

PENGARUH HARGA, RELIGIUSITAS, DAN RESILIENSI TERHADAP MINAT BELI PEDAGANG SAYUR KELILING KEC. WONOMERTO KAB. PROBOLINGGO

M. Fathan Afthoni Zein, Reza Hilmy Luayyin, M. Nabat Ardli

Institut Ahmad Dahlan Probolinggo

nahtafsantri@gmail.com

Abstract

In the world of marketing, products that meet consumer needs and wants will survive in the market. Therefore, consumers tend to consider price and purchase products from well-known brands because of the lower risk. To address this, it is important to understand the influence of variables such as price, religiosity, resilience, halal logo certification, and ethics. This research is a descriptive qualitative study using a questionnaire with a Likert scale of 1-4. The study population consists of mobile vegetable vendors' customers, with a sample of 50 respondents in Wonomerto District. The data were analyzed using SmartPLS technique. The variables analyzed include price, religiosity, resilience, and ethics. The results show that price has a positive and significant influence on the purchase intention towards mobile vegetable vendors, and religiosity has a positive and significant influence on the purchase intention towards mobile vegetable vendors. However, resilience does not have a positive and significant influence on the purchase intention towards mobile vegetable vendors.

Keywords: *Mobile Vegetable Vendors , Religiosity, Resilience, Price,.*

Abstrak

Dalam dunia pemasaran, produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan bertahan di pasar. Oleh karena itu, konsumen cenderung melihat harga dan membeli produk dari merek terkenal karena risikonya lebih rendah. Untuk mengatasi hal ini, penting memahami pengaruh variabel seperti harga, religiusitas, resiliensi, dan etika. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan kuesioner yang memakai skala Likert 1-4. Populasi penelitian adalah pelanggan pedagang sayur keliling, dengan sampel 50 responden di Kecamatan Wonomerto. Data dianalisis menggunakan teknik SmartPLS. Variabel yang dianalisis meliputi harga, religiusitas, resiliensi, dan etika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli terhadap pedagang sayur keliling, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli terhadap pedagang sayur keliling. Sedangkan resiliensi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli terhadap pedagang sayur keliling.

Kata Kunci: *Harga, Pedagang Sayur Keliling, Religiusitas, Resiliensi.*

PENDAHULUAN

Dalam dunia internasional, Indonesia dikenal sebagai salah satu negara penghasil sayuran yang berkualitas tinggi, hal ini dikarenakan mayoritas warganya berprofesi sebagai petani dan ditunjang dengan tanah Indonesia yang subur sehingga banyak jenis sayuran yang tumbuh dan bisa dibudidayakan. Berdasarkan data Google Trends Indonesia, pencarian bahan pangan dengan kata kunci “sayur online” meningkat

signifikan pada Maret 2020 mengingat di tahun tersebut Indonesia diterpa wabah Covid-19 (Rahmawati, 2020). Konsumsi sayur meningkat karena masyarakat berlomba-lomba untuk meningkatkan daya tahan dan kekebalan tubuh agar tidak terjangkit virus yang mematikan itu (Hakim, 2020).

Sayuran merupakan komoditi pertanian yang memiliki peluang cerah sebab permintaan terhadap komoditi ini cukup tinggi, mengingat sayuran termasuk pangan esensial atau kebutuhan dasar karena mengandung zat gizi mikro berupa vitamin dan mineral serta mudah didapat karena harganya yang terjangkau (Sheyoputri and Abri, 2021). Sayuran yang merupakan tanaman hortikultura (tumbuhan yang dibudidayakan) memiliki nilai komersial yang cukup tinggi, sebab sayuran merupakan produk pertanian yang senantiasa dikonsumsi setiap hari (Masitah, Nursalam and Dari, 2022). Mengonsumsi sayuran secara rutin dapat mencegah terjangkitnya penyakit kronis seperti obesitas, diabetes melitus tipe 2, hipertensi, jantung koroner, stroke dan lain-lain serta mencegah penambahan berat badan (Sheyoputri and Abri, 2021).

Di era globalisasi sekarang ini, usaha merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan memiliki peranan yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan ekonomi yang dilaksanakan oleh masyarakat yang terdiri atas kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi, dimana kegiatan tersebut dilaksanakan di dalam pasar yang salah satu proses transaksinya melalui proses permintaan dan penawaran (Fitriah, Sukidin and Hartanto, 2021). Untuk kegiatan usaha meliputi menjadi produsen, konsumen maupun perantara. Seiring perkembangan zaman tersebut kegiatan bisnis khususnya perdagangan semakin meningkat, dan persaingan bisnis pun juga semakin ketat (Siti Hofifah, 2020). Selain dampak positif yang bisa dirasakan di era globalisasi seperti sekarang ini, dampak negatifnya juga terasa terutama bagi masyarakat desa yang dimana tingkat pendidikan dan skillnya terbatas. Hal itu berpengaruh terhadap kesempatan kerja yang bisa mereka dapatkan. Kesempatan kerja mereka di sektor formal terbatas sebab kurang memadainya skill dan kemampuan. Orang-orang yang memiliki keterbatasan tersebut kemudian menciptakan kegiatan ekonomi di sektor informal sebagai alternatif terbaik mereka untuk bertahan hidup (Suviani, Muhsin and Nirmawati, 2023). Salah satu pekerjaan yang dapat dilakukan yaitu sebagai pedagang, pekerjaan ini dipilih karena merupakan pekerjaan informal dimana wanita atau ibu rumah tangga maupun seorang laki-laki bisa melakukannya (Juita, Mas'ad and Arif, 2020), dan merupakan pekerjaan yang tidak membutuhkan kualifikasi pendidikan tertentu maupun seleksi yang rumit dan ketat bagi yang ingin bekerja, salah satunya yaitu pedagang sayur keliling (Juita, Mas'ad and Arif, 2020). Pedagang sayur keliling adalah pedagang yang melakukan perdagangan tidak di tempat dagang seperti pasar atau pusat perbelanjaan sayuran seperti pada

umumnya, melainkan dengan cara berkeliling menggunakan sepeda motor atau gerobak sayur dengan membawa keranjang sebagai tempat sayurannya (Wahjuni, 2014). Pekerjaan berdagang sayur keliling tidak memerlukan modal yang banyak serta keterampilan atau kecakapan khusus.

