwa 82,7 % konsumsi mahasiswa indekos dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel yang dijelaskan dalam model. Secara parsial variabel uang saku (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indekos di Kota Makassar, variabel Jurusan (X2) berpengaruh secara tidak signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indekos di Kota Makassar dan variabel Jenis Kelamin (X3)

6. Skripsi Mariana Avrilia tahun 2018 dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Perilaku Konsumtif Remaja di Rungkut Lor Surabaya Pasca Berdirinya Transmart”.¹⁵ Fokus masalah dalam penelitian ini adalah, 1) Bagaimana perubahan perilaku remaja di Rungkut Lor Surabaya sebelum dan pasca berdirinya Transmart, 2) Bagaimana dampak perilaku konsumtif remaja di Rungkut Lor pasca berdirinya Transmart. Metode penelitian yang digunakan dalam

¹⁴ Rasyid Sanjani P *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa Indekost Di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2017-2018*, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.

¹⁵ Mariana Avrilia, Skripsi: “*Perilaku Konsumtif Remaja di Rungkut Lor Surabaya Pasca Berdirinya Transmart*”, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018), 5.

penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah observasi terlibat, wawancara mendalam dan dokumentasi, dengan mendapatkan data dari data primer dan data sekunder.

7. Jurnal Sulaiman Helmi, Lin Yan Syah, Wiwin Agustian tahun 2018 dari Universitas Bina Darma dengan judul “Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Dari Ritel Tradisional ke Ritel Modern (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Palembang)”.¹⁶ Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, 1) Faktor-faktor apa yang menyebabkan perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja dari ritel tradisional ke ritel modern. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara dan kuisioner, dengan mendapatkan data dari data primer dan data sekunder.
8. Skripsi Agus Setia Pratama tahun 2019 dari Universitas Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “Analisis Dampak Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Masyarakat Pekon Tanjung Setia Kecamatan Pesisir Selatan Kabupaten Pesisir Barat)”.¹⁷ Fokus masalah dalam penelitian ini adalah, 1) Bagaimana

¹⁶ Sulaiman Helmi, Lin Yan Syah, Wiwin Agustian, “*Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Dari Ritel Tradisional ke Ritel Modern (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Palembang)*”, Vol. 2 No. 1 (2019), 1.

¹⁷ Agus Setia Pratama, Skripsi: “*Analisis Dampak Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Masyarakat*

peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara Pekon Tanjung Setia Kecamatan Pesisir Selatan Kabupaten Pesisir Barat; 2) Bagaimana dampak peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara terhadap pola konsumsi masyarakat Pekon Tanjung Setia Kecamatan Pesisir Selatan Kabupaten Pesisir Barat Perspektif Ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah survei, wawancara, kuisisioner dan dokumentasi, dengan mendapatkan data menggunakan metode survei.

9. Jurnal Muhammad Zaid Nuriyanto, Zaenal Abidin, dkk tahun 2019 dari Universitas Jember dengan judul “Analisis Pola Konsumsi Dan Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Geografi Universitas Jember Angkatan 2018”.¹⁸ Rumusan masalah pada penelitian ini adalah 1) menganalisis tingkat pola konsumsi dan gaya hidup mahasiswa Pendidikan Geografi Universitas Jember. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah metode survei (kuantitatif). Teknik penelitian yang digunakan adalah angket (kuisisioner) yang disusun secara sistematis.
10. Skripsi Ria Listiana Devi tahun 2020 dari Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul “Analisis Pola Konsumsi Mahasantri Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasantri Putri Ma’had

Pekon Tanjung Setia Kecamatan Pesisir Selatan Kabupaten Pesisir Barat”, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2019), 11.

¹⁸ Muhammad Zaid Nuriyanto, Zaenal Abidin, et.al. “*Analisis Pola Konsumsi Dan Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Geografi Universitas Jember Angkatan 2018*”, ISSN 2622-125X Vol. 2 No. 2 (2019), 1.

Al-jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo)”.¹⁹ Fokus masalah dalam penelitian ini adalah, 1) Bagaimana pola konsumsi Mahasantri Ma’had Al-jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo; 2) Bagaimana faktor yang melatarbelakangi pola konsumsi Mahasantri Ma’had Al-jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik penelitian yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan mendapatkan data menggunakan metode triangulasi sumber.

Tabel 1.1
Perbedaan dan persamaan

NO.	AUTHOR	TAHUN	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Ely Ratnasari	2021	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu Di Desa Banglas Kec.Tebing Tinggi Kab.Kepulauan MeranTI	Persamaannya yaitu variabel penelitian	Perbedaannya yaitu terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan tujuan peneltia serta tempat penelitian yang berbeda
2.	Faini Dawati	2020	Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslim Di	Persamaannya yaitu variabel penelitian	Perbedaannya yaitu terletak pada metode yang digunakan yaitu metode

¹⁹ Ria Listiana Devi, Skripsi: “Analisis Pola Konsumsi Mahasantri Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasantri Putri Ma’had Al-jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo)”, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020), 9.

			Pasar Aceh.		kuantitatif dan tujuan penelitia serta tempat penelitian yang berbeda
3.	Mustapa Husein Sinaga	2020	Pengaruh Pola Konsumsi Terhadap Keputusan Pembelian Mitra Iqra' Plus (Asuransi Pendidikan) Pada Pt. Asuransi Jiwa Syari'ah Bumiputera, Kantor Pemasaran Syari'ah Medan	Persamaannya yaitu variabel penelitian	Perbedaannya yaitu terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan tujuan penelitia serta tempat penelitian yang berbeda
4.	Khotim Fadhli	2021	Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Penerima Bantuan Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19	Persamaannya yaitu variabel penelitian	Perbedaannya yaitu terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan tujuan penelitia serta tempat penelitian yang berbeda
5.	Rasyid Sanjani	2018	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa Indekost Di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan	Persamaannya yaitu variabel penelitian	Perbedaannya yaitu terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan tujuan penelitia serta tempat

			Tahun 2017-2018		penelitian yang berbeda
6.	Mariana Avrihana	2018	Perilaku Konsumtif Remaja di Rungkut Lor Surabaya Pasca Berdirinya Transmart	Sama-sama Menggunakan penelitian kualitatif, meneliti tentang perubahan perilaku konsumtif.	Perbedaannya terletak pada tempat penelitian, lebih fokus pada remaja terhadap adanya transmart, data didapat dari data primer dan data sekunder.
7.	Sulaiman Helmi, Lin Yan Syah, Wiwin Agustian	2018	Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Dari Ritel Tradisional ke Ritel Modern (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Palembang)	Sama-sama meneliti apa yang menjadi penyebab perubahan perilaku konsumen.	Perbedaannya terdapat metode penelitian kuantitatif deskriptif, serta tempat penelitian yang berbeda.
8..	Agus Setia Pratama	2019	Analisis Dampak Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Masyarakat Pekon Tanjung Setia Kecamatan Pesisir Selatan	Sama-sama meneliti tentang pola konsumsi masyarakat.	Perbedaannya terletak pada jenis penelitian kuantitatif, perbedaan tempat penelitian dan juga lebih condong menggunakan perspektif islam.

			Kabupaten Pesisir Barat)		
9.	Muhammad Zaid Nuriyanto, Zaenal Abidin, dkk	2019	Analisis Pola Konsumsi Dan Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Geografi Universitas Jember Angkatan 2018	Sama-sama meneliti tentang pola konsumsi masyarakat.	Perbedaannya penelitian ini menggunakan metode survei (kuantitatif) dengan teknik penelitian yang digunakan angket (kuisisioner)
10.	Ria Listiana Devi	2020	Analisis Pola Konsumsi Mahasantri Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasantri Putri Ma'had Al-jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo)	Sama-sama menggunakan metode kualitatif. menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan metode dalam memperoleh data menggunakan triangulasi data.	Perbedaannya penelitian ini lebih menganalisis pola konsumsi pada mahasiswa khususnya santri ma'had.

Sumber: dikelola oleh peneliti

Dari beberapa rujukan skripsi dan jurnal yang dijadikan perbandingan mempunyai relevansi yang sangat kuat dari segi perilaku konsumsi yang terjadi dimasyarakat, akan tetapi perbedaannya terletak pada tempat serta objek yang diteliti dan fokus penelitian. Sejauh ini belum ada penelitian yang meneliti penyebab perubahan pola konsumsi dari

masyarakat baik sesudah maupun sebelum perubahan konsumsi tersebut terjadi.

B. Kajian Teori

1. Konsumsi

1) Definisi Konsumsi

Konsumsi pada umumnya didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Namun pada kenyataannya konsumsi memiliki arti yang lebih luas, konsumsi merupakan sebuah tindakan dalam memenuhi kebutuhan baik barang ataupun jasa yang sudah siap digunakan untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam ekonomi Islam konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tapi memiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya. Perbedaan mendasar dengan konsumsi ekonomi konvensional adalah tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah Islamiah. Konsumsi merupakan bagian aktivitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta).²⁰

Dalam teori ekonomi konvensional penggunaan pendapatan dilukiskan secara matematis $Y = C + S$, dimana Y ialah pendapatan, C ialah konsumsi dan S ialah sisa pendapatan yang tak dikonsumsi

²⁰ Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islam*, (Jurnal Dinamika Pembangunan, vol. 3, No. 2, 2006), 3.

atau tabungan. Dengan demikian konsumsi tergantung pada pendapatan. Semakin besar pendapatan sekarang akan semakin besar juga konsumsinya, dan semakin tinggi tingkat kesejahteraannya. Teori ekonomi secara umum mengakui keberadaan teori ini menjadi legitimasi masyarakat bahwa tolak ukur kesejahteraan adalah tingkat pendapatan. Masyarakat akan berpikir bahwa tanpa menambah pendapatan, konsumsi tidak akan meningkat. Oleh karena itu setiap individu akan selalu berusaha dengan berbagai cara untuk meningkatkan pendapatannya.²¹

2) Pola Konsumsi

a. Pengertian pola konsumsi

Pola konsumsi pada dasarnya berasal dari kata pola dan konsumsi, pola merupakan bentuk atau struktur yang tetap sedangkan konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.²² Pola konsumsi adalah susunan tingkat kebutuhan seseorang atau rumah tangga untuk jangka waktu tertentu.

Pada umumnya setiap orang akan mendahulukan kebutuhan pokok dari pada kebutuhan lainnya yang kurang menjadi prioritas. Kebutuhan pokok tersebut salah satunya

²¹ Haroni Doli dan H. Ritonga, *Pola Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, (Jurnal *Ekonomi*, vol. 13, No.3, 3 Juli 2010), 90.

²² Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 34.

seperti makan, pakaian, tempat tinggal, sekolah, obat-obatan dan kebutuhan lainnya, terutama yang dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari.²³ Oleh karena itu penyebab pola konsumsi yang paling utama adalah karena kebutuhan dasar seperti makan, minum dan pakaian.

Pola konsumsi juga dapat dibedakan dari tingkat penghasilan atau upah seseorang. Orang yang memiliki penghasilan rendah maka pola konsumsinya juga rendah begitupun sebaliknya orang yang berpenghasilan tinggi pola konsumsinya lebih tinggi itulah perbedaan dasar dalam hal konsumsi. Pendapatan menjadi hal yang sangat berpengaruh karena menentukan volume pembelian pada setiap produk dan jasa. Setelah pendapatan semakin banyak dan kebutuhan dasar akan semakin beragam, serta akan muncul kebutuhan lainnya seperti, pakaian, kebutuhan akan rasa senang (rekreasi) dan kebutuhan akan barang mewah.

b. Jenis-jenis kebutuhan pola konsumsi

Kebutuhan segala sesuatu yang diperlukan manusia untuk mencapai kesejahteraan. Berikut beberapa kebutuhan dasar dari konsumsi, yaitu:

- 1) Kebutuhan primer atau kebutuhan pokok, kebutuhan berikut adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi, yaitu

²³ M. Yusnita, *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*, (Semarang: Alprin, 2010), 7.

kebutuhan akan makan, minum, pakaian dan tempat tinggal.

- 2) Kebutuhan sekunder, ketika sudah bisa memenuhi kebutuhan primer maka masih ada kebutuhan lain yang bersifat melengkapi, yaitu kebutuhan akan barang-barang pelengkap yang dibutuhkan seperti kulkas, televisi, meja, kursi, dan lainnya.
- 3) Kebutuhan tersier adalah kebutuhan barang dan jasa yang tergolong mewah untuk orang-orang yang memiliki pendapatan tinggi seperti mobil mewah, rumah mewah, barang bermerek dan lainnya.²⁴

2. Perilaku Konsumsi

a) Pengertian perilaku konsumsi

James F. Engel et al. berpendapat bahwa perilaku konsumsi didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlihat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan pendapat tersebut.

David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta juga mengemukakan bahwa, perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi,

²⁴ Eng Ahman, *Membina Kompetensi Ekonomi*, (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2007), 3.

memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.²⁵

Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya. Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

b) Variabel-variabel dalam mempelajari perilaku konsumen

Ada tiga variabel dalam mempelajari perilaku konsumen, yaitu variabel stimulus, variabel respon dan variabel antara. Hal ini sesuai dengan pendapat David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta yang mengemukakan bahwa:

1) Variabel stimulus

Variabel stimulus merupakan variabel yang berada di luar diri individu (faktor eksternal) yang sangat berpengaruh

²⁵ David L. Loudon and Albert J. Della Bitta, *Customer Behavior: Concept and Applications*, (Amerika: McGraw Hill Inc, 1984), 6.

dalam proses pembelian. Contohnya: merek dan jenis barang, iklan, pramuniaga, penataan barang dan ruangan toko.

a. Variabel respon

Variabel respon merupakan hasil aktivitas individu sebagai reaksi dari variabel stimulus. Variabel respon sangat bergantung pada faktor individu dan kekuatan stimulus. Contohnya: keputusan membeli barang, pemberi penilaian terhadap barang dan perubahan sikap pada suatu produk.

b. Variabel *intervening* (antara)

Variabel *intervening* adalah variabel antara stimulus dan respon. Variabel ini merupakan faktor internal individu, termasuk motif-motif membeli, sikap terhadap suatu peristiwa dan persepsi terhadap suatu barang. Peranan variabel *intervening* adalah untuk memodifikasi respon.²⁶

Variabel lain dalam mempelajari perilaku konsumen adalah variabel *un-observable* (tidak bisa diamati), yaitu pendekatan kotak hitam (*black box*).

