

2. LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seseorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2002, p.198). Jadi persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu. Oleh karena itu setiap orang memberi arti kepada stimulus, maka individu yang berbeda akan “melihat” suatu barang dengan cara berbeda. Karena persepsi bertautan dengan cara mendapatkan pengetahuan khusus tentang obyek atau kejadian pada saat tertentu, maka persepsi terjadi kapan saja ketika stimulus menggerakkan indera.

Persepsi mencakup penerimaan stimulus (*inputs*), pengorganisasian stimulus dan penterjemahan atau penafsiran stimulus, yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap. Setiap orang memilih berbagai macam isyarat yang mempengaruhi persepsinya terhadap orang, obyek, dan tanda. Menurut Kotler dan Armstrong (1995), seseorang dapat memiliki persepsi yang berbeda pada objek yang sama karena adanya 3 proses yaitu: perhatian *selective*, gangguan *selective*, dan ingatan *selective*.

a. Perhatian *selective*

Seseorang memperlihatkan sejumlah stimuli setiap hari. Seseorang tidak dapat menimbulkan stimuli.

b. Gangguan *selective*

Gangguan *selective* menggambarkan kecenderungan seseorang untuk menerima informasi dalam pengertiannya. Seseorang menginterpretasikan informasi dengan cara mendukung dibanding menolak prasangka mereka.

c. Ingatan *selective*

Seseorang akan lupa terhadap apa yang mereka pelajari. Mereka cenderung menyimpan informasi yang mendukung sikap dan kepercayaan mereka.

2.1.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Kotler (1999, p. 203) mengatakan bahwa persepsi tidak hanya bergantung pada stimuli yang bersifat fisik tetapi juga pada hubungan stimuli terhadap keadaan sekitar dan pada kondisi dalam diri perseorangan. Schiffman dan Kanuk pun mengatakan bahwa persepsi bukan hanya sebuah fungsi dari tanggapan panca indra terhadap masukan/ stimuli, dan persepsi adalah hasil dari dua jenis masukan yang berbeda yang berinteraksi membentuk gambaran perorangan yang merupakan pengalaman setiap individu (1997). Dimana, salah satu jenis masukan adalah stimuli yang bersifat fisik dari lingkungan luar; jenis masukan yang lain tersedia pada individu sendiri dalam bentuk beberapa kecenderungan (contohnya *expectation*, *motives*, dan *learning*) yang berdasarkan pada pengalaman sebelumnya (Schiffman dan Kanuk, 1997, p. 157).

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa terdapat dua faktor yang terlibat di dalam proses persepsi yaitu faktor individu dan faktor stimulus. Tetapi, ketika seseorang mempersepsi suatu objek, situasi yang ada di sekitar individu dan objek juga turut berperan. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Hanna dan Wozniak (2001) bahwa seseorang biasanya terpengaruh dengan situasi saat melakukan transaksi. Sehingga disimpulkan terdapat tiga faktor yang berperan di dalam proses persepsi yaitu faktor individu yang disebut *perceiver*, faktor stimuli yang disebut *target*, dan faktor situasi (*situation*).

a. *Perceiver*

Perceiver (faktor individu) adalah orang yang melakukan proses persepsi. Faktor dari *perceiver* yang berperan dalam persepsi adalah sifat dan karakter seseorang yang mempengaruhi dalam menginterpretasikan sebuah impuls (Hanna dan Wozniak, 2001, p. 112). Berdasarkan pendapat Schiffman dan Kanuk (1997) mengenai proses persepsi, diketahui bahwa seseorang melakukan proses persepsi berdasarkan motive/kebutuhan (*need*), harapan (*expectation*), dan pengalaman (*experience*).

- *Need/Motive*

Kotler (2001) mengatakan bahwa “*motive* adalah kebutuhan (*need*) dengan tekanan yang cukup untuk mendorong seseorang untuk bertindak.

Sesuai hirarki kebutuhan Maslow, kebutuhan (*need*) tersebut antara lain *psychological needs, safety needs, social needs, esteem needs, dan self actualization needs*” (p. 171). Sedangkan Schiffman dan Kanuk (1997), membagi *need/motive* menjadi dua bagian besar yaitu *innate needs* yang bersifat fisiologis sebagai *primary needs/motives*, dan *acquired needs* yang merupakan kebutuhan yang dipelajari dalam merespon budaya dan lingkungan sebagai *secondary needs/motives*. Sehingga *need/motive* digolongkan menjadi dua bagian utama yaitu *primary needs/motives* yang berupa *physiological needs*, dan *secondary needs/motives* yang terdiri atas *safety needs, social needs, esteem needs, dan self-actualization needs*.

- *Expectation*

Schiffman dan Kanuk (1997, p. 161) mengatakan “bahwa seseorang biasanya memilih melihat apa yang diharapkan untuk dilihat, dan apa yang diharapkan untuk dilihat tersebut biasanya berdasarkan pada *familiarity*, pengalaman sebelumnya, atau *preconditioned set*.” Berdasarkan keterangan tersebut, *expectation* dapat dikatakan sebagai suatu harapan akan sebuah objek, yang dibentuk seseorang berdasarkan pengalaman sebelumnya akan objek tersebut.