Seperti halnya beberapa pedagang sayur keliling di Desa Pohsangit Lor yaitu salah satu desa yang terdapat di Kabupaten Probolinggo yang memilih bekerja sebagai tukang sayur keliling karena memiliki keterbatasan baik dalam kesempatan kerja, skill, maupun modal usaha. Beberapa diantara mereka adalah seorang wanita yang berupaya menutupi kekurangan kebutuhan keluarga (Selva, Syahida and Anita, 2019). Para pedagang tersebut lebih memilih pekerjaan tersebut karena dirasa cocok dengan kemampuan yang dimiliki. Selain itu modal yang dibutuhkan juga tidak terlalu besar sehingga mereka bisa memulai usahanya tanpa perlu melakukan peminjaman modal besar. Kendati demikian, modal berupa uang tidaklah cukup untuk usaha dagangannya, seorang pedagang sayur keliling juga harus memanfaatkan modal sosialnya dengan sebaik mungkin. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang bersama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara formal dan informal. Biasanya faktor sosial dapat dilihat dari hubungan antar manusia, baik dengan keluarga, teman, maupun orang-orang disekitar. Jadi hubungan sosial yang baik antar pedagang sayur keliling dengan konsumen juga sangat penting bagi keberlangsungan usaha dan aktivitas transaksinya (Oktaviani, Irwan and Zusmelia, 2021).

Kadang kala seorang pedagang sayur keliling harus memiliki hubungan dalam bentuk *patron clien* dengan pelanggannya sehingga memunculkan kepercayaan (*trust*) antar pedagang dan konsumen. Karena mereka memahami bahwa modal tidak hanya modal uang akan tetapi modal sosial juga tidak kalah penting, hal ini jugalah yang dijumpai dalam modal sosial yang di dalamnya mengandalkan kepercayaan, dari kepercayaan itu pula akan menciptakan jejaring sosial, yang dapat memperbaiki efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi adanya koordinasi dan kerja sama bagi keuntungan bersama, sehingga konsumen merasa nyaman ketika berbelanja dan kemungkinan besar akan menjadi pelanggan tetap pedagang sayur keliling tersebut (Oktaviani, Irwan and Zusmelia, 2021). Sejalan dengan pendapat Fukuyama (2002) yang menyatakan bahwa modal sosial adalah kemampuan yang timbul dari adanya kepercayaan (*trust*) dalam sebuah komunitas. Perilaku atau tindakan tersebut salah satu unsur untuk memperkokoh kerjasama antara pedagang dan konsumen. Kepercayaan yang dibangun antara pedagang dan konsumen tersebut membuat pelanggan pedagang sayur bertahan untuk tetap membeli ke pedagang sayur keliling (Oktaviani, Irwan and Zusmelia, 2021). Modal sosial tersebut tidak hanya untuk memperkokoh hubungan antara pedagang dan konsumen saja,

tetapi modal sosial yang dimiliki pedagang sayur juga untuk ketahanan sosial rumah tangga, yaitu berupa kepercayaan dengan keluarga terutama dalam mengoptimalkan setiap anggota keluarga untuk bekerja yaitu suami atau istri dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga seperti sandang, pangan, papan dan pendidikan (Oktaviani, Irwan and Zusmelia, 2021). Walaupun pendapatan pedagang sayur keliling dikatakan rendah tetapi mereka tetap percaya dan menghutangkan dagangannya kepada konsumen.

Seorang konsumen dalam menentukan pilihannya sangat dipengaruhi oleh banyak faktor, ada banyak faktor yang menyebabkan setiap konsumen mempunyai motif yang berbeda-beda dalam menentukan jenis sayuran yang akan dibeli dan dikonsumsi, jumlah yang akan dibeli, harga yang dapat memuaskannya, waktu pembelian, tempat pembelian, dan lain-lain. Oleh karenanya, faktor sosial juga sangat berpengaruh terhadap minat beli mereka. Konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk bukan hanya karena nilai fungsi awalnya, namun juga karena nilai sosial dan emosionalnya. Mereka cenderung merasa nyaman berbelanja ketika seorang pedagang sayur keliling memberikan pelayanan yang baik, seperti ramah dalam melayani konsumen, murah senyum, dan yang paling penting yaitu jujur dalam berdagang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor sosial terhadap keberlangsungan usaha pedagang sayur keliling masyarakat Desa Pohsangit Lor, minat beli para konsumennya, serta seberapa jauh hubungan sosial yang sudah mereka jalin sehingga para konsumen tetap percaya membeli dagangannya, dan faktor sosial yang paling dominan dalam meningkatkan minat beli konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data naratif. Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang mampu menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan, dan perilaku dari orang-orang yang diamati (Singgano, Lumintang and Lesawengen, 2021). Melalui pengumpulan data menggunakan wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Responden dari penelitian ini adalah pedagang sayur keliling yang berjualan di Desa Pohsangit Lor dan desa lain di sekitarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Pedagang Sayur Keliling

Dalam konteks ekonomi yang terus berkembang, harga merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Hal ini

juga berlaku dalam sektor perdagangan sayur keliling, di mana harga menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli sayur dari pedagang keliling. Minat beli konsumen terhadap produk yang dijual oleh pedagang sayur keliling dipengaruhi oleh beberapa faktor, namun harga sering kali menjadi penentu utama.