3. Kebutuhan konsumen

a. Pengertian kebutuhan

Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai suatu kesenjangan atau pertentangan yang dialami antara suatu kenyataan dengan dorongan yang ada dalam diri. Apabila konsumen kebutuhannya

²⁶ Ibid, 24.

tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya. Kebutuhan merupakan fundamen yang mendasari perilaku konsumen. Kita tidak mungkin memahami perilaku konsumen tanpa mengerti kebutuhannya. Kebutuhan konsumen mengandung elemen dorongan biologis, fisiologis, psikologis dan sosial.²⁷

1) Tipologis kebutuhan

a) Hierarki kebutuhan menurut Abraham Maslow

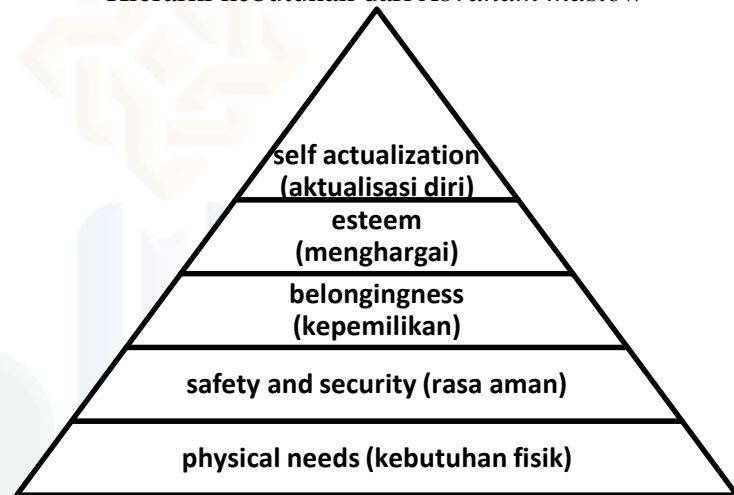
Abraham Maslow berpendapat bahwa hierarki kebutuhan manusia adalah:

- (1) Kebutuhan fisiologis
- (2) Kebutuhan rasa aman
- (3) Kebutuhan untuk merasa memiliki.
- (4) Kebutuhan akan harga diri
- (5) Kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri, yaitu

kebutuhan untuk menggunakan kemampuan, *skill*, dan potensi, kebutuhan untuk berpendapat dengan mengemukakan ide-ide, memberi penilaian dan kritikan terhadap sesuatu. Hierarki kebutuhan dari *Abraham Maslow* ditunjukkan dengan bentuk piramida pada bagan 1.1.

²⁷ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: PT Rafika Aditama, 2019), 5.

Bagan 1.1
Hierarki kebutuhan dari *Abraham maslow*



Selanjutnya *Abraham maslow* mengemukakan bahwa orang dewasa dapat memuaskan kira-kira 85% kebutuhan fisiologis, 70% kebutuhan rasa aman, 50% kebutuhan untuk memiliki dan mencintai, 40% kebutuhan harga diri, dan hanya 10% kebutuhan aktualisasi diri. Hal ini dapat diperhatikan pada bagan 1.2.

Bagan 1.2
Proporsi kebutuhan yang terpuaskan

<i>Self actualization</i>	(10%)
<i>Esteem</i>	(40%)
<i>Belongingness</i>	<i>Social and love</i> (50%)
	<i>Safety and security</i> (70%)
	<i>Physiological</i> (85%)

Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf mengemukakan bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat korelasi positif antara posisi hierarki kebutuhan dengan tingkat perbedaan suatu produk. Tingkat kebutuhan yang lebih tinggi akan menunjukkan perbedaan yang lebih besar pula terhadap suatu produk.

2) Kebutuhan menurut David McClelland

David McClelland mengemukakan bahwa ada tiga macam kebutuhan yaitu:

a) Kebutuhan untuk berprestasi yang merupakan refleksi dari dorongan akan tanggung jawab untuk pemecahan masalah.

b) Kebutuhan untuk berafiliasi yang merupakan dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain, tidak mau melakukan sesuatu yang merugikan orang lain.

c). Kebutuhan akan kekuasaan yang merupakan refleksi dari dorongan untuk mencapai otoritas, untuk memiliki pengaruh kepada orang lain.

a. Resolusi dan konflik kebutuhan

Ada 4 tipe situasi konflik yang akan dijabarkan dibawah ini antara lain sebagai berikut:

1) Konflik pendekatan-pendekatan (*approach-approach conflict*) adalah konflik yang terjadi apabila konsumen

dihadapkan pada situasi yang positif secara serentak atau bersamaan, yang harus dipilih salah satu alternatif sebagai suatu tindakannya.

- 2) Konflik pendekatan-penghindaran (*approach-avoidance conflict*) ialah konflik yang terjadi jika konsumen dihadapkan pada situasi yang bersamaan dan ia harus segera melakukan sesuatu.
- 3) Konflik penghindaran-penghindaran (*avoidance-avoidance conflict*) ialah konflik yang terjadi apabila konsumen dihadapkan pada situasi yang segera harus menghindari dua tujuan atau tindakan.
- 4) Konflik pendekatan-penghindaran ganda (*double approach-avoidance conflict*) ialah konflik yang terjadi apabila konsumen dihadapkan kepada dua situasi yang bersamaan, satu situasi berpengaruh positif dan situasi lainnya berpengaruh negatif jika tidak dilaksanakan.²⁸

4. Motivasi konsumen

1) Pengertian motif dan motivasi konsumen

Abraham Sperring mengemukakan bahwa motif adalah suatu kecenderungan untuk beraktivitas dimulai dari dorongan dalam diri yang diakhiri dengan penyesuaian diri (akan kepuasan).

²⁸ Ibid, 10.

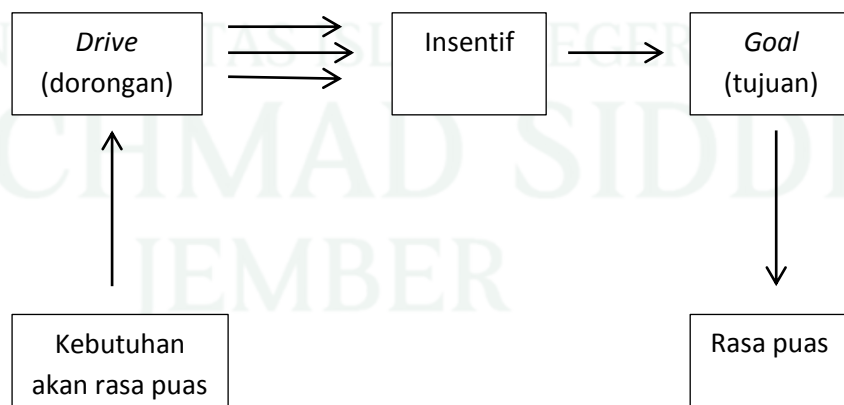
William J. Stanton juga turut mendefinisikan, bahwa motif menurutnya adalah kebutuhan yang di stimulasi dan dicari oleh individu yang berorientasi pada tujuan untuk mencapai rasa puas. Sedangkan motivasi didefinisikan oleh Fillmore H. Stanford sebagai suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa motif merupakan suatu dorongan kebutuhan dalam diri konsumen yang perlu dipenuhi agar konsumen tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Sedangkan motivasi adalah kondisi yang menggerakkan konsumen agar mampu mencapai tujuan motifnya.

Robert A. Baron et al mengemukakan bahwa motivasi dapat pula dikatakan sebagai energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri (*drive arousal*) pada bagan 1.3.

Bagan 1.3

Motivasi sebagai dorongan



Bilamana suatu kebutuhan tidak terpuaskan, maka timbul drive dan aktivitas individu untuk merespon perangsang (*incentive*) dalam tujuan yang diinginkan. Pencapaian tujuan akan menjadi individu merasa puas. Selanjutnya perlu diperhatikan situasi sebagai berikut:

- a. Lingkungan
- b. Dorongan internal
- c. Insentif

2) Teori-teori motivasi konsumen

a. Teori insting

Teori motivasi timbul berdasarkan teori evolusi Charles Darwin. Darwin berpendapat bahwa tindakan yang *intelligent* merupakan reflek dan insting yang diwariskan. Oleh karena itu, tidak semua tingkah laku dapat direncanakan sebelumnya dan dapat dikontrol oleh pikiran.

b. Teori *drive*

Konsep *drive* adalah konsep dalam bidang motivasi yang sangat terkenal ditahun 1918. Woodworth menggunakan konsep tersebut sebagai energi yang mendorong organisme untuk melakukan suatu tindakan.

Clark L. Hull berpendapat bahwa belajar terjadi sebagai akibat dari penguatan (*reinforcement*).

$$\text{Kekuatan motivasi} = \text{fungsi} (\text{drive} \times \text{...})$$

Berdasarkan perumusan teori Hull tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa motivasi seseorang dapat ditentukan dari kebutuhan dalam diri setiap individu dan juga dari faktor kebiasaan sebelumnya.

c. Teori lapangan

Teori ini merupakan pendekatan kognitif untuk mempelajari perilaku dan motivasi. Teori lapangan lebih memfokuskan pada pikiran nyata seseorang ketimbang pada insting atau kebiasaan. Kurt Lewin berpendapat bahwa perilaku merupakan suatu fungsi dari lapangan pada momen waktu. Kurt Lewin juga percaya pada pendapat para ahli psikologi, Gestalt yang mengemukakan bahwa perilaku itu merupakan fungsi dari seseorang dalam lingkungannya.

d. Teori prestasi dan motif-motif sosial

Edward J Murray berpendapat bahwa perilaku tidaklah hanya merupakan proses kognitif saja, tetapi juga merupakan fungsi dari lingkungan sosial. Motif-motif sosial yang dikemukakan oleh Murray antara lain: penentralan, pertahanan, dominasi, pertunjukan, menghindari bahaya, kekeliruan, pemeliharaan, pemesanan, permainan, penolakan, kesanggupan merasa, seksual, bantuan, pemahaman, penghinaan, prestasi, anggota, agresi dan kemandirian. Berdasarkan motif-motif berikut kita dapat melakukan suatu produk dan strategi pembelian yang dapat direfleksikan pada setiap motif tersebut.

3) Klasifikasi motivasi

Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf mengemukakan bahwa motivasi dapat digolongkan ke dalam dua klasifikasi yaitu motif kognitif dan motif afektif. Motif kognitif menekankan pada proses informasi seseorang dan motif afektif lebih menekankan pada perasaan seseorang.

a. Motif-motif kognitif

- a) Konsistensi
- b) Atribut
- c) Kategorisasi
- d) Objektivikasi
- e) Autonomi
- f) Stimulasi

g) Teleologis

h) Utilitarian

b. Motif-motif afektif

- a) Ketegangan reduksi
- b) Ekspresi atau air muka
- c) Pertahanan diri
- d) *Reinforcement*
- e) Pernyataan
- f) Afiliasi
- g) Identifikasi

h) Modeling²⁹

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi

Perilaku konsumsi tidak akan ada jika tidak ada faktor lain yang menjadi pemicu terhadap perilaku konsumtif. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, antara lain:

Tabel 1.2
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Kebudayaan	Sosial	Personal (pribadi)	Psikologi
Kultur	Keluarga	Usia	Motivasi
Subkultur	Peran	Tahap daur hidup	Persepsi
Kelas sosial	Status social	Jabatan	<i>Learning</i>
		Keadaan ekonomi	Kepercayaan
		Gaya hidup	Sikap
		Kepribadian	
		Konsep diri	

Sumber: Kotler, 2020.

a. Faktor budaya

Kebudayaan adalah simbol yang fakta dan kompleks yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat. faktor budaya terdiri dari kultur, subkultur dan kelas sosial. Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang

²⁹ Ibid, 20.

paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen karena seseorang akan cenderung mengikuti budaya di daerah tempat tinggalnya.³⁰

b. Faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen. Kelompok yang berpengaruh secara langsung ada dua kelompok yang pertama adalah kelompok primer seperti keluarga, teman, kerabat dan lainnya, yang kedua adalah kelompok sekunder seperti organisasi, sekolah serta status sosial.

a) **Keluarga.** Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Dalam keluarga terutama orang tua yang memberikan arah dalam hal tuntunan agama, politik, ekonomi dan harga diri. Bahkan jika pembeli tidak berhubungan lagi dengan orang tua, pengaruh terhadap perilaku pembeli tetap ada.

Sedangkan pada keluarga yang terdiri dari suami-istri dan anak pengaruh pembelian itu akan sangat terasa.

b) **Peran dan status.** Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum

³⁰ Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 77.

oleh masyarakat. contohnya seorang manajer berpakaian rapi dengan dengan mengenakan mobil sebagai kendaraannya.³¹

c. Faktor pribadi (personal)

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur-hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.

a) **Usia dan tahap daur hidup.** Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera orang akan berubah sesuai dengan usia. Pembelian dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga.

b) **Pekerjaan.** Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk mereka.

c) **Keadaan ekonomi.** Keadaan ekonomi sangat mempengaruhi dalam pemilihan produk. Pendapatan seseorang dapat dengan seksama diperhatikan dari kecenderungannya dalam memilih barang yang akan dibelinya.

³¹ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 88.