- *Experience*

Berdasarkan keterangan sebelumnya (Schiffman dan Kanuk: 1997, p. 161), “*experience* dapat dikatakan sebagai pengalaman sebelumnya akan sebuah objek yang menjadi salah satu dasar bagi seseorang untuk membentuk suatu harapan akan objek tersebut.”

b. *Target*

Target (faktor stimuli) adalah karakteristik fisik sebuah objek. Hanna dan Wozniak (2001, p. 112) mengungkapkan bahwa “faktor stimuli merupakan elemen primer dari objek yang berinteraksi dengan panca indra kita untuk menghasilkan suatu sensasi.” Dan, stimulus adalah setiap unit masukan pada setiap panca indra (Schiffman dan Kanuk, 1997). Maka, dapat dikatakan bahwa *target* (faktor stimuli) merupakan segala sesuatu yang terdapat pada objek/ produk yang ditangkap oleh panca indra.

c. *Situation*

Situation (faktor situasi) adalah suasana lingkungan sekitar saat terjadi transaksi. Hanna dan Wozniak (2001) menjabarkan bahwa terdapat lima kelas yang merupakan variable faktor situasi, yaitu; *physical surroundings, social surroundings, task definition, time, dan antecedent states*. Dimana, kelima variable tersebut baik secara terpisah maupun dalam kombinasi dapat memberikan pengaruh dalam proses persepsi.

2.1.2. Tahap-Tahap Persepsi

Menurut Assael (1994), persepsi melewati 3 tahap yang berbeda, yaitu:

a. Perhatian

Perhatian adalah suatu proses dari pemberian stimulus atau bagian tertentu dari stimuli.

b. Pengertian

Pengertian yaitu memahami dan mengerti tentang pesan yang diterima.

c. Menyimpan pesan

Menyimpan pesan, dalam waktu singkat dapat diulas, diinterpretasikan dan dilupakan. Suatu pesan yang relevan dengan kebutuhan konsumen dapat lebih lama diingat oleh konsumen.

Schiffman dan Kanuk (1997, p. 157) berpendapat, “individu sangat selektif dalam memilih stimuli yang mereka kenali; secara bawah sadar mereka menata stimuli yang mereka kenali menurut prinsip psikologi dan mereka menginterpretasikan setiap stimuli secara subjektif sesuai kebutuhan, harapan, dan pengalaman mereka”. Berdasarkan pendapat tersebut, dan ketiga definisi persepsi yang menyatakan persepsi sebagai suatu proses menyeleksi, mengorganisir, dan menginterpretasikan stimuli. Maka dapat dikatakan bahwa proses persepsi yang terjadi di bawah sadar terdiri atas tiga proses utama yaitu *selection, organization, dan interpretation*.

a. *Selection*

Pada proses *selection*, stimuli yang diterima oleh panca indra diseleksi secara bawah sadar. Stimuli diseleksi berdasarkan dua faktor mayor yaitu pengalaman sebelumnya yang mempengaruhi harapan konsumen dan *motives*

konsumen pada saat itu. (Schiffman dan Kanuk, 1997) Seseorang dapat memunculkan persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama karena tiga proses *perceptual*, yaitu *selective attention*, *selective distortion*, dan *selective retention* (Kotler, 2001), yang terjadi saat proses *selection*.

- *Selective attention*, merupakan kecenderungan individu untuk lebih memperhatikan informasi yang berhubungan dengan kebutuhannya saat ini, yang dapat diantisipasi, atau yang memiliki penyimpangan besar dari ukuran normal stimuli tersebut (Kotler, 2001)
- *Selective distortion*, merupakan kecenderungan individu membelokkan informasi yang diterimanya ke dalam pengertian pribadi dan menginterpretasikan informasi tersebut sesuai cara berpikir pribadi. (Kotler, 2001)
- *Selective retention*, merupakan penyebab individu lebih suka mengingat poin yang bagus/ baik mengenai produk yang disukainya, dan melupakan poin yang bagus/ baik mengenai produk lainnya yang serupa. (Kotler, 2001)

b. *Organization*

Proses *organization* merupakan tahap kedua dari proses utama dalam membentuk persepsi. Pada tahap ini, seseorang menata stimuli yang telah diseleksi dari lingkungan ke dalam kelompok-kelompok, dan merasakannya sebagai satu kesatuan yang utuh (Schiffman dan Kanuk, 1997). Dan, seperti proses *selection*, proses *organization* dipengaruhi oleh *motives*, dan oleh harapan yang berdasarkan pada pengalaman (Schiffman dan Kanuk, 1997).

c. *Interpretation*

Proses *interpretation* merupakan tahap selanjutnya, setelah *selection* dan *organization*. Pada tahap ini, pengalaman sebelumnya dan interaksi social menolong untuk membentuk harapan tertentu (Schiffman dan Kanuk, 1997), dan dalam membentuk gambaran yang jelas akan suatu objek. Seberapa dekat interpretasi seseorang dengan kenyataan, bergantung pada kejelasan stimulus, pengalaman *perceiver*, *motives* dan *interest perceiver* saat melakukan proses persepsi (Schiffman dan Kanuk, 1997).