Harga tidak hanya mencerminkan nilai moneter dari suatu produk, tetapi juga menggambarkan kualitas dan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Konsumen cenderung mencari harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Dalam hal ini, pedagang sayur keliling harus mampu menawarkan harga yang menarik untuk dapat bersaing dengan pedagang lain, baik itu pasar tradisional maupun supermarket.

Penelitian yang dilakukan pada pelanggan pedagang sayur keliling di Kecamatan Wonomerto menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Hal ini dikarenakan konsumen lebih sensitif terhadap perubahan harga dalam produk kebutuhan sehari-hari seperti sayuran. Dalam penelitian tersebut, kuesioner dengan skala Likert 1-4 digunakan untuk mengukur persepsi konsumen terhadap harga dan minat beli. Dari hasil analisis menggunakan teknik SmartPLS, ditemukan bahwa harga memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya, semakin kompetitif harga yang ditawarkan oleh pedagang sayur keliling, semakin tinggi minat beli konsumen.

Pedagang sayur keliling perlu memiliki strategi penetapan harga yang efektif untuk menarik konsumen. Beberapa strategi yang dapat diterapkan antara lain:

1. **Harga Promosi:** Memberikan diskon atau penawaran khusus pada waktu tertentu untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
2. **Harga Paket:** Menawarkan paket sayuran dengan harga lebih murah dibandingkan jika dibeli secara terpisah.
3. **Harga Berdasarkan Volume Pembelian:** Memberikan potongan harga bagi konsumen yang membeli dalam jumlah banyak.

Meskipun harga merupakan faktor utama, variabel lain seperti kualitas produk, kesegaran sayuran, dan layanan pelanggan juga memainkan peran penting dalam membentuk minat beli konsumen. Pedagang sayur keliling yang mampu menjaga kesegaran dan kualitas sayuran serta memberikan pelayanan yang ramah dan cepat akan lebih diminati oleh konsumen meskipun harga yang ditawarkan sedikit lebih tinggi dibandingkan kompetitor.

Pengaruh Resiliensi Terhadap Pedagang Sayur Keliling

Resiliensi merupakan kemampuan untuk bertahan, beradaptasi, dan bahkan berkembang dalam menghadapi kesulitan dan tekanan. Bagi pedagang sayur keliling, resiliensi adalah kunci keberlangsungan usaha dagangan mereka. Mereka harus mampu menavigasi berbagai rintangan dengan sikap positif dan strategi yang tepat agar tetap bisa menjalankan usaha mereka dan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Persaingan antar pedagang Tingginya tingkat persaingan antar pedagang membuat mereka berlomba-lomba untuk menjual dagangannya. (riskiyah) Sehingga beberapa strategi digunakan untuk mendapatkan pembeli, berbagai cara dilakukan untuk meningkatkan minat beli konsumennya (Wibowo, Khasanah and Putra, 2022).

Berbicara mengenai upaya untuk meningkatkan minat beli, tentu para pedagang sayur keliling tersebut memiliki beberapa pandangan, karena mereka harus bisa mendapatkan kepercayaan pelanggan untuk keberlangsungan usahanya. Lebih jauh mengenai Upaya para pedagang berikut akan disajikan beberapa data sesuai hasil di lapangan.

1. Strategi Harga

Terkait dengan harga mereka tidak memasang harga khusus, harga jual yang ditawarkan sama seperti pedagang pada umumnya. Jika ada pelanggan yang mau berhutangpun mereka memperbolehkan dengan alasan bahwa setiap orang kondisi ekonominya berbeda, dan sebagai manusia harus memiliki empati terhadap orang lain, walaupun terkadang ada saja pelanggan yang nakal tetapi mereka percaya bahwa tidak semua orang berbuat demikian dan perbuatan baik pasti akan kembali pada diri mereka sendiri. Selain itu cara tersebut diyakini akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap mereka. Seperti pernyataan Pak Rohim berikut :

“Guduh masang regeh engak biasanah, tak larang tak mode, se penteng ampon olle. Manussah panikah guduh ngagumin rassah belles sareng oreng se tak ngagumin obeng lebbi kaangghui belenje ben arenah, deddih kuleh marengin oreng aotang.”

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Pak Halim :

“Mon soal regeh paggun agunaagi regeh normal biasanah, tak masang regeh se larangan otabeh se modeen. Madheng panikah kebutoan odik ben arenah, klaben tak sedejengah oreng sanggup abelenjeh benyak. Oreng se aotang panikah kadeng majer maseh kuleh tak naghi, gi bedeh pelanggan se nakal, aotang tapeh tak majer.”

Kedua pedagang tersebut mengatakan bahwa harga jual yang mereka tawarkan tidak ada unsur paling murah ataupun paling mahal, disesuaikan dengan harga pada umumnya. Setiap pelanggannya boleh berhutang karena menurut mereka setiap orang harus saling membantu, meskipun pernah dicurangi tetapi mereka tetap menerapkan strategi tersebut karena ada pelanggan yang membayar hutangnya tanpa ditagih dan kepercayaan pelanggan akan semakin meningkat.

Untuk Bu Eva dan Pak Sulhan juga tidak jauh berbeda, harga sayur yang mereka tawarkan hampir sama, tidak ada persaingan yang terlalu ekstrim. Pelanggan diperbolehkan berhutang karena memang kondisi ekonomi setiap orang berbeda, anggap saja hal tersebut membantu untuk meringankan beban mereka. Tetapi pernyataan sedikit berbeda diungkapkan oleh Bu Sucik :

“Mon bedeh pelanggan se aotangah ghi kuleh aparengagi. Polanah mon tak senikah pelanggan bisah buruh, tak poron abelenjeh sareng kuleh pole.”