- d) **Gaya hidup.** Orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan yang bersangkutan tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.
- e) **Kepribadian dan konsep diri.** Tiap orang mempunyai kepribadian yang khas dan hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang unik dan juga dapat menimbulkan tanggapan relatif konstan terhadap lingkungannya sendiri. Kepribadian sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku konsumen bagi beberapa pilihan produk atau merek.³²

d. Faktor psikologi

Pada suatu saat tertentu seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik maupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya. Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor

³² Ibid, 89.

psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.

a) **Motivasi.** Kebanyakan dari kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk bertindak pada suatu saat tertentu. Suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu. Motif adalah kebutuhan yang cukup menekan seseorang untuk mengejar kepuasan. Para ahli telah mengembangkan teori tentang motivasi. Dua diantaranya adalah teori Sigmund Freud dan Abraham Maslow.

b) **Teori motivasi Freud.** Freud beranggapan bahwa kebanyakan orang tidak menyadari kekuatan psikologis nyata yang membentuk perilaku mereka. Ia melihat seseorang sebagai yang tumbuh makin dewasa dan menekan banyak dorongan. Dorongan ini tidak pernah hilang atau berada di bawah kendali sempurna. Menurutnya, seseorang tidak pernah utuh dalam memahami motivasinya.

c) **Teori motivasi Maslow.** Abraham Maslow mencoba menjelaskan mengapa seseorang didorong oleh kebutuhan tertentu pada waktu tertentu. Menurutnya, kebutuhan manusia tersusun secara berjenjang, mulai dari yang paling banyak menggerakkan sampai yang paling sedikit

memberikan dorongan. Pertama-tama orang akan memuaskan kebutuhan yang paling penting dulu, baru kemudian memenuhi kebutuhan berikutnya. Berdasarkan urutan kepentingannya, jenjang kebutuhan adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri.

- d) **Persepsi.** Seseorang yang termotivasi akan siap bereaksi. Bagaimana orang itu bertindak dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi. Dua orang dalam kondisi motivasi yang sama dan tujuan situasi yang sama mungkin bertindak secara berbeda karena perbedaan persepsi mereka terhadap situasi itu. Persepsi menurut Philip Kotler diartikan sebagai: proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.³³

6. Pembentukan dan perubahan sikap konsumen

1) Definisi sikap konsumen

Sikap disebut sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis sosial kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pedagang untuk memahami konsumen. Thurstone

³³ Ibid, 90.

mengemukakan bahwa sikap adalah salah satu konsep yang sangat sederhana, yaitu jumlah pengaruh yang dimiliki seseorang atas atau menentang suatu objek.

Beberapa tahun kemudian Allport mengajukan definisi yang lebih luas yang dikutip oleh Loudon dan Della-Bitta: "Sikap adalah suatu mental dan saraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang mengarahkan dan/atau dinamis terhadap perilaku". Definisi tersebut mengandung makna bahwa sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu objek, baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten. Maksudnya adalah mempelajari kecenderungan konsumen terhadap merek, baik yang disenangi maupun tidak disenangi.

Triandis dan ahli lainnya mengombinasikan 3 jenis tanggapan yaitu pikiran, perasaan dan tindakan ke dalam tiga unsur model dari sikap. Sikap tersebut dipandang mengandung 3 komponen yang terkait yaitu, kognisi (pengetahuan tentang objek), afeksi (evaluasi positif atau negatif terhadap suatu objek) dan *cognition* (perilaku aktual terhadap suatu objek). Seperti halnya Thurstone, Fishbein juga menyatakan bahwa lebih berguna untuk melihat sikap sebagai suatu konsep satu dimensi sederhana.

Sebagian besar periset setuju bahwa konsep sederhana dari sikap yang diajukan oleh Thurstone dan Fishbein ialah yang paling bermanfaat. Artinya, sikap mewakili perasaan senang atau tidak senang konsumen terhadap objek yang dipertanyakan. Kepercayaan (kognisi) dan keinginan untuk bertindak (*cognition*) dipandang memiliki hubungan dengan sikap tetapi merupakan konsep kognitif yang terpisah bukan bagian dari sikap itu sendiri.³⁴

2) Fungsi-fungsi sikap

Daniel kazt mengklasifikasikan empat fungsi sikap, antara lain:

- a. Fungsi *etilitarian*
- b. Fungsi ekspresi nilai
- c. Fungsi mempertahankan ego
- d. Fungsi pengetahuan

Terdapat 5 cara yang terpenting dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

- a) Sumber daya konsumen

Setiap orang yang membawa tiga sumber daya dalam setiap pengambilan keputusan, yaitu: waktu, uang dan perhatian (penerima informasi dan kemampuan pengelolaan) umumnya terdapat keterbatasan yang jelas

³⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen) Edisi Ke-3*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003), 139.

pada kesediaan masing-masing sehingga memerlukan semacam alokasi yang cermat.

b) Motivasi dan keterlibatan

Psikolog dan pemasar bersama-sama selalu berkepentingan untuk menjelaskan apa yang terjadi bila perilaku yang diarahkan pada tujuan diberi energi dan diaktifkan.

c) Pengetahuan

Hasil belajar dapat didefinisikan secara sederhana sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan.

d) Sikap

Sikap sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang merespon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang terikat.

e) Kepribadian gaya hidup dan demografi

a) Kepribadian.

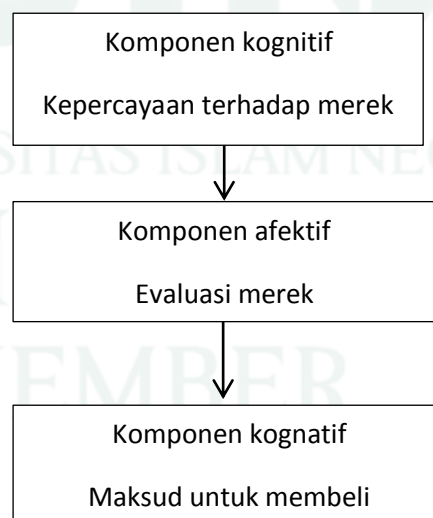
Penelitian kepribadian selalu penting dalam psikologi klinis, tetapi sebuah konsep yang menarik diperkenalkan oleh Pierre Martinequ pada tahun 1950-an ketika ia mengajukan hipotesis bahwa produk juga mempunyai kepribadian citra merek.

- b) Gaya hidup. Barang hasil terbesar dari era penelitian kepribadian ialah perluasan fokus untuk mencakupi gaya hidup, pola yang digunakan untuk menghabiskan waktu serta uang.
- c) Demografi, ialah dimana sasarannya mendeskripsikan pangsa konsumen dalam istilah seperti usia, pendapatan dan pendidikan.³⁵

3) Tiga komponen sikap

Kepercayaan merek, evaluasi merek, dan maksud untuk membeli merupakan tiga komponen sikap. Kepercayaan merek adalah komponen kognitif dari sikap, evaluasi merek adalah komponen afektif (perasaan) dan maksud untuk membeli adalah komponen kognatif (tindakan). Hubungan antara tiga komponen tersebut dijelaskan pada bagan 1.4

Bagan 1.4
Tiga Komponen Sikap



³⁵ Ibid, 140.

Dari gambar 1.4 dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merek datang sebelum dan mempengaruhi evaluasi merek, dan evaluasi merek sangat menentukan perilaku berkehendak.³⁶



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

³⁶ Ibid, 142.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif, penelitian kualitatif menurut Lexy J Moleong adalah untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik dan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.³⁷

Bodgan dan Taylor mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar belakang dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.³⁸

Metode kualitatif adalah penelitian yang data-datanya berupa kata-kata (bukan angka-angka) yang berasal dari wawancara, catatan laporan, dokumen dan lain-lain. penelitian yang di dalamnya mengutamakan untuk pendeskripsian secara analisis suatu peristiwa atau proses bagaimana adanya dalam lingkungan yang alami untuk memperoleh makna yang mendalam dari hakikat proses tersebut.

³⁷ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 6.

³⁸ Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), 4.

Penelitian deskriptif merupakan penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang diperoleh peneliti dari subyek berupa individu, organisasi, industri atau perspektif yang lain. Adapun tujuannya adalah untuk menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena yang diamati, menjelaskan karakteristik atau masalah yang ada. Pada umumnya penelitian deskriptif ini tidak membutuhkan hipotesis, sehingga dalam penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis.³⁹

Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, karena data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.⁴⁰ Sejalan dengan masalah yang akan diteliti, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini memuat tentang prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Kemudian pendekatan kualitatif ini memerlukan ketajaman analisis, obyektivitas, dan sistematis sehingga diperoleh ketepatan dalam interpretasi, sebab hakikat dari suatu fenomena atau gejala bagi pendekatan kualitatif adalah totalitas.⁴¹

³⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 208.

⁴⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

⁴¹ M. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), 36.

Adapun jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research* yang artinya penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau langsung pada responden.⁴²

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Objek yang akan diteliti adalah para pembeli di pasar sore desa Dawuhan Mangli. Adapun alasan peneliti mengambil lokasi tersebut karena di daerah ini merupakan tempat yang awal mulanya jauh dari pasar kemudian terbentuk sebuah pasar yang disebabkan oleh adanya wabah virus Covid' 19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa tingkat perubahan konsumsi kepada para pembeli (konsumen) di daerah sekitar pasar sore di Desa Dawuhan Mangli tersebut.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian/informan dari penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dalam menentukan orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan peneliti atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti⁴³. Dari teknik diatas peneliti menentukan 3 subyek yang ingin diteliti, antara lain:

⁴² Iqbal Hasan, *Analisis Data penelitian statistik*, Jakarta: PT Bumi Aksara , 2006), 5.

⁴³Ibid, 219

1. Masyarakat sekitar pasar

- a. Ibu Hosnayati
- b. Ibu misri
- c. Ibu muni
- d. Ibu Agus
- e. Ibu rukmaniyah
- f. Ibu yuli
- g. Ibu suryati
- h. Ibu aisyah
- i. Ibu layli
- j. Ibu holip
- k. Ibu vita
- l. Ibu nahria

- m. Ibu alfi
- n. Ibu Husniyah

2. Pedagang

- a. Bapak Aldi
- b. Ibu titin
- c. Ibu Kam
- d. Ibu Fatimah
- e. Ibu Yohana

3. Perangkat desa/kepala desa setempat.

- a. Bapak Zainuddin sebagai Sebagai Kepala Desa

- b. Bapak supandi kaur perencanaan
- c. bapak muhammad hasan seksi pemerintahan

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan sebuah data yang dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Masing-masing data yang diperoleh akan dideskripsikan secara jelas melalui teknik-teknik tersebut.

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi, digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak besar.⁴⁴ Peneliti melakukan observasi untuk mendapatkan data yang valid mengenai perubahan perilaku konsumsi yang terjadi di Pasar Sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono.

2. Wawancara

Pada penelitian kualitatif wawancara merupakan alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan atau informasi untuk tujuan penelitian dengan cara tanya

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta Bandung, 2014), 145.

jawab bertatap muka langsung antara pewawancara dengan informan atau subyek yang diwawancarai.⁴⁵ Peneliti melakukan wawancara kepada para informan untuk menggali informasi mengenai perilaku konsumsi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis atau film yang tidak dipersiapkan karena ada permintaan seorang peneliti. Dokumentasi dapat berupa catatan, buku teks, jurnal, makalah, memo, surat, notulen rapat dan sebagainya. Dokumen pada hakikatnya merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dibedakan *record*, yang artinya setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa.⁴⁶ Dokumentasi diperoleh peneliti dari dokumentasi saat dilakukan wawancara dan juga dokumen sejarah desa dan pasar.

E. Analisis Data

Pada tahap ini analisis data lebih banyak dilakukan selama berada di lapangan dengan berbagai kegiatan pengumpulan data. Peneliti melakukan pengolahan data melalui proses pelacakan, pengaturan serta klasifikasi data. Data-data yang ditemukan dilapangan dari proses wawancara, dokumentasi dan observasi dituangkan dalam proses ini guna untuk mengungkap temuan-temuan data pada saat proses penelitian

⁴⁵ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 50.

⁴⁶ Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 86.

berlangsung. Berikut diuraikan beberapa tahapan dalam menganalisis data, yaitu:

1. Reduksi data

Proses pengumpulan data dalam bentuk analisis untuk memilih, mempertajam serta memfokuskan dalam pengambilan kesimpulan dan menyusun semua proses penelitian yang dilakukan sampai menjadi sebuah penelitian yang utuh.

2. Penyajian data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian, bagan, hubungan antar kategori sehingga dapat dengan mudah dipahami. Data yang tersusun secara sistematis dapat membantu pembaca untuk memahami.

3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang diajukan, kesimpulan juga harus menghasilkan temuan baru dibidang ilmu yang sebelumnya belum ada.⁴⁷

F. Keabsahan Data

Bagian ini berisi tentang usaha-usaha yang hendak dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh keabsahan data yang ditemukan saat penelitian di lapangan. Agar data yang diperoleh sesuai, maka perlu diteliti validitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data seperti perpanjangan kehadiran peneliti di lapangan, observasi secara lebih

⁴⁷ Helauddin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik)*, (Makassar: ISBN, 2019), 123.

mendalam, triangulasi data atau pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan bermacam-macam metode pengumpulan data (observasi, *interview*, studi dokumentasi, *fokus group* dan triangulasi teori)⁴⁸, mengkaji dengan teori yang relevan, pembahasan dengan teman, analisis kasus lain dan mengecek kesesuaian hasil.

