

## Komunikasi interpersonal para pedagang tradisonal Kabupaten Bireuen dalam menjaga loyalitas pelanggan

Interpersonal communication of traditional traders of Bireuen Regency in maintaining customer loyalty

Syarifah Maihani<sup>1</sup>✉, Kumita<sup>2</sup>, Cut Khairani<sup>3</sup>

Diterima: 24 Mei 2023. Disetujui: 1 Juni 2023. Dipublikasi: 28 Juni 2023

**ABSTRAK.** Komunikasi Interpersonal yang terjadi antara pedagang tradisonal pada awalnya melalui tahapan kontak yang di lakukan oleh pedagang tradisonal khusus nya di Kabuapten Bireuen dengan memberikan sapaan menayakan kabar ramah berjabat tangan. Kemudian adanya keterlibatan hubungan dalam percakapan transaksi jual beli maupun keterlibatan percakapan di luar urusan menjual dan membeli. Pada tahap terakhir terbinanya keakraban diantara pedagang dan pembeli yang ditunjukkan dengan kedekatan emosional. Dimana terjalainya hubungan kekeluargaan bukan hanya sekedar menjual dan membeli semata. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk memahami dan menganalisa komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh pedagang tradisonal di pasar yang meliputi proses komunikasi keterlibatan dan keakraban hubungan yang terjalin antara pedagang tradisonal dalam menjaga loyalitas dari pelanggannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data di peroleh melalui wawancara mendalam dan observasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah pedagang dan pelanggan di pasar tradisonal Kabupaten Bireuen.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpresonal, Pedagang, Pasar Tradisonal

**ABSTRACT.** Interpersonal communication that occurs between traditional traders initially goes through the contact stages carried out by traditional traders by giving greetings, asking for friendly news, shaking hands. Then there is relationship involvement in the conversation of buying and selling transactions as well as conversational involvement outside of selling and buying matters. In the final stage, intimacy is built between traders and buyers, which is shown by emotional closeness. Where terjalainya family relationship is not just selling and buying alone. The research conducted aims to understand and analyze interpersonal communication carried out by traditional traders in the market which includes the communication process of involvement and intimacy of the relationship that exists between traditional traders in maintaining the loyalty of their customers. This study used descriptive qualitative method. Data obtained through in-depth interviews and observation. The informants in this study are traders and customers in traditional markets Regency Bireuen.

**Keyword:** Analysis of the Proportion of Food Expenditures, Energy Consumption, Household Food Security

### Pendahuluan

Komunikasi merupakan dasar bagi kehidupan manusia, dengan berkomunikasi manusia bisa berinteraksi dengan manusia lainnya, sehingga manusia dapat tumbuh dan berkembang sebagai manusia (Rizky, 2017). Sebagian besar interaksi antar manusia berlangsung dalam tingkatan proses komunikasi antarpribadi, terutama dalam kehidupan kita sebagai individu. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal.

Bentuk khusus dari komunikasi antar pribadi ini adalah komunikasi diadik (*dyadic communication*) yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru murid, dan sebagainya (Andriyani, 2016). Pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat; pihak-pihak yang berkomunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal ataupun nonverbal.

Keberhasilan komunikasi menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respons nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Meskipun setiap orang dalam komunikasi antar pribadi bebas mengubah topik pembicaraan, kenyataannya komunikasi antarpribadi bisa saja didominasi oleh satu pihak. Misalnya, komunikasi suami istri didominasi oleh suami, komunikasi dosen mahasiswa oleh dosen, dan komunikasi atasan bawahan oleh atasan.

Dedy Mulyana (2010) mendefinisikan komunikasi interpersonal atau antarpribadi sebagai

✉ Syarifah Maihani  
syarifahlangsa78@gmail.com

<sup>1</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Almuslim, Bireuen, Aceh, Indonesia.

<sup>2</sup> Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Almuslim, Bireuen, Aceh, Indonesia.