Menurutnya setiap pelanggan diperbolehkan berhutang, karena jika tidak demikian maka mereka akan kabur berpindah kepada pedagang lain dan tidak mau berbelanja kepadanya lagi. Tetapi jika soal harga tidak jauh berbeda, karena Bu Sucik juga berpatokan pada harga yang berlaku di daerah tersebut.

2. Strategi Pelayanan dan Kualitas Sayuran

Satu hal lagi yang tidak kalah penting jika menyangkut tentang strategi dalam berdagang untuk meningkatkan minat beli yaitu pelayanan. Pelayanan sangat penting untuk menambah daya tarik pembeli, karena pada dasarnya pembeli adalah partner atau bahkan raja. Selain itu, pedagang yang memberikan pelayanan baik akan menumbuhkan rasa kepercayaan lebih bagi pembeli untuk bertransaksi dan tali silaturahmi akan semakin erat. Pada umumnya pembeli akan senang membeli kepada

pedagang yang melayani dengan baik dan ikhlas seperti murah senyum, berkata baik, sopan, dan tidak menyakiti hati pembeli, begitu pula sebaliknya jika pedagang memberikan pelayanan yang buruk maka pembeli akan enggan untuk bertransaksi lagi (Riskiyah, Effendi and Rohmah, 2022). Seperti yang dikatakan oleh Bu Eva dalam wawancara :

“Delem adegeng panikah tak olle bengis, kasar, klaben guduh sabber maseh bedeh ocaknah pelanggan se tak sae, se penteng tak sampe nukol. Intinah guduh tetep alayani.”

Pernyataan yang serupa juga diungkapkan oleh Pak Sulhan :

“Guduh laten, klaben sabber polanah pangateronah pelanggan panikah bideh. Deddih kuleh guduh sabber ngadepen sadejenah.”

Dari dua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam berdagang harus bisa memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan. Hal tersebut bisa dilakukan dengan berbagai cara, misal sabar ketika menghadapi keinginan pelanggan yang berbeda-beda, ramah dan murah senyum, tidak kasar ketika ada pelanggan yang bertanya, dan lapang dada ketika ada perkataan pelanggan yang kurang menyenangkan.

Pernyataan sedikit berbeda dan unik mengenai strategi berdagang diungkapkan Bu Sucik :

“Biasanah mon tellasan kuleh aparengin persenan sareng pelanggan kuleh sopajeeh deddih pelanggan setia”

Selain tidak mematok harga khusus, memperbolehkan hutang, ada satu lagi strategi unik mengenai pelayanan yang diterapkan oleh Bu Sucik, yaitu memberikan parcel kepada para pelanggannya agar tetap menjadi pelanggan setia.

Mengenai kualitas sayur yang dijual oleh mereka rata-rata sama tidak ada yang lebih unggul atau lebih rendah karena ketika ditanya dimana biasanya mereka kula'an sayur hampir semuanya berasal dari pasar yang sama yaitu Pasar Wonoasih, dimana pasar tersebut merupakan yang terdekat dari tempat tinggal mereka. Kecuali Bu Eva, kula'an di Pasar Leces, karena itu merupakan pasar terdekat dari tempat tinggalnya yaitu di Kecamatan Leces.

Analisis Religiusitas terhadap Minat Beli Terhadap Pedagang

1. Kepercayaan

Seperti yang telah diusung di atas bahwa kepercayaan (*trust*) adalah suatu harapan yang tumbuh didalam masyarakat ditunjukkan dengan adanya kejujuran, keteraturan, dan kerjasama positif yang terjalin. Para pedagang juga tidak jauh berbeda dalam menafsirkan kepercayaan itu seperti apa.

Menurut Bu Eva untuk meningkatkan minat beli konsumen, seorang pedagang harus memberikan pelayanan yang baik. Karena para konsumen cenderung lebih suka berbelanja kepada pedagang yang ramah. Seperti pernyataannya dalam wawancara, menurutnya seorang pedagang itu harus sabar ketika melayani pembeli walaupun ada perkataan mereka tidak mengenakkan, tetap ramah dan tidak bersikap kasar kepada pembeli. Selain itu untuk meningkatkan kepercayaan pembeli, Bu Eva memperbolehkan pelanggannya untuk berhutang disamping karena alasan tolong menolong sesama manusia.

Pak Sulhan juga mengutarakan pendapat yang serupa dengan Bu Eva, menurutnya kepercayaan seorang pelanggan akan bertambah jika pedagang melayani mereka dengan baik. Seperti sabar ketika menanggapi keinginan pelanggan yang berbeda-beda, telaten dan ramah dalam berdagang. Sama seperti Bu Eva, Pak Sulhan juga memperbolehkan pelanggannya berhutang tetapi tidak dalam jumlah banyak, hal ini dilakukan sebagai bentuk empati sesama manusia yang saling membutuhkan dan agar kepercayaan mereka meningkat.

Bu Sucik mengatakan hal yang berbeda dalam hal menjaga dan meningkatkan kepercayaan para pelanggan. Bu Sucik memperbolehkan pelanggannya berhutang karena selain untuk meningkatkan kepercayaan, hal tersebut dilakukan agar supaya para pelanggannya tidak kabur kepada pedagang lain. Bu Sucik juga melakukan hal yang dapat dikatakan cukup unik yaitu, memberikan parcel kepada para pelanggannya agar mereka tetap mau berbelanja kepadanya.