G. Tahap-tahap Penelitian

Penelitian kualitatif menggunakan tiga tahap, yaitu: tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan dan tahap analisis data.⁴⁹ Berkenaan dengan pelaksanaan penelitian secara menyeluruh mulai dari awal sampai akhir penelitian, secara rinci setiap tahapan dijelaskan sebagai berikut:

a. Tahap persiapan (pra-lapangan)

1) Menyusun rancangan penelitian

Sebuah penelitian harus disusun sedemikian rupa sebelum peneliti menulis sebuah penelitian, berikut beberapa hal yang harus lebih dulu dirancang oleh peneliti, yaitu:

- a) Judul penelitian
- b) Latar belakang penelitian
- c) Fokus penelitian
- d) Tujuan penelitian
- e) Manfaat penelitian
- f) Metode pengumpulan data

2) Mengurus surat perizinan

⁴⁸ Suwardi Endraswara, *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan (Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi)*, (Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2006), 110.

⁴⁹ Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 127.

Sebelum peneliti memulai penelitian, peneliti mengurus surat perizinan penelitian kepada pihak akademik untuk diserahkan kepada pihak pemerintah desa Dawuhan Mangli Sukowono.

3) Memilih dan menentukan informan

Sebelum peneliti melakukan penelitian di lapangan peneliti perlu mempertimbangkan dan memilih informan yang dianggap dapat memberikan data-data yang valid terkait fenomena yang akan diteliti.

4) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Sebelum peneliti terjun untuk meneliti, perlu mempersiapkan alat-alat perlengkapan penelitian yang akan diperlukan untuk kegiatan wawancara, observasi dan dokumentasi.

b. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah mendapatkan izin peneliti melakukan penelitian di pasar sore Desa Dawuhan Mangli, selanjutnya peneliti menggali data untuk menjawab permasalahan yang diangkat peneliti.

c. Tahap analisis data

Setelah mendapatkan data-data dari lapangan peneliti melakukan pengecekan data yang diperoleh di lapangan untuk melihat keabsahannya sebelum peneliti melanjutkan menyusun hasil penelitian.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Gambaran obyek penelitian adalah gambaran kondisi yang menjadi obyek penelitian yaitu Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli. Data yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sejarah Singkat Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli Sukowono

Pasar sore di Desa Dawuhan Mangli ini terbentuk sejak adanya kebijakan pemerintah mengurangi bahkan menutup mobilitas di seluruh pasar yang ada di Indonesia untuk mengurangi dan mencegah penularan virus Covid '19. Kebijakan yang dikeluarkan pada bulan Mei tahun 2020 membuat ekonomi para pedagang kecil mati. Lain halnya dengan para pedagang di daerah sekitar Sukowono membuat inisiatif untuk kembali berjualan setelah seminggu adanya penutupan dengan berjualan dipinggir jalan raya. Pada awalnya mereka terbagi menjadi 3 kelompok yaitu di desa Dawuhan mangli, Sukokerto dan daerah Kampung Tengah namun kemudian mereka memutuskan untuk menetap disatu tempat yaitu di desa Dawuhan Mangli. Dimana jumlah pedagang yang berada disana mencapai 75 lebih pedagang dan hampir 149 orang yang berada di pasar tersebut

Pada saat awal membuka pasar disambut baik oleh masyarakat sekitar desa Dawuhan Mangli terutama masyarakat sekitar pasar tersebut dibuka. Pada awalnya pasar buka hanya ketika pagi yaitu setelah adzan

subuh sampai jam 06:30, setelah para remaja masjid ikut andil dalam pendirian pasar tersebut waktu untuk membuka pasar dirubah menjadi sore hari dari jam 15:00 – 09:00 dengan izin kepolisian sektor Sukowono dan Kepala Desa Dawuhan Mangli Sukowono. Sekitar 1,5 tahun pasar dibuka dan ditangani oleh para remaja masjid dengan uang operasional yang diperuntukkan sebagai anggaran masjid di daerah Karang Duren sebanyak Rp 2000 dan uang listrik sebesar dan uang kebersihan pasar Rp 3000.

Setelah kurang lebih 1,5 tahun pasar ini ditangani oleh para remaja masjid kemudian para perangkat desa mengambil alih untuk memajukan keberadaan pasar ini. Kepala desa membuat kebijakan baru dengan mengumpulkan uang Rp 2000 ditambah dengan dana desa yang diturunkan dengan tujuan membangun kembali pasar di tanah milik desa yang letaknya berada di sebelah selatan lapangan sepak bola desa Dawuhan Mangli dan di sebelah utara jalan Raya Mawar Jingga. Kepala Desa mengutus bapak Supandi selaku kaur perencanaan untuk mengelola pasar dan juga sebagai petugas pemohon iuran. Sampai saat ini diperkirakan pembangunan pasar sudah mencapai 80% dan sudah bisa digunakan oleh para pedagang untuk membangun lapaknya di lahan yang sudah disediakan oleh perangkat desa setempat.

2. Profil Desa Dawuhan Mangli, Sukowono

Desa Dawuhan Mangli yang menjadi obyek penelitian ini merupakan suatu wilayah yang termasuk dalam wilayah Kecamatan

Sukowono Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur. Secara demografi Desa Dawuhan Mangli memiliki iklim tropis sama dengan daerah lainnya. Di mana desa ini memiliki curah hujan 1300 mm/tahun dengan suhu rata-rata 26°C. Desa ini termasuk sebagai wilayah dataran tinggi karena desa ini berada diketinggian 215 dari permukaan laut.

Desa ini memiliki luas Administrasi 273 Ha. Secara Astronomi letak Desa Dawuhan Mangli berada pada 113.839897 Obt dan -8.058754 LS. Di Desa Dawuhan Mangli ini didominasi dengan bangunan-bangunan permanen seperti pemukiman, perumahan, industri kecil, ruko, sawah, ladang dan beberapa bangunan lain. Desa Dawuhan Mangli terdiri dari dua dusun yaitu Dusun Krajan dan Dusun Sumberwadung. Dawuhan Mangli merupakan desa yang terletak paling utara di Kecamatan Sukowono dengan batas-batas wilayah :

- Sebelah utara berbatasan dengan Desa Mengen Kecamatan Bondowoso.
- Sebelah timur berbatasan dengan Desa Sumberdanti dan Arjasa Kecamatan Sukowono.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Sukosari Kecamatan Sukowono.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Sukowono Kecamatan Sukowono.



Peta wilayah Desa Dawuhan Mangli

Adapun letak Pasar sore Desa Dawuhan Mangli Sukowono ini berada di pinggir Jl. Mawar Jingga Dusun Krajan rt 01/rw 02 Desa Dawuhan Mangli Sukowono. Letak Pasar ini tepatnya berada di sebelah barat kantor desa Dawuhan mangli. Berada disebelah timur jalur lintasan kereta api yang sekarang sudah tidak digunakan lagi. Jalan ini merupakan jalan raya utama desa dawuhan mangli yang terbentang dari lapangan kecamatan Sukowono sampai batas Desa Sumberdanti.

Desa Dawuhan Mangli memiliki jumlah penduduk yang cukup tinggi yaitu 3.766 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki dan perempuan tercatat berturut-turut yaitu 1.845 dan 1.921 jiwa. Jumlah kepala keluarga (KK) tercatat sebesar 1.342. Berdasarkan kondisi lingkungan dapat dilihat bahwa mayoritas penduduk di Desa Dawuhan Mangli adalah penganut agama Islam.

Mata pencaharian penduduk Dawuhan Mangli pada tahun 2021 ini berdasarkan data terbaru yang diperoleh dari desa menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Desa Dawuhan Mangli mata pencahariannya adalah sebagai petani dan lainnya (pengrajin sangkar burung). Terdapat juga

masyarakat di desa ini yang memiliki mata pencaharian lain seperti pedagang, PNS, bidan swasta, perawat, TNI, polisi, karyawan pemerintah, buruh pabrik dan pekerjaan swasta lainnya. Secara lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel mata pencaharian sebagai berikut:

Tabel 4.1
Daftar Mata Pencaharian Penduduk

No	Mata Pencaharian	Tahun 2021	
		Laki-Laki	Perempuan
1	Petani	400	100
2	Nelayan	30	-
3	Buruh Tani	100	82
4	Buruh Pabrik	80	100
5	Pegawai Negeri Sipil	60	50
6	Pegawai swasta	90	100
7	Pedagang/Wirausaha	150	200
8	Polisi	52	20
9	Dokter swasta	48	20
10	TNI	38	-
11	Bidan	40	60
12	Perawat	60	80
13	Guru	200	350
14	Penjahit	198	250
15	Supir	200	-
16	Pelajar	500	400
17	Ibu Rumah Tangga	-	400
18	Pengrajin	300	350
19	Lainnya	50	50

Tabel 4.2
Pendapatan penduduk

No	Mata Pencaharian	Pendapatan/bln
1	Petani	400.000
2	Nelayan	300.000
3	Buruh Tani	300.000
4	Buruh Pabrik	600.000
5	Pegawai Negeri Sipil	4.000.000
6	Pegawai swasta	2.000.000

7	Pedagang/Wirausaha	2.500.000
8	Polisi	4.000.000
9	Dokter swasta	3.000.000
10	TNI	4.000.000
11	Bidan	3.000.000
12	Perawat	2000.000
13	Guru	400.000
14	Penjahit	400.000
15	Supir	600.000
16	Pelajar	-
17	Ibu Rumah Tangga	300.000
18	Pengrajin	2.800.000
19	Lainnya	-

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa mata pencaharian serta pendapatan memiliki peranan dalam perubahan pola konsumsi. Hal ini sesuai dengan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya menurut Kothler perilaku konsumsi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kebudayaan, sosial, personal, psikologi. Dalam faktor pribadi disebutkan bahwa usia, pekerjaan, keadaan ekonomi serta gaya hidup ikut mempengaruhi perilaku konsumsi setiap orang.

3. Administrasi Kependudukan

Tabel 4.3
Jumlah Penduduk

No.	Jumlah Kepala Keluarga	Laki-Laki	Perempuan
1	1.342	1.845	1.921

Jumlah warga yang ada di Desa Dawuhan Mangli sebanyak 1.342 KK (Kepala Keluarga). Menurut catatan yang ada, bahwa penduduk di Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember yang berpenduduk sampai bulan Desember 2021 berjumlah 3.766 jiwa/orang.

Tabel 4.4
Jumlah Penduduk Menurut Usia

No.	Usia	Perempuan	Laki-laki
1	15-19 Tahun	172	115
2	20-24 Tahun	147	140
3	25-29 Tahun	120	136
4	30-34 Tahun	131	134
5	35-49 Tahun	150	147
6	40-44 Tahun	133	134
7	45-49 Tahun	139	148
8	50-54 Tahun	137	149
9	55-59 Tahun	114	112
10	60-64 Tahun	98	87
11	65-69 Tahun	63	60
Jumlah		1404	1362

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk dari usia 17-60 tahun perempuan dan laki-laki berturut-turut adalah 1404 dan 1362 jiwa. Dari sini dapat disimpulkan bahwa dari usia 17 sampai 61 tahun di Desa ini sudah berumah tangga.

4. Sarana dan prasarana Desa Dawuhan Mangli

Sarana dan prasarana sering juga disebut sarpras yaitu komponen yang menunjang kebutuhan hidup masyarakat desa Dawuhan Mangli. Komponen ini pada umumnya seperti sekolah yang menunjang dalam lembaga pendidikan dengan kegiatan belajar mengajar. Masjid sebagai tempat yang menunjang untuk melaksanakan ibadah. Puskesmas pembantu (pustu) yang sangat penting dalam menunjang kesehatan bagi masyarakat yang membutuhkan dan unit ambulans untuk mempermudah dalam menjemput dan mengantar warga yang sakit. Serta sarana non formal seperti lapangan sepakbola, lapangan basket, dan lapangan volly untuk

menunjang kegiatan kebugaran jasmani. Secara lebih lengkapnya bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Sarana dan Prasarana

No.	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1	Masjid	7
2	Musholla	42
3	Posyandu	5
4	Puskesmas Pembantu (pustu)	1
5	Kelompok Bermain	3
6	Taman Kanak-kanak	1
7	Sekolah Dasar	2
8	Madrasah	5
9	Rumah Tahfidz	1
10	Lapangan Sepakbola	1
11	Lapangan Basket	1
12	Lapangan Volly	1

B. Penyajian Dan Analisis Data

Bagian ini berisi tentang uraian data dan temuan yang diperoleh peneliti dengan menggunakan metode dan prosedur yang diuraikan seperti pada bab yang sebelumnya. Uraian ini berisi tentang deskripsi data yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk pola, tema, kecenderungan yang muncul dari data.

Berdasarkan pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan, dapat dipaparkan data tentang hasil penelitian yang dilakukan berkaitan dengan “Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Pasca Berdirinya Pasar Sore Di Desa Dawuhan Mangli Sukowono”.

Pasar adalah tempat kegiatan ekonomi berlangsung dimana pasar merupakan tempat penjual dan pembeli melakukan transaksi jual beli. Dimana

setiap harinya pasar akan selalu ramai karena setiap harinya pasti ada saja yang dibutuhkan orang-orang dari pasar tersebut. Oleh sebab itu keberadaan pasar sangatlah dibutuhkan oleh setiap individu baik itu dari penjual ataupun pembeli dan sudah menjadi rahasia umum.

1. Pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono

Pada masa sebelumnya sampai saat ini dalam kehidupan sehari-hari semua orang telah mengetahui keterkaitan antara pasar dan konsumsi. Bukan hal yang tabu jika pasar merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama untuk kaum hawa yang sudah memiliki keluarga. Berbagai macam kebutuhan rumah tangga tersedia di pasar, mulai dari peralatan dapur, bahan makanan, pakaian, sayur, buah serta komoditas lainnya yang bisa didapatkan di pasar dengan harga yang lebih terjangkau.