<sup>3</sup> Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Pascasarjana, Universitas Almuslim, Bireuen, Aceh, Indonesia.

komunikasi antarpribadi sebagai komunikasi antara orang – orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung baik secara verbal ataupun nonverbal. Hubungan yang terjalin antara para pedagang tradisonal di pasar dengan pembeli maupun pelanggannya merupakan salah satu jenis komunikasi personal. Pedagang tradisonal merupakan para pedagang yang menjual dagangannya dengan cara – cara konvensional dan bersifat tradisonal dimana penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung (Nurlisa, 2021).

Pedagang tradisonal terbagi menjadi beberapa sesuai dengan jenis maupun ragam dagangan yang dijual diantaranya pedagang ikan, pedagang sayuran, pedagang buah buahan, dan toko kelontong tradisonal (Hasbuan, 2017). Seiring perkembangan zaman yang semakin modern kini bermunculan berbagai toko kelontong berbasis modern dengan sistem retail yang biasa kita sebut minimarket. Hubungan personal yang awalnya terjalin dari komunikasi interpersonal antara pedagang dan pembeli yang saling berinteraksi saat berlangsungnya transaksi jual beli ini kemudian membangun ikatan emosional bukan hubungan jual beli semata bukan hanya menjual dan membeli melainkan ada hubungan yang terjalin lebih dari sekedar hal tersebut. Para pedagang kelontong tradisonal tidak hanya sekedar melakukan transaksi penjualan kepada pelanggannya namun lebih pada menciptakan hubungan kekeluargaan dalam menjual dagangannya. Hubungan emosional yang terjalin antara pedagang dan pembeli tidak terbentuk secara instan intensitas dari interaksi dan komunikasi di antara mereka lah yang kemudian mempererat ikatan emosional dengan natural.

Komunikasi interpersonal yang dilakukan pada awalnya melalui percakapan yang berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal dengan saling menyapa sekedar memberi salam menanyakan tentang kabar kemudian dapat saling mengetahui tentang diri masing masing (Dewi, 2018). Seperti yang telah penulis paparkan di atas komunikasi yang terjalin antar pedagang kelontong tradisonal dengan pembeli maupun pelanggannya berlandaskan nilai kekeluargaan yang tinggi. Demikian dengan proses jual beli pembeli akan lebih segan untuk berbelanja di tempat lain yang pedagangnya tidak di kenali. Pembeli akan cenderung berlangganan pada satu toko yang sama karena ada hubungan kekeluargaan semakin erat dan dekat ikatan emosional yang terjalin pembeli akan semakin loyal untuk terus berlangganan di toko kelontong tradisonal itu.

Pedagang kelontong tradisonal harus menjaga komunikasi dan hubungan yang sudah terjalin dengan pelanggannya melalui komunikasi yang baik pedagang akan mampu mempertahankan pelanggan untuk setia terus berbelanja di toko kelontongnya. Yatu itu semua di perlukan adalah kepekaan dalam berkomunikasi sehingga komunikasi dapat berjalan secara efektif. Para pedagang perlu memperhatikan keefektifan komunikasi yang berlangsung dengan pelanggannya komunikasi harus berjalan interaktif bukan satu arah. Dengan begitu para pedagang bisa lebih peka terhadap apa yang di inginkan pelanggan mengetahui ekspektasi pelanggan dan ketika pedagang mampu berkomunikasi dengan rasa empati tentu akan lebih menyentuh hati pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat di gambarkan tentang komunikasi interaksi dari Teori adaptasi interaksi dengan komunikasi interpersonal para pedagang tradisonal di pasar tradisonal Kabupaten Bireuen.

Proses komunikasi dengan suatu pola yang saling bergantian. Komunikasi antara pedagang dan pembeli yang saling mempengaruhi dan di pengaruhi. Pedagang yang cenderung untuk menyesuaikan diri dengan cara pembelinya berkomunikasi. Awalnya komunikasi yang terjalin di antara pedagang dan pembeli terjadi karena kebutuhan membeli dan melayani. Komunikasi kemudian berlanjut karena kebutuhan manusia untuk menjalin relasi sosial. Baik pedagang maupun pembeli memiliki harapan dalam kegiatan komunikasi yang mereka lakukan motif motif komunikasi seperti pembeli mengharapkan pedagang dapat memberikan potongan harga. Sedangkan pedagang mengharapkan selalu adanya keterlibatan dengan pembeli sehingga mampu mempengaruhi keputusan untuk membeli. Selain itu melalui komunikasi interpersonal mampu terjalin keakraban antara pedagang dan pembeli. Melalui keakraban tersebut pembeli dapat menjadi pelanggan tetap yang loyal kepada pedagang tradisonal. Dengan begitu pedagang tradisonal mampu bertahan bersaing dengan minimarket modern.