Menurut Pak Rohim kepercayaan pelanggan bukan hanya bergantung kepada pelayanan yang diberikan oleh pedagang, tetapi juga terhadap harganya. Maka dari itu Pak Rohim tidak memasang harga tinggi hanya untuk mendapatkan keuntungan lebih, beliau tetap memasang harga yang berlaku pada umumnya agar supaya para pelanggannya tetap percaya berbelanja kepadanya. Sama seperti pedagang lainnya Pak

Rohim juga memperbolehkan pelanggannya berhutang, selain untuk meningkatkan kepercayaan para pelanggannya, hal tersebut dilakukan atas dasar kemanusiaan.

Pernyataan Pak Halim hampir sama dengan Pak Rohim, menurutnya jika ingin meningkatkan kepercayaan pelanggan maka harga jual yang ditawarkan tidak boleh terlalu tinggi, cukup memasang harga umumnya saja disamping memperhatikan kualitas pelayanannya. Mengenai *cash bon*, Pak Halim juga memperbolehkannya karena menurutnya sebagai manusia harus bisa memahami kondisi manusia lain dan apa salahnya saling membantu sesama. Hal tersebut secara tidak langsung sudah menambah nilai kepercayaan pelanggan.

2. Norma/Aturan

Untuk menunjang terciptanya kepercayaan antara pedagang dan pelanggan, maka norma turut andil didalamnya. Setiap pedagang pasti menerapkan norma atau aturan yang berbeda kepada pelanggan mereka agar merasa nyaman dan timbul rasa percaya antara mereka, seperti kesopanan, kejujuran dan keramahan ketika berdagang. Berdasarkan data yang diperoleh dalam sesi wawancara, para pedagang di Pohsangit Lor tidak memberlakukan aturan khusus. Mereka mengatakan ada beberapa pelanggan yang berhutang maka mereka akan membayarnya atas dasar kesadaran dirinya sendiri tanpa ditagih. Terkadang hal yang demikian menimbulkan kepercayaan terhadap pelanggan sekaligus kerugian terhadap pedagang, karena seringkali mereka tidak membayar hutangnya karena pedagang tidak memberlakukan aturan jatuh tempo. Ketika hal itu terjadi maka pedagang hanya bisa ikhlas, karena jika ditegur dan si pelanggan merasa tidak suka maka mereka akan kabur dan pindah belanja ke pedagang lain.

3. Jaringan

Terbentuknya jaringan sosial dipengaruhi oleh faktor sosial lainnya yaitu faktor kepercayaan dan norma/aturan. Jaringan sosial pedagang sayur keliling di Pohsangit Lor terbentuk karena pelayanan yang diberikan pedagang sayur keliling cukup baik yaitu dengan bersikap ramah, jujur, serta selalu memberikan sayuran yang segar-segar agar pelanggan merasa senang dan nyaman berbelanja dengan mereka, sehingga kepercayaan terhadap pedagang meningkat. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil data di lapangan, bahwa pedagang sayur keliling memanfaatkan hubungan baik mereka dengan pelanggannya sebagai jembatan untuk mendapatkan pelanggan baru.

Seperti ketika ada pelanggan yang merekomendasikan sayuran mereka kepada temannya dan mengajaknya untuk berbelanja dengan pedagang sayur keliling (Oktaviani, Irwan and Zusmelia, 2021).

Terdapat satu pedagang sayur yang memiliki cara unik untuk menjaga hubungan dengan pelanggannya, yaitu Bu Sucik. Ketika hari raya tiba maka Bu Sucik akan memberikan parcel berupa beberapa sembako kepada para pelanggannya. Hal ini dilakukan akan para pelanggannya tetap setia berbelanja kepadanya serta untuk menarik pelanggan baru. Dan mengenai lokasi berdagang, Bu Sucik maupun pedagang sayur lainnya hanya menargetkan masyarakat desa sekitar karena aksesnya yang mudah.

4. Tujuan, Motivasi, dan Kendala Para Pedagang

Sandang, pangan, dan papan merupakan kebutuhan pokok setiap manusia dalam menjalani kehidupannya. Dimana untuk memenuhi kebutuhan tersebut manusia melakukan sebuah kegiatan yang disebut sebagai bekerja. Bahkan tak jarang hasil dari bekerja mereka gunakan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, tetapi juga untuk kebutuhan penunjang lainnya yang sifatnya bisa mempermudah mereka dalam menjalani pekerjaannya. Pada zaman dahulu masyarakat berpatokan bahwa bekerja itu dilakukan oleh laki-laki karena kodrat mereka sebagai kepala keluarga yang tanggung jawabnya untuk memenuhi semua kebutuhan keluarganya. Tetapi seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman, *statement* tersebut mulai berubah, dimana dalam masyarakat bekerja bukan hanya tugas laki-laki, namun seorang perempuan juga memiliki hak untuk melakukan kegiatan tersebut yang tujuannya untuk diri mereka sendiri ataupun membantu untuk memenuhi kebutuhan keluarganya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa di era globalisasi modern seperti saat ini mencari pekerjaan bukanlah hal yang mudah karena tingginya persaingan di dunia bisnis. Rendahnya sumber daya manusia juga menjadi salah satu faktor penghambat dalam mencari pekerjaan yang layak. Hal tersebut berdampak terhadap mereka yang memiliki keterbatasan dalam keilmuan dan skill. Sehingga peluang mereka untuk bisa bersaing minim dan terbatas. Kondisi inilah yang mendorong mereka untuk menciptakan peluang usaha sendiri agar tetap bisa memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun usaha yang mereka jalani hanya terbatas pada sampai mana kemampuan dan

kesanggupannya. Kendati demikian mereka tetap optimis dan penuh rasa ikhlas menjalaninya karena motivasi terbesarnya adalah keluarga tercinta.