Keberadaan pasar sangatlah dibutuhkan karenanya banyak pihak yang mengandalkan pasar dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Terutama untuk yang sedang melangsungkan acara yang cukup besar seperti hajatan, pernikahan, pengajian dan acara yang lain, masyarakat sangat bergantung pada pasar untuk membeli barang-barang dengan jumlah yang banyak dengan harga yang murah. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ibu Hosnayati pada saat wawancara pada tanggal, dia mengatakan:

“ Menurut saya selaku ibu rumah tangga pasar ini sangat dibutuhkan untuk berbelanja karena di pasar harganya lebih murah. Terlebih lagi

jika ada acara atau ngirim ke sawah (memberi nasi bungkus untuk pekerjaannya disawah saat panen) dan memberi makan anak-anak yang berkerja dirumah nyatuin sangkar. Tapi terkadang juga beli ke penjual keliling mbak karena tidak bisa mengendarai sepeda, ya walaupun agak sedikit mahal dan juga siang selain itu tidak ada cara yang lain lagi”⁵⁰

Bagi ibu Hosnayati keberadaan pasar sangat dibutuhkan bukan hanya untuk kebutuhan sehari-hari melainkan juga untuk membuat nasi bungkus beserta lauk untuk pekerjaannya di sawah dan juga yang berkerja dirumahnya. Namun karena jarak rumahnya dengan pasar jauh dan tidak bisa menggunakan sepeda motor beliau memilih untuk berbelanja pada penjual sayur keliling. Memang keberadaan pasar sangat dibutuhkan terutama untuk ibu rumah tangga dan ketika ada acara yang besar. Hal itu juga dibenarkan oleh bu Misri dan ibu Muni juga menyampaikan hal yang sama pada saat wawancara, dia mengatakan:

“ Bagi saya pasar sangat dibutuhkan terlebih lagi jika ada hajatan, seperti saat dua bulan yang lalu saya menggelar pernikahan anak saya dan kebutuhan untuk acara sangat banyak, jika berbelanja di pasar lebih enak dapat harga yang lebih murah serta banyak sekali barang yang akan dibeli. Tapi kendalanya pasar di daerah sini agak jauh dan mengharuskan untuk sewa kendaraan seperti pick up atau pun motor tosa agar muat banyak barang”⁵¹

” Menurut saya pasar selain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari juga untuk saya mencari penghasilan. Saya menjual kue dan menerima pesanan kue dari pelanggan dari situ pasar merupakan penggerak perekonomian saya. Bahan-bahan seperti tepung, mentega, telur, gula dan bahan-bahan kue lainnya saya dapatkan di pasar. Untuk

⁵⁰ wawancara, 10 September 2021, Dawuhan Mangli

⁵¹ wawancara, 10 September 2021, Dawuhan Mangli

berbelanja ke pasar saya memiliki kendala karena tidak bisa menggunakan kendaraan, saya harus menggunakan jasa ojek”⁵²

Bagi ibu Misri pasar sangat dia butuhkan ketika ada acara-acara tertentu seperti ketika mengadakan hajatan karena barang-barang yang digunakan banyak dan lebih murah jika berbelanja di pasar. Sedangkan bagi ibu Muni asar merupakan sumber pendapatan untuk usaha kuenya. Hal serupa juga dikatakan Rukmaniah pada saat diwawancara, dia mengatakan:

“ Bagi saya pasar sangat dibutuhkan sekali, akan tetapi letak yang lumayan jauh juga menyulitkan terutama untuk yang masih mengurus anak kecil seperti saya. Karena itu sejauh ini saya mengandalkan jasa penjual sayur keliling”⁵³

Menurut Rukmaniah pasar memang sangat dibutuhkan namun untuk mengunjungi pasar sangat sulit karena mengasuh anak kecil. Banyak sekali yang mengatakan jarak pasar yang jauh membuat banyak orang memiliki alasan yang berbeda untuk mengunjungi pasar. Dari selain membutuhkan keberadaan pasar jarak juga menjadi pertimbangan sebagian pembeli. Semakin dekat jarak pasar dengan pembeli maka semakin diuntungkan para pembeli karena selain akan mendapatkan komoditas yang dibutuhkan dengan harga yang lebih murah juga bisa mengurangi biaya transportasi karena jarak tempuhnya yang lebih dekat.

Selain dibutuhkan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari ibu rumah tangga, pasar juga menjadi tempat untuk para tengkulak seperti

⁵² wawancara, 10 September 2021, Dawuhan Mangli

⁵³ wawancara, 10 September 2021, Dawuhan Mangli

penjual kecil di daerah perumahan, penjual sayur keliling, pemilik warung mie ayam atau bakso dan lainnya. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Titin pada saat wawancara, dia berkata:

“ Setiap hari saya pergi ke pasar untuk membeli berbagai macam sayuran, bawang, tomat, ikan, daging, kue-kue, minyak dan barang lainnya untuk kemudian saya jual kembali di toko milik saya, karena jarak antara rumah saya dan pasar agak jauh saya membuka toko untuk para tetangga di sekitar rumah saya berbelanja”⁵⁴

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Aldi pada saat diwawancarai, dia mengatakan:

“Saya setiap hari mengulak sayur, daging, kue, kerupuk, tepung, ikan dan barang lain di pasar untuk dijual kembali. Saya berjualan keliling dengan menggunakan sepeda motor ke beberapa desa. Selepas sholat subuh saya sudah berada di pasar memenuhi barang-barang di keranjang yang saya buat sendiri untuk memudahkan saya membawa barang dagangan”⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka dapat disimpulkan pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore terbatas dikarenakan lokasi ke pasar lumayan jauh.

2. Pola konsumsi masyarakat pasca berdirinya pasar sore di Desa

Dawuhan Mangli Sukowono

Pada masa sekarang berbelanja selain untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari baik itu barang non konsumsi ataupun yang bisa dikonsumsi juga sebagai penggerak suatu perekonomian baik itu secara individualis maupun secara kelompok. Hal ini bukan hanya semata-mata untuk

⁵⁴ wawancara, 10 September 2021, Dawuhan Mangli

⁵⁵ wawancara, 16 September 2021, Dawuhan Mangli

berbelanja, saja tetapi juga sebuah pemuasan keinginan yang berlebihan dalam berbelanja. Hal ini disebabkan karena adanya tempat untuk anak bermain serta komoditas sayuran yang tersedia memiliki kualitas yang bagus karena baru dipanen dan langsung dijual dipasar serta harga yang murah dan bermacam-macam.

Seiring dengan munculnya keberadaan pasar baru di daerah Dawuhan Mangli Sukowono mendapat banyak respon yang baik dari masyarakat. Diantaranya para ibu-ibu yang sangat senang dengan keberadaan pasar tersebut. Dari beberapa warga di desa Dawuhan Mangli memberikan beberapa respon mereka terhadap adanya pasar di daerah mereka yang dikenal dengan Pasar Sore tersebut. Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan ibu Yuli pada saat wawancara ada tanggal :

“Dengan adanya pasar ini sangat menguntungkan bagi saya pribadi karena jaraknya yang sangat dekat dari rumah saya. walaupun tidak ada kendaraan saya masih bisa jalan kaki sekalian juga olah raga, kalau mau cepat lagi bisa pakai sepeda motor. Kalau tidak salah saya kepasar dalam seminggu bisa 2 sampai 3 kali. Kalau dulu sebelum ada pasar sore saya jarang ke pasar paling cuma kepasar saat diwarung atau dipenjual keliling gak ada barang yang saya butuhin baru kepasar”⁵⁶

Bagi ibu Yuli dengan adanya pasar menguntungkan karena aksesnya yang sangat mudah karena jarak antara pasar dan rumahnya yang dekat. Hal tersebut dirasa lebih menghemat biaya dan waktu karena bisa ditemuh dengan berjalan kaki sambil lalu berolah raga. Banyak sekali keuntungan yang didapat dari keberadaan pasar selain menghemat biaya

⁵⁶ wawancara, 10 September 2021, Dawuhan Mangli

transportasi juga menyehatkan jika diakses dengan berjalan kaki serta karena jam bukanya yang sore pulang kerjapun bisa langsung berbelanja. Sejak berdirinya pasar ini para ibu-ibu lebih sering berbelanja di pasar sore daripada di pasar lainnya. Seperti yang diungkapkan ibu Suryati pada saat wawancara tanggal :

“ Sejak adanya pasar ini saya lebih sering berbelanja di pasar tersebut karena jaraknya dekat dan bisa ditempuh dengan berjalan kaki. Saya ke pasar setiap 2 hari sekali karena bukanya sore sehingga pagi sudah bisa menyiapkan makanan tanpa harus menunggu pedagang keliling lagi. Biasanya ke pasar perginya ramai-ramai sama ibu-ibu yang lain ”⁵⁷

Hal tersebut juga diungkapkan oleh beberapa narasumber lainnya yang saya wawancarai di lain kesempatan, seperti Rukmaniyah, Aisyah, Layli warga sekitar pasar sore:

“ Setelah adanya pasar sore saya bisa berbelanja sekitar 2 kali seminggu serta jaraknya yang dekat saya bisa membawa anak saya berbelanja. Saya yang juga berprofesi sebagai kader posyandu lebih merasa diuntungkan karena saya lebih mudah mendapatkan bahan untuk membuat makanan sehat untuk anak balita saat posyandu”⁵⁸

Bagi Rukmaniyah setelah adanya pasar dia mengunjungi pasar 2 kali seminggu karena jaraknya yang dekat dan bisa membawa serta anaknya. Beliau merasa sangat diuntungkan dengan keberadaan pasar karena pekerjaannya sebagai kader posyandu sangat terbantu dalam menyediakan makanan sehat untuk para balita yang diolahnya sendiri dengan bahan yang dia dapatkan di pasar.

⁵⁷ wawancara, 10 September 2021, Dawuhan Mangli

⁵⁸ wawancara, 13 September 2021, Dawuhan Mangli

“Setelah adanya pasar sore saya sering ikut berbelanja bersama ibu-ibu yang mengajak ke pasar karena lebih enak jalan kaki bareng-bareng. Saya ke pasar seminggu bisa 2 sampai 3 kali, karena bukanya sore jadi berbelanja juga tidak mengganggu pekerjaan saya”⁵⁹

Aisyah pergi ke pasar hanya ketika ada yang mengajaknya pergi bersama ke pasar. Namun beliau juga mengatakan dalam seminggu bisa 2 sampai 3 kali berbelanja. Pasar ini menjadi alternatif baginya karena pasar buka sore hari dan tidak mengganggu pekerjaannya ketika ingin pergi berbelanja.

“Sesudah ada pasar didekat sini saya berbelanja seminggu sekali terkadang juga seminggu 2 kali saya belanja barang yang sekiranya cukup untuk seminggu, jika dihitung dalam sebulan 5 sampai 7 kali pergi berbelanja di pasar”⁶⁰

Bagi Layli setelah adanya pasar dia berbelanja kebutuhan mingguan keluarganya lebih mudah. Dalam seminggu atau 2 minggu sekali berbelanja dan dalam hitungan bulan rata-rata bisa 5 sampai 7 kali mengunjungi pasar. ibu-ibu muda seperti Rukmaniyah, Aisyah, Layli sama-sama berpendapat bahwa pasar yang dekat memang sangat menguntungkan selain jaraknya yang dekat dengan berbelanja bersama-sama juga mengurangi kekhawatiran para suami kepada istri dan anaknya. Dengan adanya pasar ini menjadi nilai tersendiri bagi mereka serta semua kalangan.

Hal yang berbeda juga diungkapkan oleh Holip pada saat wawancara, dia mengatakan:

⁵⁹ wawancara, 13 September 2021, Dawuhan Mangli

⁶⁰ wawancara, 13 September 2021, Dawuhan Mangli

“Sejak adanya pasar ini agak merugikan bagi pengendara yang melintas karena posisi pasar yang berada di pinggir jalan raya desa menjadi macet karena banyaknya orang yang berbelanja baik itu yang berjalan kaki maupun yang menggunakan sepeda motor. apalagi saat bulan puasa sampai hari raya, tahun baru dan saat memeringati maulid Nabi pasar menjadi lebih ramai. Saya berbelanja disana hanya ketika ingin saja dalam satu bulan bisa 2 sampai 3 kali saja sambil melihat keadaan uang”⁶¹

Bagi ibu Holip setelah adanya pasar sore selain keuntungan juga ada beberapa kerugian yang disebabkan oleh aktifitas pasar. Diantaranya bagi pengendara baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi terutama Bagi roda 4 yang mengangkut kayu-kayu besar, pasir, batu, bata dan barang-barang bangunan lainnya. Karena jalan yang tidak begitu lebar membuat keberadaan pasar ini cukup beresiko terutama ketika mobil truk berpapasan. Namun dengan demikian tidak memungkiri bahwa ibu Holip mengunjungi pasar untuk berbelanja. Dalam satu bulan hanya terhitung 2 sampai 3 kali dan disesuaikan dengan keuangan yang ada. Hal serupa juga diutarakan oleh ibu Vita, seperti berikut:

“kadang-kadang suka ngeri sendiri kalo pas belanja ada truk bawa muatan papasan takut barang-barang yang dimuat jatuh karena kondisi jalan yang agak sempit dan miring. Terlebih lagi posisi pasar yang berada dipinggiran jalan serta banyaknya orang belanja sambil naik sepeda motor buat jalan sedikit macet”⁶²

Posisi pasar yang berada di pinggir jalan membuat takut pengunjung terutama ketika ada truk yang membawa muatan berpapasan karena kondisi jalan yang lumayan sempit dan agak miring. Selain itu

⁶¹ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

⁶² wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

jalan semakin sempit karena banyaknya pengunjung yang berjalan kaki maupun yang menggunakan sepeda motor saat berbelanja sehingga jalan menjadi macet.