## Bahan dan Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bermaksud mendeskripsikan hasil penelitian dan berusaha menemukan gambaran menyeluruh mengenai suatu keadaan. Menurut Creswell sebagaimana dikutip Basuki (2010), bahwa penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian. Untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran

menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (setting) yang alamiah.<sup>55</sup> Dengan demikian, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau karakteristik dari populasi yang diamati. Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah komunikasi interpersonal dan komunikasi pedagang dan pembeli/pelanggan.

## Hasil dan Pembahasan

### Kontak Awal Komunikasi Interpersonal Antara Pedagang Kelontong Tradisional Dengan Pembeli dan Pedagang.

Pada tahap pertama dalam melakukan komunikasi interpersonal yang baik yaitu kontak awal. Kontak awal yang dilakukan pedagang tradisional di pasar adalah dengan menyapa setiap pembeli yang datang dan bersikap sopan ramah dan murah senyum. Para pedagang tradisional member kesan yang baik dengan senyum dan sapaan dan untuk orang-orang yang sudah dikenali seperti pelanggan biasanya pedagang menyapa tentang kabarnya. Hal tersebut merupakan kontak awal yang dilakukan oleh pedagang kelontong yang ada di pasar tradisional dalam melakukan interaksi melalui komunikasi interpersonal pada tahap pertama. Dimana kontak awal ini akan mempengaruhi keberlanjutan hubungan jual beli yang akan berlangsung berikutnya.

Sejalan menyapa dan memberi salam kontak awal yang terjadi di pasar tradisional adalah bersalaman. Dalam observasi yang dilakukan peneliti menemukan antara pedagang dan pembeli saling bersalaman atau berjabat tangan sebelum berbelanja. Pembeli tidak mengkhawatirkan pedagang beragama apa ketika mengucapkan salam karena semua pedagang tradisional yang berjualan di pasar tradisional adalah muslim. Berjabat tangan dan mengucapkan salam merupakan perilaku kebiasaan sebagai salah satu ciri komunikasi interpersonal yang mencakup perilaku tertentu.

Peneliti simpulkan bahwa dalam tahap awal kontak yang dilakukan oleh pedagang memberikan kesan yang baik kepada pembeli sehingga menciptakan suasana yang nyaman ketika berbelanja di pasar tradisional. Dengan begitu pedagang dapat membangun mempertahankan dan menjaga loyalitas dari pelanggannya.

### Keterlibatan Hubungan Yang Terjalin Antara Pedagang/Pembeli/Pelanggan Di Pasar Tradisional

Tahap keterlibatan adalah tahapan pengenalan lebih jauh. Tahapan keterlibatan merupakan tahapan kedua dalam komunikasi interpersonal setelah kontak. Dalam tahap ini pedagang dan pembeli akan terlibat dalam proses jual beli. Dalam transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli adanya keterlibatan komunikasi interpersonal. Pedagang kelontong akan menyapa barang apa saja yang akan dibeli oleh pembeli. Karena mayoritas masyarakat Kabupaten Bireuen menggunakan bahasa Aceh sebagai bahasa sehari-hari, jadi komunikasi yang berlangsung antara pedagang dan pembeli pun mayoritas bahasa Aceh. Namun terkadang bahasa Aceh dan bahasa Indonesia juga digunakan sebagai bahasa transaksi jual beli di pasar tradisional Kabupaten Bireuen. Biasanya penggunaan bahasa saling menyesuaikan. Mayoritas dari pedagang kelontong tradisional di pasar Kabupaten Bireuen mampu berkomunikasi dengan bahasa Aceh dan bahasa Indonesia.