Bu Eva adalah seorang ibu rumah tangga yang kesehariannya juga bekerja sebagai pedagang sayur keliling. Kodratnya sebagai seorang perempuan tidak menggentarkannya untuk bekerja keras agar kebutuhan hidup keluarganya terpenuhi. Beliau tinggal di salah satu Desa dari Kecamatan Leces yang rela berjualan keliling, salah satunya di Desa Pohsangit Lor, dimana jarak tempuhnya cukup jauh tetapi hal tersebut tidak menyurutkan semangatnya untuk bekerja. Dalam sesi wawancara Bu Eva mengungkapkan beberapa hal berikut :

“Kuleh terro andi’eh penghasilan dibik, sopajeh tak bingung nyareh se edhe’ereh. Kuleh mele alakoh panikah ghi rassanah sae, polanah usaha dibik, mon alakoh neng pabrek kakruah ngereng atornah oreng. Bideh klaben kalakoan panikah kuleh bisah agebei atoran dibik. Kuleh alakoh panikah ampon olle 4 taon, mulaen ajuelen derih 2018. Kadeng males polanah gudu jegeh pokol 1 gulaguh, terus mangkat ka pasar. Klaben sering paya.”

Berdasarkan pernyataan tersebut alasan Bu Eva bekerja sebagai pedagang sayur keliling yaitu ingin mempunyai penghasilan sendiri untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarganya. Selain itu Bu Eva merasa nyaman dengan pekerjaannya tersebut sehingga sudah berjalan 4 tahun lamanya, walaupun kendala terberatnya yaitu rasa malas karena jarak tempuh yang cukup jauh sehingga mengharuskannya bangun pagi-pagi buta sekitar jam 1 dini hari. Tak jarang Bu Eva sering kelelahan karena kurang tidur.

Pak Sulhan adalah seorang kepala keluarga yang bekerja sebagai pedagang sayur keliling. Beliau salah satu dari sekian pedagang yang mengungkapkan alasan utamanya memilih pekerjaan tersebut adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Pekerjaan tersebut sudah beliau tekuni selama kurang lebih 8 tahun, sekitar mulai tahun 2015 semenjak menikah dengan istrinya dan pindah ke Desa Kareng kidul. Menurutnya bekerja adalah kebutuhan pokok manusia agar tetap bisa melanjutkan hidup. Sebagaimana pernyataan beliau dalam wawancara :

“Alakoh panikah termasuk kebutoan penteng kaanggui menoen kebutoan odik. Delem ajuelen degengan kuleh segut etaber. Regeh se pelanggan taber panikah kadheng

dibebeknah regeh kolakan. Perkarah engak panikah ampon biasa delem adegeng, se penteng sabber beih pon.”

Dalam pernyataan tersebut selain mengungkapkan alasan, Pak Sulhan juga memaparkan kendala beliau dalam berdagang yaitu para pelanggan sering menawar dagangannya di bawah harga kula'an. Meskipun demikian Pak Sulhan tetap sabar menghadapinya, karena menurutnya hal seperti itu sudah biasa terjadi dalam berdagang.

Bu Sucik juga seorang ibu rumah tangga yang memilih kerja sambilan sebagai pedagang sayur keliling. Serupa dengan Pak Sulhan, alasan beliau bekerja sebagai pedagang sayur keliling adalah untuk membantu sang suami mengumpulkan uang agar kebutuhan hidup keluarganya terpenuhi. Dibandingkan dengan Bu Eva dan Pak Sulhan, rentan waktu berdagang Bu Sucik jauh lebih lama yaitu 10 tahun. Hal tersebut beliau ungkapkan dalam sesi wawancara beserta kendala yang dialami :

“Kuleh alakoh deddih blijeh kaanggui menoen kebutoan odik ben arenah. Polanah kekorangan obeng kanggui belenje, deddih kuleh mele ajuelen senikah. Ghi korang lebbi ampon 10 taon kuleh alakoh deddih blijeh panikah. Sanajen ojen kuleh tetep ajuelen, kadheng segut ketondu polanah korang saren, sampe ekabereng.”

Dari pernyataan tersebut Bu Sucik menyebutkan jika uang belanja dari sang suami kurang untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, akhirnya beliau memilih untuk bekerja sebagai pedagang sayur keliling untuk membantu sang suami. Salah satu kendala yang beliau alami saat berdagang yaitu cuaca, terkadang meskipun hujan beliau tetap berjualan, selain itu sering merasa ngantuk karena kurangnya jam tidur sehingga menyebabkan dirinya sakit.

Pak Rohim adalah seorang warga desa Pohsangit Lor yang kesehariannya bekerja sebagai seorang pedagang sayur keliling. Berbeda dengan ketiga pedagang sebelumnya, alasan beliau memilih pekerjaan tersebut cukup unik, seperti pernyataannya dalam sesi wawancara berikut :

” Kuleh niat agi ibede, menoen kebutoan odik sopajejeh tetep bisah ibede. Kuleh adhegeng panikah perkiraan ampon olle 5 taon lebbi molaen rajinah kuleh sobung omor. Kuleh ampon seppo, tenaga tak kuat engak lambek deddih tak kuat alakoh se berrek. Segut kepayaen gi polanah tenaga ampon korang. Banyak pelanggan se aotang tak majer tapeh kuleh ampon ikhlas.”