Hal yang sedikit berbeda juga diungkapkan oleh ibu Nahria beliau mengatakan:

“Setelah adanya pasar ini jalan terasa lebih ramai meskipun agak macet. Banyak sekali orang dan lampu-lampu ditiap lapak pedagang membuat suasana pasar menjadi lebih menarik. Saya sering pergi kesana terutama saat ada pesanan *catering* karena saya membuka pemesanan *catering*”⁶³

Selain jarak yang dekat menjadi sebuah keuntungan bagi ibu Nahria, karena ibu Nahria beranggapan bahwa jalan menjadi lebih ramai dan semakin indah dengan banyaknya cahaya hasil pendaran dari lampu-lampu dari setiap pedagang yang berjejer disepanjang jalan raya. Keberadaan pasar ini mempermudah beliau dalam membeli bahan-bahan yang dibutuhkan untuknya membuat pesanan *catering*.

Namun ada juga beberapa ibu-ibu yang merasa keberadaan pasar ini merupakan hal yang biasa-biasa saja. Mereka menganggap ini hal biasa karena bagi mereka berbelanja bukan merupakan hal yang baru. Itu disebabkan karena mereka sudah sering berbelanja sebelum adanya pasar ini. Seperti yang diungkapkan oleh ibu alfi beliau mengatakan bahwa:

“Dari awal adanya pasar menurut saya biasa saja dengan pasar-pasar lainnya yang dijual pun sama bedanya hanya letaknya yang ada disepanjang jalan dan lebih dekat. Yang menjadi daya tariknya barang-barang yang dijual lebih segar dan lebih murah, buka sore hari, berbelanja bisa sambil menggunakan sepeda disepanjang

⁶³ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

pasar. Saya ke pasar sore ini bisa seminggu 3 kali berbelanja. Kalau dulu sebelum ada pasar ini saya pergi ke pasar yang ada daerah di Kecamatan”⁶⁴

Bagi ibu alfi keberadaan pasar dianggap hal yang sudah biasa, beliau menganggap bahwa perilaku konsumtif ini bukan hal yang baru hanya saja letaknya yang lebih dekat menjadikan pasar ini lebih mudah untuk dikunjungi. Akan tetapi ibu juga tidak memungkiri bahwa beliau juga mengunjungi pasar tersebut seminggu 3 kali untuk berbelanja.

Hal tersebut berbeda dengan yang diungkapkan oleh ibu agus ,beliau mengungkapkan bahwa:

“Dengan adanya pasar ini sangat menguntungkan bagi kami para ibu rumah tangga. Tapi ada beberapa hal yang merugikan seperti para pengguna jalan karena kemacetan. Barang yang dijual disini relatif sama dengan barang yang dijual di pasar lainnya. Hanya yang membedakan barang yang dijual disini lebih segar, lebih murah, dan lebih mudah dijangkau. Kalau mau belanja bisa lihat-lihat dulu karena ada dipinggir jalan kalo ada yg cocok tinggal berhenti buat beli barang itu”⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi masyarakat setelah berdirinya pasar sore lebih konsumtif. menurut mereka adanya pasar sore di Dawuhan Mangli sangat menguntungkan dengan beberapa alasan, seperti letak geografis, akomodasi dan harga yang murah. selain itu segala kebutuhan lengkap tanpa harus pergi ke toko lain lagi untuk membeli kebutuhan lainnya, tinggal datang ke pasar sore Desa Dawuhan Mangli. Berdirinya pasar sore membuat semakin dekat jarak pasar dengan pembeli maka semakin

⁶⁴ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

⁶⁵ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

diuntungkan para pembeli karena selain akan mendapatkan komoditas yang dibutuhkan dengan harga yang lebih murah juga bisa mengurangi biaya transportasi karena jarak tempuhnya yang lebih dekat. Selain itu berdirinya pasar sore memberikan nilai yang positif kepada masyarakat karena pasar ini dapat meningkatkan penghasilan para pedagang yang menjual produknya di pasar.

3. Faktor-faktor penyebab perubahan pola konsumsi pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono

Dalam suatu perubahan pola konsumsi masyarakat pastinya ada beberapa faktor yang mempengaruhi. Begitupula berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono. berdasarkan hasil observasi awal, dijelaskan bahwa terdapat perubahan pola konsumsi yang terjadi pada masyarakat Desa Dawuhan Mangli sebelum dan pasca berdirinya pasar sore. berikut hasil petikan wawancaranya:

“menurut saya, adanya pasar sore di Dawuhan Mangli sangat memudahkan masyarakat sekitar. adanya tuntutan kebutuhan yang harus dipenuhi, juga menjadi salah satu faktor adanya perubahan pola konsumsi pada masyarakat Dawuhan Mangli. mengingat disini sebelumnya jauh banget sama pasar nak. Biasanya belanjanya harus pergi ke pasar Sukowono.⁶⁶

Hal ini juga ditambahkan oleh Ibu Santi terkait faktor yang menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat Dawuhan Mangli.

“masyarakat disini juga ada sebagian yang kerjanya jadi pedagang nak. seperti penjual sayur keliling. Nah sebelum adanya pasar sore, pedagang harus kulaan atau membeli sayuran ke pasar Sukowono menjadi terbatas karrena jarak. dan terkadang kehabisan sayur-

⁶⁶ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

sayur yang mau dijual karena kalah cepat dibanding pedagang lain.⁶⁷

Berdasarkan penjelasan diatas maka bisa disimpulkan bawa salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat Desa Dawuhan Mangli pasca berdirinya pasar sore adalah faktor sosial. dimana pekerjaan yang dijalankan oleh sebagian orang di Desa Dawuhan Mangli sebagai pedagang kecil seperti penjual sayur keliling dan lain sebagainya sehingga semenjak adanya pasar sore dawuhan Mangli, masyarakat lebih konsumtif untuk mendukung berlangsungnya pekerjaan mereka.

Pendapat lain juga ditambahkan oleh ibu Yuli terkait perubahan pola konsumsi masyarakat Dawuhan Mangli pasca berdirinya pasar sore

“tidak semua orang berkecukupan nak. banyak masyarakat yang hidupnya buat makan saja susah. ada orang yang buat beli beras harus ngutang sana sini. jadi untuk memenuhi kebutuhan pastinya mencari tempat yang menjual bahan-bahan makanan yang murah. kalau harus pergi ke supermarket ya tidak akan cukup uangnya buat mencukupi kebutuhan sehari-hari karena biayanya jauh lebih mahal dibanding langsung beli ke pasar.⁶⁸

Hal ini juga ditambahkan oleh Ibu Husniah salah satu masyarakat Desa Dawuhan Mangli. beliau menjelaskan terkait salah satu faktor penyebab perubahan pola konsumsi pasca berdirinya pasar sore. berikut petikan hasil wawancaranya:

⁶⁷ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

⁶⁸ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

“keadaan ekonomi yang sulit juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif pada setiap orang. ketika ekonomi atau pendapatannya banyak otomatis keinginan untuk berperilaku konsumtif juga mempengaruhi. sama halnya dengan adanya pasar sore ini, bagi mereka yang kaya akan membeli sesuatu dengan jumlah yang banyak. sebaliknya bagi mereka yang ekonominya rendah maka perilaku konsumtif yang terjadi tidak sebanyak orang yang ekonominya diatas rata-rata”⁶⁹

Penjelasan diatas didukung oleh pendapat Ibu Agus terkait faktor yang menjadi penyebab perubahan pola konsumtif pasca berdirinya pasar sore Dawuhan Mangli. Berikut petikan hasil wawancaranya:

“ kalau saya pasti memilih belanja di tempat yang ekonomis nak. buat apa sampai beli mahal-mahal di supermarket atau di mall, kalau di pasar semua kebutuhan sudah tersedia. walaupun hanya selisih Rp. 1000,- saja tetap harus diperhitungkan, kalau saya lebih memilih belanja di pasar sore. karena cari uang susah jadi harus hemat.”⁷⁰

Berdasarkan penjelasan diatas maka bisa disimpulkan bahwa salah satu faktor yang menjadi penyebab perubahan pola konsumtif masyarakat Desa Dawuhan Mangli yaitu adanya faktor sosial terkait keadaan ekonomi. Pendapatan seseorang dapat dengan seksama diperhatikan dari kecenderungannya dalam memilih barang yang akan dibelinya. Pola konsumsi juga dapat dibedakan dari tingkat penghasilan atau upah seseorang. Orang yang memiliki penghasilan rendah maka pola konsumsinya juga rendah begitupun sebaliknya orang yang berpenghasilan tinggi pola konsumsinya lebih tinggi itulah perbedaan dasar dalam hal konsumsi. Pendapatan menjadi hal yang sangat berpengaruh karena

⁶⁹ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

⁷⁰ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

menentukan volume pembelian pada setiap produk dan jasa. Setelah pendapatan semakin banyak dan kebutuhan dasar akan semakin beragam, serta akan muncul kebutuhan lainnya

Adapun faktor selanjutnya yang menyebabkan perubahan pola konsumtif masyarakat Desa Dawuhan Mangli yaitu adanya faktor psikologis. berikut petikan hasil wawancaranya :

“adanya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli tentu akan menjadi kesenangan tersendiri bagi masyarakat sekitar karena adanya pasar sore tersebut memudahkan warga khususnya ibu-ibu berbelanja untuk masak setiap harinya untuk kebutuhan makan dan lain sebagainya”⁷¹

Pemaparan diatas juga dijelaskan oleh Ibu Husniah. berikut petikan hasil wawancaranya:

“letak pasar sore yang strategis membuat masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhan rumah tangga menjadi mudah dijangkau. apalagi semisal ada hajatan atau acara yang membutuhkan bahan makanan lumayan banyak, maka perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh masyarakat sangat terlihat.”⁷²

Hal ini juga diperkuat oleh pendapat Ibu Yuli terkait adanya faktor psikologis terkait pemenuhan kebutuhan. berikut petikan hasil wawancaranya:

“saya kebetulan baru menikah, jadi menurut saya itu adanya pasar sore memudahkan saya yang membiasakan setiap pagi harus masak memikirkan menu-menu yang akan dibuat. kalau belanja dini hari kmengharuskan ke pasar Sukowono yang lokasinya lumayan jauh dari rumah jadi kadang sampai di pasar lumayan siang. sehingga nyiapin makanan juga agak siang. lain

⁷¹ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

⁷² wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

halnya setelah adanya pasar sore. semuanya lebih ter prepare dengan baik. sehingga paginya sudah siap yang mau masak.⁷³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi pola konsumtif seseorang adalah adanya faktor psikologis yaitu motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap . Dimana pada umumnya setiap orang akan mendahulukan kebutuhan pokok dari pada kebutuhan lainnya yang kurang menjadi prioritas. Kebutuhan pokok tersebut salah satunya seperti makan, pakaian, tempat tinggal, sekolah, obat-obatan dan kebutuhan lainnya, terutama yang dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu penyebab pola konsumsi yang paling utama adalah karena kebutuhan dasar seperti makan, minum dan pakaian.

Berdasarkan penjelasan diatas maka bisa disimpulkan bahwa faktor yang menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat Desa Dawuhan Mangli pasca berdirinya pasar sore adalah 1) faktor sosial yaitu terkait keadaan ekonomi. Pola konsumsi dapat dibedakan dari tingkat penghasilan atau upah seseorang. Orang yang memiliki penghasilan rendah maka pola konsumsinya juga rendah begitupun sebaliknya orang yang berpenghasilan tinggi pola konsumsinya lebih tinggi itulah perbedaan dasar dalam hal konsumsi dan 2) faktor psikologis yaitu setiap orang akan mendahulukan kebutuhan pokok dari pada kebutuhan lainnya yang kurang menjadi prioritas. Kebutuhan pokok tersebut salah satunya seperti makan,

⁷³ wawancara, 15 September 2021, Dawuhan Mangli

pakaian, tempat tinggal, sekolah, obat-obatan dan kebutuhan lainnya, terutama yang dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari

C. Temuan Masalah

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah peneliti sajikan, berikut akan dibahas kaitannya dengan teori yang telah dipaparkan para tokoh dengan hasil temuan peneliti.

1. Pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono

Pasar juga merupakan tempat untuk segala aktivitas ekonomi masyarakat. Oleh karena itu pasar memiliki peranan dalam ekonomi yang begitu besar. Pasalnya, pasar menjadi tempat bertemunya calon pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar menjadi tempat yang sangat dibutuhkan sejauh ini. Selain dari memenuhi kebutuhan sehari-hari, sebagai sumber penghasilan bagi yang memiliki usaha, membuka lapangan pekerjaan dan lainnya.

Keberadaan pasar dapat memberikan dampak yang signifikan kepada masyarakat sekitar karena semakin diolah pasar akan semakin besar dan memberi dampak pada perekonomian serta menambah kesejahteraan masyarakat sekitar, pedagang serta tempat dimana pasar itu berada. Pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore terbatas dikarenakan lokasi ke pasar lumayan jauh

berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa masyarakat Desa Dawuhan Mangli memiliki perilaku yang konsumtif untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. hal ini sesuai dengan teori James F. Engel et al. berpendapat bahwa perilaku konsumsi didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlihat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan pendapat tersebut.

Berdirinya pasar sore di Dawuhan Mangli mempengaruhi tindakan masyarakat untuk mencari tempat yang strategis dan terjangkau untuk memudahkan kebutuhan sehari-hari. Seperti membeli bahan untuk dimasak, membeli bahan untuk dijual dan lain sebagainya.

Penjelasan diatas juga didukung oleh David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta juga mengemukakan bahwa, perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.⁷⁴

Peran pasar sangat penting bagi kesejahteraan masyarakat. Dimana pasar membantu masyarakat Indonesia dalam mendapatkan pekerjaan dan penghasilan. Misalnya dengan menjual barang produksi

⁷⁴ David L. Loudon and Albert J. Della Bitta, *Customer Behavior: Concept and Applications*, (Amerika: McGraw Hill Inc, 1984), 6.

atau bekerja sebagai pedagang. Masyarakat bisa mendapatkan kebutuhan sehari-hari ketika mereka berbelanja di pasar. Sehingga kebutuhan pangan atau lainnya bisa terpenuhi.