Dalam pengujian penilaian awal pedagang terhadap pembeli dimana awalnya pedagang mengira bahwa pembeli akan berbelanja cukup banyak. Oleh karena itu pedagang akan memulai dengan menyapa "mau beli apa". Menurut pedagang kelontong Agus di pasar tradisional mengungkapkan bahwa ada beberapa pembeli yang terlihat akan membeli banyak barang dengan memilih dan menyapa banyak barang.

Dalam mempengaruhi keputusan pembeli tentunya ada keterlibatan komunikasi yang dilakukan oleh pedagang tradisional melalui komunikasi yang sudah terjalin dengan intens. Senada yang diungkapkan oleh ibu Lilies menurutnya keterlibatan komunikasi antara pedagang dan pembeli sedikit banyaknya mempengaruhi keputusan pembeli. Kalau barangnya tidak ada paling saya alihkan dengan menawarkan produk barang yang lain yang hampir sama dan berhasil kalau bisa yakin sama dengan produk yang dia mau. Pembeli yang sudah langganan biasanya percaya sama pedagang. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Sriwarna selaku pelanggan ibu Lilies yang menganggap bahwa hal yang direkomendasikan tidak pernah mengecewakan karena sudah mempercayai.

Dari hasil penelitian, peneliti menemukan adanya keterlibatan hubungan pedagang dan pembeli dapat berkomunikasi dengan baik karena adanya rasa percaya. Jadi pedagang dengan mudah mempengaruhi keputusan membeli dari pelanggannya. Dengan demikian pedagang pasar tradisional dapat menjaga loyalitas pelanggan melalui keterlibatan hubungan yang terjalin dengan pelanggannya.

## Keakraban Hubungan Yang Terjalin Antara Pedagang Pasar Tradisional dalam Menjaga Loyalitas.

Dalam hubungan komunikasi interpersonal menurut Josep .deviato (2003) adalah tahap ke tiga terjadinya keakraban interpersonal. Dalam tahap ini pedagang dan pembeli memiliki kedekatan secara emosional karena pada dasarnya komunikasi itu berkembang berawal dari saling pengenalan dan akhirnya saling mengenal lebih dalam. Hasil wawancara dengan ibu lilies pedagang kelontong pasar tradisional yang menjelaskan bagaimana komunikasi interpersonal yang terjalin kemudian membangun keakraban antara dirinya dan pembeli/pelanggan berikut pernyataannya.

Sering berkomunikasi berusaha memosisikan diri jika pelanggan/pembeli sedang bercerita terbuka kepada pembeli tidak membedakan atau mersa lebih tinggi derajatnya. Hubungannya kemudian dekat dan mengalir aja biasanya nanyain kabar atau dari mana. Namanya manusia kadang suka jenuh ngobrol itu ibarat buat menghindari stress. Pedagang setiap hari di pasar kalau tidak bercanda dengan pembeli/pelanggan lama2 kesal. Kalau pembeli sudah asyik di ajak bicara/ngobrol kedekatan emosional akan terbina dengan sendirinya. Dan banyak pelanggan saya yang sudah saya anggap seperti saudara/ keluarga sendiri.

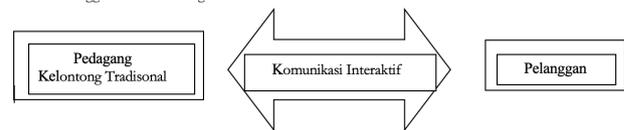
Pernyataan tersebut diperkuat sriwarna selaku pelanggan dari ibu lilies yang menganggap bahwa hubungan di antara mereka bukan hanya sekedar jual beli antara pedagang dan pembeli tapi ada hubungan kekeluargaan yang terjalin dan sriwarna ini sudah berlangganan selama 15 tahun. Berikut Pernyataannya:

Saya dan buk lilies sudah seperti keluarga sendiri. Karena saya sudah berlangganan semenjak ibu lilis sudah berjualan di pasar tradisional kota matang ini. Buk lilis orang nya baik dan sering membantu saya ketika saya membutuhkan bantuannya.