Dalam pernyataan tersebut Pak Rohim menyebutkan alasan beliau berdagang adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup agar tetap bisa beribadah. Dari pernyataan Pak Rohim tersebut dapat diartikan bahwa bekerja tidak hanya untuk memuliakan diri tetapi juga sebagai suatu manifestasi dari amal shaleh dan mempunyai nilai ibadah dimata Allah Swt (Rahmah, Syahidah, Rini Sulistianti, 2021). Di samping itu beliau sudah tua sehingga tenaganya sudah tidak sekuat dulu, jadi untuk mengambil pekerjaan yang berat beliau sudah tidak sanggup. Dan pekerjaan tersebut beliau tekuni semenjak istrinya meninggal dunia kurang lebih sudah berjalan 5 tahun. Karena faktor usia dan tenaga tersebut Pak Rohim sering merasa kelelahan, selain itu beliau pernah dicurangi oleh pelanggannya ketika berhutang tetapi tidak membayarnya.

Terakhir ada Pak Halim seorang pedagang sayur keliling yang tujuan dan alasannya memilih pekerjaan tersebut sama seperti para pedagang lainnya yaitu untuk keluarganya. Seperti ungkapannya dalam wawancara berikut ini :

“Kuleh alakoh panikah kaangghui nyokopen kebutoan keluarga. Ampon abit, perkiraan olle 5 taon. Saenah ghi polan bisah ngator beden kuleh dibik, tak ngereng oreng laen. Sossanah mon sakek, deddih kuleh mon tepak sakek ghi tak adegeng, penghasilan sobung. Dheng-kadheng bedeh pelanggan se nakal, aotang tapeh tak majer.”

Pak Halim menyebutkan tujuan dan alasannya bekerja adalah untuk mencukupi kebutuhan hidup keluarganya, dimana hal tersebut merupakan tugas dan tanggung jawabnya sebagai seorang kepala keluarga. Pekerjaan tersebut sudah beliau jalani sekitar 5 tahun. Selama berdagang kendala yang beliau alami diantaranya yaitu kesehatannya, jika sedang sakit maka beliau tidak akan berdagang sehingga tidak ada pemasukan, terkadang juga ada pelanggannya yang berhutang namun tidak membayarnya.

Para pedagang sayur keliling tersebut mengandalkan pengalaman otodidak dibandingkan keahlian atau keterampilan tertentu. Sesuai dengan fakta yang diperoleh bahwa pengalaman berjualan pedagang keliling kurang lebih berkisar 5-10 tahunlah yang membuat usaha dagang mereka tetap bertahan, walaupun para pedagang keliling tersebut mempunyai tingkat pendidikan yang rendah (Mahayati and Rahayu, 2022). Mereka sepakat bahwa menjalani profesi sebagai pedagang keliling adalah solusi atau pilihan yang tepat untuk bertahan hidup dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Keterbatasan keterampilan menghambat mereka untuk mencari lapangan pekerjaan yang lebih baik pada sektor formal. Maka dari itu, berdagang menjadi pilihan terbaik karena pekerjaan ini tidak bergantung kepada orang lain dan mudah dilakukan oleh semua orang (Rahmah, Syahidah, Rini Sulistianti, 2021).

Tabel 1.1

ANALISIS FAKTOR SOSIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

NO	RESPONDEN	FAKTOR SOSIAL		
		KEPERCAYAAN	NORMA/ATURAN	JARINGAN
1.	Bu Eva	Memberikan pelayanan yang baik seperti, ramah, sabar, tidak kasar, dan murah senyum. Serta memperbolehkan <i>cash bon.</i>	- Jujur - Ramah - Sabar - Tidak kasar	Masyarakat desa setempat (Desa Pohsangit Lor dan beberapa desa sekitarnya).
2.	Pak Sulhan	Melayani dengan baik. Seperti sabar ketika menanggapi keinginan pelanggan yang berbeda-beda, telatan dan ramah dalam berdagang. Serta memperbolehkan <i>cash bon.</i>	- Sabar - Telaten - Jujur	Masyarakat desa setempat (Desa Pohsangit Lor dan beberapa desa sekitarnya).
3.	Bu Sucik	Memperbolehkan <i>cash bon</i> supaya para pelanggannya tidak kabur, dan memberikan parsel kepada para pelanggannya agar menjadi pelanggan setia.	- Sabar - Ramah - Jujur	Masyarakat desa setempat (Desa Pohsangit Lor dan beberapa desa sekitarnya).
4.	Pak Rohim	Tidak memasang harga tinggi, tetap memasang harga yang berlaku pada umumnya. Sama seperti pedagang lainnya memperbolehkan <i>cash bon.</i>	- Sabar - Jujur - Ramah	Masyarakat desa setempat (Desa Pohsangit Lor dan beberapa desa sekitarnya).
5.	Pak Halim	Harga jual yang ditawarkan tidak boleh terlalu tinggi, cukup memasang harga umumnya, dan memperhatikan kualitas pelayanannya. <i>Cash bon</i> juga diperbolehkan.	- Jujur - Ramah - Sabar	Masyarakat desa setempat (Desa Pohsangit Lor dan beberapa desa sekitarnya).

Pengaruh Harga, Religiusitas, dan Resiliensi Terhadap Minat Beli Pedagang Sayur Keliling

Setelah dilakukan observasi lapangan, dan berdasarkan hasil yang diperoleh saat wawancara maka dapat diketahui bahwa faktor sosial yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen adalah faktor kepercayaan. Dimana kepercayaan tersebut diperoleh dari berbagai aspek, seperti patokan harga yang ditawarkan para pedagang sayur keliling, diperbolehkannya *cash bon* atau hutang. Dari aspek pelayanan, pelanggan cenderung lebih nyaman dan senang berbelanja kepada pedagang sayur yang ramah, jujur, murah senyum, dan sabar dalam melayani mereka. Pelanggan juga suka berbelanja kepada pedagang yang sayurannya selalu dalam keadaan segar dan baru.