Hal ini selaras dengan teori dari Eeng Ahman yang menjelaskan bahwa kebutuhan segala sesuatu yang diperlukan manusia untuk mencapai kesejahteraan. Berikut beberapa kebutuhan dasar dari konsumsi, yaitu:

- a) Kebutuhan primer atau kebutuhan pokok, kebutuhan berikut adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi, yaitu kebutuhan akan makan, minum, pakaian dan tempat tinggal.
- b) Kebutuhan sekunder, ketika sudah bisa memenuhi kebutuhan primer maka masih ada kebutuhan lain yang bersifat melengkapi, yaitu kebutuhan akan barang-barang pelengkap yang dibutuhkan seperti kulkas, televisi, meja, kursi, dan lainnya.
- c) Kebutuhan tersier adalah kebutuhan barang dan jasa yang tergolong mewah untuk orang-orang yang memiliki pendapatan tinggi seperti mobil mewah, rumah mewah, barang bermerek dan lainnya.⁷⁵

2. Pola konsumsi masyarakat pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono

Sikap disebut sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis sosial kontemporer. Sikap juga

⁷⁵ Eeng Ahman, *Membina Kompetensi Ekonomi*, (Bandung: Grafindo Media Pratama, 2007), 3.

merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pedagang untuk memahami konsumen. Thurstone mengemukakan bahwa sikap adalah salah satu konsep yang sangat sederhana, yaitu jumlah pengaruh yang dimiliki seseorang atas atau menentang suatu objek.

Sebagian besar periset setuju bahwa konsep sederhana dari sikap yang diajukan oleh Thurstone dan Fishbein ialah yang paling bermanfaat. Artinya, sikap mewakili perasaan senang atau tidak senang konsumen terhadap objek yang dipertanyakan. Kepercayaan (kognisi) dan keinginan untuk bertindak (*cognition*) dipandang memiliki hubungan dengan sikap tetapi merupakan konsep kognitif yang terpisah bukan bagian dari sikap itu sendiri.⁷⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi masyarakat setelah berdirinya pasar sore lebih konsumtif. menurut mereka adanya pasar sore di Dawuhan Mangli sangat menguntungkan dengan beberapa alasan, seperti letak geografis, akomodasi dan harga yang murah. selain itu segala kebutuhan lengkap tanpa harus pergi ke toko lain lagi untuk membeli kebutuhan lainnya, tinggal datang ke pasar sore Desa Dawuhan Mangli.

Berdirinya pasar sore membuat semakin dekat jarak pasar dengan pembeli maka semakin diuntungkan para pembeli karena selain akan mendapatkan komoditas yang dibutuhkan dengan harga yang

⁷⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen) Edisi Ke-3*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003), 139.

lebih murah juga bisa mengurangi biaya transportasi karena jarak tempuhnya yang lebih dekat. Selain itu berdirinya pasar sore memberikan nilai yang positif kepada masyarakat karena pasar ini dapat meningkatkan penghasilan para pedagang yang menjual produknya di pasar.

Hal ini selaras dengan teori yang menjelaskan bahwa pola konsumsi seseorang bisa berubah karena adanya faktor tertentu seperti motivasi. Terdapat 5 cara yang terpenting dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

a) Sumber daya konsumen

Setiap orang yang membawa tiga sumber daya dalam setiap pengambilan keputusan, yaitu: waktu, uang dan perhatian (penerima informasi dan kemampuan pengelolaan) umumnya terdapat keterbatasan yang jelas pada kesediaan masing-masing sehingga memerlukan semacam alokasi yang cermat.

b) Motivasi dan keterlibatan

Psikolog dan pemasar bersama-sama selalu berkepentingan untuk menjelaskan apa yang terjadi bila perilaku yang diarahkan pada tujuan diberi energi dan diaktifkan.

c) Pengetahuan

Hasil belajar dapat didefinisikan secara sederhana sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan.

d) Sikap

Sikap sebagai suatu evaluasi menyeluruh yang memungkinkan orang merespon dengan cara menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten berkenaan dengan objek atau alternatif yang terikat.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan juga bahwa semakin dekat jarak pasar dengan pembeli maka semakin diuntungkan para pembeli karena selain akan mendapatkan komoditas yang dibutuhkan dengan harga yang lebih murah juga bisa mengurangi biaya transportasi karena jarak tempuhnya yang lebih dekat.

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen. Kelompok yang berpengaruh secara langsung ada dua kelompok yang pertama adalah kelompok primer seperti keluarga, teman, kerabat dan lainnya, yang kedua adalah kelompok sekunder seperti organisasi, sekolah serta status sosial.

a) **Keluarga.** Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Dalam keluarga terutama orang tua yang memberikan arah dalam hal tuntunan agama, politik, ekonomi dan harga diri. Bahkan jika pembeli tidak berhubungan lagi dengan orang tua, pengaruh terhadap perilaku

pembeli tetap ada. Sedangkan pada keluarga yang terdiri dari suami-istri dan anak pengaruh pembelian itu akan sangat terasa.

- b) **Peran dan status.** Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. contohnya seorang manajer berpakaian rapi dengan dengan mengenakan mobil sebagai kendaraannya.⁷⁷
- c) **Keadaan ekonomi.** Keadaan ekonomi sangat mempengaruhi dalam pemilihan produk. Pendapatan seseorang dapat dengan seksama diperhatikan dari kecenderungannya dalam memilih barang yang akan dibelinya.
- d) **Gaya hidup.** Orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan yang bersangkutan tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya.
- e) **Kepribadian dan konsep diri.** Tiap orang mempunyai kepribadian yang khas dan hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang unik dan juga dapat menimbulkan tanggapan relatif konstan terhadap lingkungannya sendiri. Kepribadian sangat

⁷⁷ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 88.

bermanfaat dalam menganalisis perilaku konsumen bagi beberapa pilihan produk atau merek.⁷⁸

- f) **Persepsi.** Seseorang yang termotivasi akan siap bereaksi. Bagaimana orang itu bertindak dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi. Dua orang dalam kondisi motivasi yang sama dan tujuan situasi yang sama mungkin bertindak secara berbeda karena perbedaan persepsi mereka terhadap situasi itu. Persepsi menurut Philip Kotler diartikan sebagai: proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.⁷⁹

3. Faktor-faktor penyebab perubahan pola konsumsi pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono

a. Faktor budaya

Faktor budaya masyarakat di suatu wilayah peranan yang kuat berpengaruh terhadap sikap pemilihan bahan makanan yang akan dikonsumsi. Faktor sosial budaya ini berkembang di masyarakat sesuai dengan kondisi lingkungan, agama, adat, dan istiadat.

Kebudayaan adalah simbol yang fakta dan kompleks yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat. faktor budaya terdiri dari kultur, subkultur dan kelas sosial. Faktor-

⁷⁸ Ibid, 89.

⁷⁹ Ibid, 90.

faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen karena seseorang akan cenderung mengikuti budaya didaerah tempat tinggalnya.⁸⁰

b. Faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen. Kelompok yang berpengaruh secara langsung ada dua kelompok yang pertama adalah kelompok primer seperti keluarga, teman, kerabat dan lainnya, yang kedua adalah kelompok sekunder seperti organisasi, sekolah serta status `sosial.⁸¹

1) **Pekerjaan.** Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk mereka.

2) **Keadaan ekonomi.**

Keadaan ekonomi dalam keluarga memegang peranan paling penting dan sangat mempengaruhi pola konsumsi keluarga. Seperti contoh, keluarga dari golongan miskin, sebagian besar menggunakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan makanan

⁸⁰ Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), 77.

⁸¹ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), 88.

Keadaan ekonomi sangat mempengaruhi dalam pemilihan produk. Pendapatan seseorang dapat dengan seksama diperhatikan dari kecenderungannya dalam memilih barang yang akan dibelinya.⁸²

c. Faktor psikologi

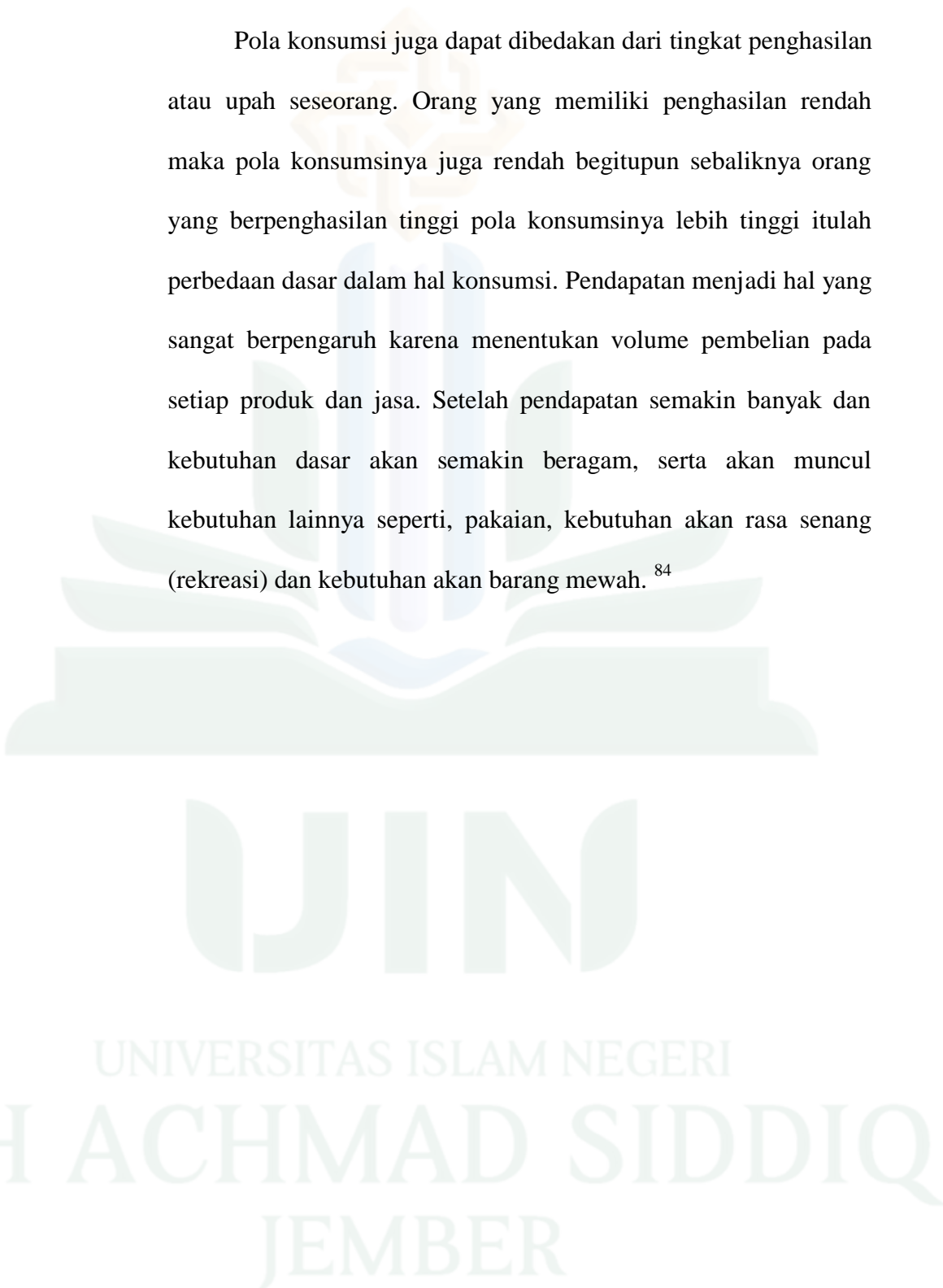
Pada suatu saat tertentu seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik maupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya. Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap

Pada umumnya setiap orang akan mendahulukan kebutuhan pokok dari pada kebutuhan lainnya yang kurang menjadi prioritas. Kebutuhan pokok tersebut salah satunya seperti makan, pakaian, tempat tinggal, sekolah, obat-obatan dan kebutuhan lainnya, terutama yang dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari.⁸³ Oleh karena itu penyebab pola konsumsi yang paling utama adalah karena kebutuhan dasar seperti makan, minum dan pakaian.

⁸² Ibid, 89.

⁸³ M. Yusnita, *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*, (Semarang: Alprin, 2010), 7.

Pola konsumsi juga dapat dibedakan dari tingkat penghasilan atau upah seseorang. Orang yang memiliki penghasilan rendah maka pola konsumsinya juga rendah begitupun sebaliknya orang yang berpenghasilan tinggi pola konsumsinya lebih tinggi itulah perbedaan dasar dalam hal konsumsi. Pendapatan menjadi hal yang sangat berpengaruh karena menentukan volume pembelian pada setiap produk dan jasa. Setelah pendapatan semakin banyak dan kebutuhan dasar akan semakin beragam, serta akan muncul kebutuhan lainnya seperti, pakaian, kebutuhan akan rasa senang (rekreasi) dan kebutuhan akan barang mewah.⁸⁴



⁸⁴ M. Yusnita, *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*, (Semarang: Alprin, 2010), 7.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian hasil penelitian yang sudah dijelaskan, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore terbatas dikarenakan lokasi ke pasar lumayan jauh.
2. Pola konsumsi masyarakat setelah berdirinya pasar sore yaitu menjadikan masyarakat Dawuhan Mangli lebih konsumtif. Adanya pasar sore di Dawuhan Mangli sangat memudahkan masyarakat untuk berbelanja dengan beberapa alasan, seperti letak geografis, akomodasi dan harga yang murah. selain itu segala kebutuhan lengkap tanpa harus pergi ke toko lain lagi untuk membeli kebutuhan lainnya, tinggal datang ke pasar sore Desa Dawuhan Mangli.
3. Faktor yang menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat Desa Dawuhan Mangli pasca berdirinya pasar sore adalah 1) faktor sosial yaitu terkait keadaan ekonomi. Pola konsumsi dapat dibedakan dari tingkat penghasilan atau upah seseorang. Orang yang memiliki penghasilan rendah maka pola konsumsinya juga rendah begitupun sebaliknya orang yang berpenghasilan tinggi pola konsumsinya lebih tinggi itulah perbedaan dasar dalam hal konsumsi dan 2) faktor psikologis yaitu setiap orang akan mendahulukan kebutuhan pokok dari pada kebutuhan lainnya yang kurang menjadi prioritas. Kebutuhan pokok tersebut salah satunya seperti makan,

pakaian, tempat tinggal, sekolah, obat-obatan dan kebutuhan lainnya, terutama yang dibutuhkan untuk kegiatan sehari-hari

B. Saran

1. Bagi Pasar Sore Dawuhan Mangli Sukowono

Diharapkan sebagai pusat perbelanjaan dengan kuantitas konsumen yang semakin banyak harus memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Hal lainnya adalah harus memberikan ruang komunikasi atau aspirasi kepada konsumen sebagai cara untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sehingga menjadi bahan evaluasi kedepannya.