Komunikasi interpersonal membantu kita untuk berhubungan. Seperti halnya di lakukan oleh pedagang kelontong tradisional melalui komunikasi interpersonal pedagang dapat membangun hubungan baik dengan pelanggan dan pembeli nya. Hubungan interpersonal yang terjadinya awalnya karena intensitas komunikasi yang berjalan efektif dan adanya faktor faktor yang menumbuhkan hubungan interpersonal dalam komunikasi interpersonal.

Peneliti menggambarkan hubungan komunikasi interpersonal pedagang kelontong tradisional

dengan pelanggannya dalam komunikasi interpersonal horizontal.



Gambar 1. Komunikasi Horizontal antara pedagang kelontong tradisional dengan Pelanggannya

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai komunikasi interpersonal para pedagang tradisional dalam menjaga loyalitas pelanggan di pasar tradisional Kabupaten Bireuen maka peneliti dapat member kesimpulan sebagai berikut:

### Proses Komunikasi

Proses komunikasi yang berlangsung di toko kelontong pasar tradisional pasar Bireuen bersifat dinamis dengan proses dua arah, pedagang dan pembeli sama sama aktif dalam mempertukarkan pesan, mengirim dan menerima pesan, untuk saling dimaknai dan di tanggapi. Penggunaan bahasa saling menyesuaikan, bahasa yang digunakan dalam percakapan disesuaikan dengan bahasa awal dimulainya percakapan. Dimana proses awal komunikasi dimulai melalui tahapan kontak yang dilakukan oleh pedagang kelontong tradisional dengan saling memberikan sapaan, mengucapkan salam, menayakan kabar, ramah dan bersalaman atau berjabat tangan. Pada kontak awal yang dilakukan oleh pedagang adalah memberikan kesapaan yang baik kepada pembeli yang menciptakan suasana nyaman ketika berbelanja di toko kelontong tradisional pasar Bireuen sehingga mampu membangun loyalitas dari pelanggan.

### Keterlibatan

Keterlibatan komunikasi interpersonal yang terjalin di toko kelontong tradisional Kabupaten Bireuen bukan hanya dalam keterlibatan dalam hubungan menjual dan membeli. Adanya keterlibatan komunikasi antara pedagang dan pelanggan di luar dari keterlibatan komunikasi antara pedagang dan pelanggan di luar dari keterlibatan dalam proses jual beli. Pelanggan yang sengaja berkunjung untuk berbincang bincang dengan pedagang, pelanggan yang mampir untuk mengobrol atau hanya sekedar menyapa karena kebetulan lewat yang tidak ada niat berbelanja, atau antar pedagang yang mengobrol di waktu senggang saat suasana pasar sedang lenggang.

### Keakraban

Menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif dengan minimarket yang mulai bermunculan di pelosok pelosok desa. Pedagang kelontong tradisional di pasar Bireuen mampu mempertahankan loyalitas pelanggan melalui hubungan baik yang terbina dan terjalin dengan pelanggannya. Terbina nya keakraban di antara pedagang dan pembeli yang di tunjukkan dengan kedekatan emosional.

## Referensi

- Andriyani, R. (2016). Pola Komunikasi Interpersonal Guru Pendamping Pada Anak Penyandang Disabilitas Di Slb Abc Medan Amplas (*Doctoral dissertation*).
- Dewi, D. (2018). Pola komunikasi interpersonal ustadz m. Husaini dalam meningkatkan aktivitas dakwah di desa parahangan, kabupaten pulang pisau (*Doctoral dissertation, LAIN Palangka Raya*).
- Hasbuan, N. A. (2017). Analisis dampak relokasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang sebelum dan sesudah relokasi ke pasar induk di kota Medan (studi kasus pasar Sutomo Medan) (*Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*).
- Nurlisa, N., Suryani, S., & Ismaulina, I. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Toko Kelontong di Kabupaten Aceh Utara. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 428-438.
- Rizky, R. N., & Moulita, M. (2017). Penanaman Nilai-Nilai Islam Melalui Komunikasi Interpersonal Orang Tua Pada Anak. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 206-219.