Dalam faktor kepercayaan tersebut terdapat peluang dan tantangan. Jika pedagang memperoleh kepercayaan yang tinggi dari pelanggan, maka besar kemungkinan jumlah pelanggan akan meningkat. Namun dibalik itu juga ada sisi negatifnya, *cash bon* yang diberikan pedagang bisa saja menjadi penyebab kerugian mereka apabila ada pelanggan yang nakal tidak membayar hutangnya.

KESIMPULAN

Dari pemaparan hasil penelitian di atas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel yang dianalisis meliputi harga, religiusitas, resiliensi, dan etika.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli terhadap pedagang sayur keliling
3. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli terhadap pedagang sayur keliling
4. Resiliensi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli terhadap pedagang sayur keliling.

DAFTAR PUSTAKA

Fitriah, L.I., Sukidin and Hartanto, W. (2021) 'Perilaku Perempuan Pedagang Sayur Keliling Di Desa Sambimulyo, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi', *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 15(1), pp. 90–96. Available at: <https://doi.org/10.19184/jpe.v15i1.18472>.

Hakim, M.A. (2020) *Pembelian Produk Sayuran Pada Toko Sayur Di Yogyakarta Pada*

Masa Wabah Covid-19 (Studi Kasus di Toko Sayur di Sleman dan Bantul, Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia).

- Juita, F., Mas'ad, M. and Arif, A. (2020) 'Peran Perempuan Pedagang Sayur Keliling Dalam Menopang Ekonomi Keluarga Pada Masa Pandemi COVID-19 di Kelurahan Pagesangan Kecamatan Mataram Kota Mataram', *CIVICUS: Pendidikan-Penelitian-Pengabdian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 8(2), p. 100. Available at: <https://doi.org/10.31764/civicus.v8i2.2916>.
- Mahayati, P. and Rahayu, M.J. (2022) 'Identifikasi karakteristik pedagang keliling (studi kasus Kota Surakarta)', *Region : Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif*, 17(2), p. 524. Available at: <https://doi.org/10.20961/region.v17i2.46926>.
- Masitah, M., Nursalam, N. and Dari, D.Y. (2022) 'SIKAP KONSUMEN DALAM MEMBELI SAYURAN DI PASAR TRADISIONAL DAN PEDAGANG SAYUR KELILING DI KABUPATEN KOLAKA', *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), p. 1329. Available at: <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7991>.
- Oktaviani, O., Irwan, I. and Zusmelia, Z. (2021) 'MANFAAT MODAL SOSIAL DALAM KETAHANAN SOSIAL RUMAH TANGGA PEDAGANG SAYUR KELILING DI MAHAKARYA KAMPUNG 2 KECAMATAN LUHAK NAN DUO KABUPATEN PASAMAN BARAT', *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), pp. 111–118. Available at: <https://doi.org/10.38043/jids.v5i2.3284>.
- Rahmah, Syahidah, Rini Sulistianti, H.Y. (2021) 'ETOS KERJA PEDAGANG MUSLIM SERTA DAMPAKNYA TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN EKONOMI DI KECAMATAN BIRINGKANAYA KOTA MAKASSAR', *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 5(2), pp. 78–94. Available at: <https://doi.org/10.30871/jama.v5i2.3496>.
- Rahmawati, L. (2020) 'Peran E-commerce dalam Mendukung Ketahanan Pangan Wilayah Jakarta', *Jurnal Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia Peran*, 8(2).
- Riskiyah, Z., Effendi, B. and Rohmah, F. (2022) 'Persaingan Usaha Pedagang Sayur di Desa Jeruksari Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Jurnal Sahmiyya : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), pp. 179–193.
- Selva, S., Syahida, N.P. and Anita, A. (2019) 'Peran Wanita Pedagang Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Wanita Pedagang Sayur Di Desa Midang Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat)', *JlAP (Jurnal Ilmu Administrasi Publik)*, 7(2), p. 182. Available at: <https://doi.org/10.31764/jiap.v7i2.1275>.
- Sheyoputri, A.C.A. and Abri, A. (2021) 'Analisis Struktur Pasar Sayuran di Desa Kanreapia Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan', *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 21(3), pp. 634–643. Available at: <https://doi.org/10.35965/eco.v21i3.1251>.

- Silitonga, T.S. and Mulyadi, A.W.E. (2021) 'Analisis Dampak Ekonomi Implementasi Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Revitalisasi Pasar Tanggul Surakarta', *Wacana Publik*, 1(2), p. 398. Available at: <https://doi.org/10.20961/wp.v1i2.54603>.
- Singgano, R.G., Lumintang, J. and Lesawengen, L. (2021) 'Usaha Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Di Kelurahan Bulagi I Kecamatan Bulagi Kabupaten Banggai Kepulauan', *Journal ilmiah society*, 1(1), pp. 1–10. Available at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/37136>.
- Siti Hofifah (2020) 'Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam', *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3(2), pp. 37–44. Available at: [https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3\(2\).6469](https://doi.org/10.25299/syarikat.2020.vol3(2).6469).
- Suviani, S., Muhsin, M. and Nirmawati, N. (2023) 'Analisis Perbandingan Pendapatan Pedagang Sayur Keliling dan Pedagang Sayur Menetap di Kelurahan Pagesangan Kota Mataram', *Jurnal Ekonomi Utama*, 2(1), pp. 14–18. Available at: <https://doi.org/10.55903/juria.v2i1.33>.
- Wahjuni, E. (2014) 'Solidaritas Kaum Laki-Laki Sebagai Pedagang Sayur Keliling atau Bakul EtheK di Pasar Songgo Langit Ponorogo', *Jurnal Aristo*, 2(2), pp. 15–24. Available at: <http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/view/15>.
- Wibowo, F., Khasanah, A.U. and Putra, F.I.F.S. (2022) 'Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri', *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), pp. 53–65. Available at: <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>.