2. Bagi Masyarakat

Diharapkan mampu menjadi konsumen yang lebih bisa mengatur antara pengeluaran dan pemasukan sehingga mengurangi perilaku konsumtif. Sehingga dapat memiliki pandangan bahwa dalam melakukan pembelian harus disesuaikan dengan kebutuhan. Hal ini dapat dilakukan sebagai upaya untuk tidak terjebak pada perilaku konsumtif.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Ahman, Eeng, *Membina Kompetensi Ekonomi*, Bandung: Grafindo Media Pratama, 2007.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Avriliana, Mariana, Skripsi: *Perilaku Konsumtif Remaja di Rungkut Lor Surabaya Pasca Berdirinya Transmart*, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018.
- Devi, Ria Listiana, Skripsi: *Analisis Pola Konsumsi Mahasantri Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasantri Putri Ma'had Al-jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo)*, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2009.
- Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Endraswara, Suwardi, *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan (Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi)*, Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2006.
- Fatihudin, Didin, *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015.
- Firmasyah, M. Anang, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Hasnira, Skripsi: *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*, Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017.
- Helauddin dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik)*, Makassar: ISBN, 2019.
- Ratnasari. Ely. *ngaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sagu Di Desa Banglas Kec.Tebing Tinggi Kab.Kepulauan Meranti*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru. 2021.
- Dawati. Faini. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Muslim Di Pasar Aceh*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. 2020.
- Sinaga, Mustapa Husein. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mitra Iqra' Plus (Asuransi Pendidikan) Pada Pt. Asuransi*

Jiwa Syari'ah Bumiputera, Kantor Pemasaran Syari'ah Medan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. 2020.

Sanjani P Rasyid. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa Indekost Di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2017-2018*, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.

Avriliana, Mariana. Skripsi: “*Perilaku Konsumtif Remaja di Rungkut Lor Surabaya Pasca Berdirinya Transmart*”, (Surabaya: UIN Sunan Ampel. 2018.

Helmi, Sulaiman, Lin Yan Syah, Wiwin Agustian, “Perubahan Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Dari Ritel Tradisional ke Ritel Modern (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Palembang)”, Vol. 2 No. 1 (2019).

J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen) Edisi Ke-3*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2003.

L. Louden, David and Albert J, Della Bitta, *Customer Behavior: Concept and Applications*, Amerika: McGraw Hill Inc, 1984.

Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.

M. Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.

M. Yusnita, *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*, Semarang: Alprin, 2010.

Machmud, *Ekonomi Islam Untuk Dunia Yang Lebih Baik*, Jakarta: Salemba Empat, 2017.

Mangkunegara, Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, Bandung: PT Rafika Aditama, 2019.

Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.

Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

Moleong, Lexy J, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.

Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

- Novalita, Andan, Skripsi: *Pola Konsumsi Dan Tingkat Kepuasan Konsumen Rumah Tangga Terhadap Mi Instan Di Kota Bandar Lampung*, Lampung: Universitas Lampung, 2016.
- Pontorondo, Marjam M, Perubahan Perilaku Berbelanja Dari Pasar Tradisional Ke Pasar Modern Di Kota Manado Dipandang Dari Aspek Sosiologi, vol 14 no.2, 2016.
- Pratama, Agus Setia, Skripsi: *Analisis Dampak Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam (Studi Masyarakat Pekon Tanjung Setia Kecamatan Pesisir Selatan Kabupaten Pesisir Barat)*, Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2019.
- Purbaningrum, Tiyas, Skripsi: *Pola Konsumsi Produk Fashion di Kalangan Pelajar Putri (Studi Deskriptif Kualitatif di SMA NEGERI 7 Surakarta)*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2008.
- Rumondang, Astri, et.al. *Pemasaran Digital Dan Perilaku Konsumen*, Medana: Yayasan Kita Menulis, 2000.
- Said, Muhammad, Analisis Perubahan Pola Konsumsi Rumah Tangga: Dampak Perubahan Harga BBM (Studi Kasus Kecamatan Kemuning Palembang), Vol 4 no.2, 2015.
- Simamora, Bilson, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta Bandung, 2014.
- Susilowati, Dwi, Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Malang Pasca Kenaikan Harga Bahkan Makanan, Vol 7 No. 1, 2009.
- T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, Yogyakarta: Kanisius, 2004.
- Zamzam, Fakhry dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB-VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Pasca Berdirinya Pasar Sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono	1. Pola Konsumsi masyarakat	1. Konsep Pola Konsumsi 2. Konsep pola konsumsi 3. Kebutuhan Konsumen 4. Motivasi Konsumen	1. pengertian konsumsi 2. pengertian pola konsumsi 3. jenis-jenis kebutuhan pola konsumsi 1. pengertian perilaku konsumen 2. variabel-variabel dalam mempelajari konsumen 1. pengertian kebutuhan 1. pengertian motif dan motivasi konsumen 2. teori-teori motivasi konsumen	Informan: a Masyarakat b Pedagang c Perangkat desa Kepustakaan Dokumentasi	Jenis penelitian - <i>field research</i> Pendekatan penelitian - Deskriptif kualitatif Teknik pengumpulan data - Observasi - Wawancara - Dokumentasi Analisis data - Trianggulasi sumber	Bagaimana pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono Bagaimana pola konsumsi masyarakat setelah berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono Apa saja faktor-faktor penyebab perubahan pola konsumsi pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono

		<p>5. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen</p> <p>6. pembentukan dan perubahan sikap konsumen</p>	<p>3. klasifikasi motivasi</p> <p>1. faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen</p> <p>1. definisi sikap konsumen</p> <p>2. fungsi-fungsi sikap konsumen</p>		
--	--	--	---	--	--



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sulis Hamniatur Rohmah

NIM : E20172086

Prodi/Jurusan : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: “Perubahan Pola Konsumsi Pasca Berdirinya Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli” adalah sebenarnya hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali bagian-bagian yang disebutkan sumbernya.

Jember, 09 Desember 2022
Saya yang menyatakan



Sulis Hamniatur Rohmah
NIM. E20172086

PEDOMAN WAWANCARA

➤ **Fokus 1**

Bagaimana pola konsumsi masyarakat sebelum berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?

1. Menurut bapak/ibu pola konsumsi masyarakat pada masa sebelumnya berdiri pasar sore seperti apa?
2. Seberapa penting, pasar sore di desa dawuhan mangli ini dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat?
3. Apa alasan bapak/ibu memilih berbelanja di pasar sore desa dawuhan mangli?
4. Bagaimana kelebihan pasar sore dibanding pasar lainnya?
5. Apa saja faktor yang mempengaruhi masyarakat berbelanja ke pasar sore desa dawuhan mangli?

➤ **Fokus 2**

Bagaimana pola konsumsi masyarakat pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?

1. Bagaimana pendapat bapak/ibu terkait berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli?
2. Apa saja keuntungan yang didapat dari keberadaan pasar sore di Desa Dawuhan Mangli?
3. Kapan pasar sore ini dilaksanakan?
4. Apa saja perbedaan yang terjadi setelah berdirinya pasar sore dibanding dengan sebelumnya?

5. Mengapa pasar sore banyak diminati oleh masyarakat Desa Dawuhan Mangli??
6. Di balik keuntungan yang didapat dari adanya pasar sore, apakah ada kerugian yang didapat dari adanya aktivitas pasar??
7. Bagaimana tanggapan atau pendapat bapak ibu terkait perilaku konsumtif? Khususnya setelah berdirinya pasar sore?
8. Apakah perilaku konsumtif masyarakat Dawuhan Mangli meningkat setelah adanya pasar sore?

➤ **Fokus 3**

Apa saja faktor-faktor penyebab perubahan pola konsumsi pasca berdirinya pasar sore di Desa Dawuhan Mangli Sukowono?

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi adanya perubahan pola konsumsi masyarakat Dawuhan Mangli pasca berdirinya pasar sore?
2. Bagaimana pendapat bapak\ibu terkait pola konsumsi seseorang jika ditinjau dari status sosialnya?
3. Apa saja kebutuhan dasar masyarakat dalam pola kosnusmi di pasar sore Dawuhan Mangli?
4. Bagaimana pendapat bapak\ibu terkait pola konsumsi seseorang jika ditinjau dari tingkat penghasilannya?
5. Apa dampak positif dan negatifnya setelah berdirinya pasar sore Desa dawuhan Mangli??



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DESA DAWUHANMANGLI
KECAMATAN SUKOWONO

Jl. Sumberjambe - Dawuhanmangli - Sukowono - Jember, Kode Pos 68194

Nomor : 141/340/29.2011/XII/2022

Jember, 12 Desember 2022

Lamp. : -

Perihal : *Keterangan Selesai Penelitian*

Kepada Yth:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN KH. ACHMAD SIDDIQ

Jember

Di

Jember

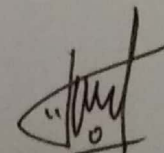
Sehubungan dengan telah selesainya penelitian di Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli, maka dengan ini kami menerangkan bahwa:

Nama/NIM	: Sulis Hamniatur Rohmah/E20172086
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Penelitian	: " PERUBAHAN POLA KONSUMSI MASYARAKAT PASCA BERDIRINYA PASAR SORE DESA DAWUHAN MANGLI"
Lokasi	: Pasar Sore Desa Dawuhan Mangli
Lama Penelitian	: 2 Bulan

Bahwasanya yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Pasar Sore dengan baik.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya dan atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Dawuhanmangli, 12 Desember 2022
KAUR Perencanaan



SUPANDI

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

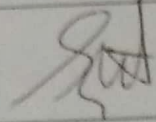
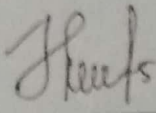
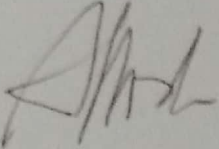
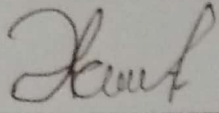
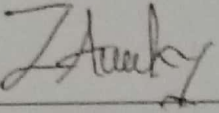
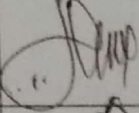

Lokasi Penelitian:

Pasar sore Desa Dawuhan Mangli Sukowono

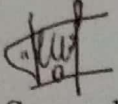
Jl. Mawar Jingga Desa Dawuhan Mangli Kecamatan Sukowono

Kabupaten Jember, Jawa Timur 68194

Telepon 0895-3640-88850

No.	Hari/Tanggal	Jadwal Kegiatan	Tanda Tangan
1.	20 Juni 2021	Menyerahkan surat izin penelitian	
2.	27 Juli 2021	Menindak lanjuti surat izin penelitian (ACC surat izin penelitian)	
3.	5 Agustus 2022	Wawancara terkait sejarah, struktur pasar dan pengelolaan pasar, sekaligus meminta izin untuk melakukan wawancara kepada pihak pengurus pasar	
4.	10-15 September 2021	Wawancara kepada para warga sekitar pasar sore desa Dawuhan Mangli	
5.	15 September 2021	Wawancara kepada para pedagang di pasar sore Dawuhan Mangli	
6.	03 Februari 2022	Wawancara kepada para pengurus di kantor desa Dawuhan Mangli	
7.	09 Desember 2022	Meminta surat izin selesai penelitian kepada pihak pengurus Kantor Desa Dawuhan Mangli, Sukowono, Jember	

Jember, 09 Desember 2022


Supandi

Kaur Perencanaan Dawuhan Mangli

DOKUMENTASI



Wawancara Dengan Bapak Rudi Zainudin Selaku Kepala Desa Dawuhan Mangli



Wawancara Dengan Pihak Perencanaan Pasar



KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Wawancara Dengan Para Pedangan di Pasar Sore Dawuhan Mangli



Wawancara Dengan Para Pedangan di Pasar Sore Dawuhan Mangli

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Keadaan Pasar Sore Dawuhan Mangli Belum di Renovasi



Keadaan Pasar Sore Dawuhan Mangli Setelah di Renovasi

BIODATA PENULIS



Nama : Sulis Hamniatur Rohmah
NIM : E20172086
Tempat dan Tanggal Lahir : Jember, 11 November 1997
Alamat : Jl. Sangkar Mas Dusun Krajan II RT 01 RW 02
Desa Dawuhan Mangli Kec. Sukowono, Kab.
Jember
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember

Riwayat Pendidikan :

1. SDN 02 Sukowono : 2004-2010
2. SMPN 02 Sukowono : 2010-2013
3. MA Nurul Qarnain Sukowono : 2013-2016
4. UIN KHAS JEMBER : 2017-2022