2.2. Perilaku Konsumen

Menurut Ronald J. Ebert dan Ricky W. Griffin (2003), perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai: “*Various facets of the decision process by which customers come to purchase and consume products*”. (p. 261)

Perilaku konsumen adalah berbagai aspek dari proses keputusan yang membuat konsumen datang untuk membeli dan mengonsumsi suatu produk. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen menurut Philip Kotler (2006):

2.2.1. Faktor Budaya

Budaya dan kelas sosial keduanya memberikan pengaruh yang sangat penting dalam perilaku pembelian konsumen. Kultur atau budaya adalah hal yang paling mendasar yang menentukan apa yang diinginkan dan dibutuhkan seseorang. Manusia dalam pertumbuhannya pasti akan membentuk nilai, persepsi, kesukaan, dan perilaku melalui keluarga dan lingkungannya. Kultur atau budaya dipersempit lagi menjadi sub-kultur yang membagi sosialisasi dan identifikasi manusia menjadi lebih spesifik, seperti kebangsaan, agama, ras, dan letak geografis.

2.2.1.1. Feng Shui

Feng shui diartikan secara harafiah sebagai angin (*feng*) dan air (*shui*). *Feng shui* adalah seni geomansi (teknik perhitungan *feng shui*) masyarakat Cina, yang menyangkut penataan tempat, lokasi bangunan dan struktur-struktur lain yang dibuat oleh manusia agar tercapai keselarasan (harmonis) antara manusia dengan lingkungan fisik sekitarnya. Selain definisi di atas, *feng shui* dapat diartikan sebagai topografi bumi yang menyangkut gunung, bukit, sungai, lembah, danau. Angin dan air adalah dua kekuatan yang membentuk topografi dari permukaan bumi dan manusia yang tinggal di atasnya. Dengan memegang "buku petunjuk" tentang bagaimana kekuatan-kekuatan itu bekerja, kita dapat memanfaatkan pengetahuan atau pemahaman tersebut untuk diambil manfaatnya. Bekal pengetahuan itu juga dapat dimanfaatkan pada penataan ruangan di dalam gedung agar dapat meningkatkan kualitas kehidupan penghuninya, seperti: kesehatan, kebahagiaan perkawinan, kemitraan usaha yang langgeng, kemakmuran dan kedamaian jiwa. Beberapa abad silam, pengetahuan tentang *feng*

shui digunakan secara luas oleh masyarakat Cina untuk memperbaiki kualitas kehidupan mereka. Pada awal penggunaannya, *feng shui* hanya digunakan untuk menentukan lokasi makam. Akan tetapi dalam perkembangan selanjutnya lebih banyak digunakan dalam penataan atau pemilihan lokasi untuk hunian atau tempat tinggal manusia.

2.2.1.2. Aspek Pengamatan dalam *Feng Shui*

Menurut Andie Arif Wicaksono (2004), aspek pengamatan dalam *feng shui* terdiri dari:

1. Letak

Kestrategisan suatu lokasi merupakan salah satu aspek terpenting yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan tapak suatu bangunan. Di dalam *feng shui*, letak suatu bangunan dapat mempengaruhi kehidupan penghuninya. Faktor letak ini seringkali juga dikaitkan dengan arah mata angin. Salah satu aliran *feng shui* meninjau atau menilai kebaikan dan keburukan tentang posisi suatu bangunan. Ada beberapa bangunan yang tidak baik keberadaannya apabila bangunan tersebut terletak di depan suatu rumah tinggal, atau bila rumah tinggal didirikan di bekas kavling tanah bangunan-bangunan seperti rumah ibadah, kantor polisi, rumah duka, penjara, rumah jagal, dan bangunan bekas terbakar. Bangunan-bangunan tersebut dinilai akan menghisap *chi* positif dari penghuni rumah di depannya yang menyebabkan menurunnya gairah hidup. Namun sebenarnya hal ini pun dapat dijelaskan secara logis dalam ilmu arsitektur, bangunan yang dapat menimbulkan dampak negatif ini lebih pada tinjauan psikologis karena aktivitas yang ada di dalam bangunan tersebut.

2. Lokasi

Tiga karakteristik yang paling penting dalam *real estate* adalah: "Lokasi, lokasi, dan lokasi" (Kau dan Sirmans, 1985, p. 22-23). Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa lokasi merupakan karakteristik yang sangat penting dalam *real estate*.

Memilih lokasi yang tepat, baik untuk residensial maupun komersial sangatlah penting. Seorang pemilik rumah dengan memilih lokasi yang tepat,

mengharapkan terjadinya kenaikan nilai. Pemilihan lokasi yang tidak tepat dapat mengarah pada penurunan nilai dan potensi untuk dijual kembali.

Pengertian lokasi menurut Dasso dan Ring (1992) adalah "*Location is the result of fixity and concerns relationship to a property*". Bila diterjemahkan: lokasi adalah suatu ketetapan dan menyangkut hubungan dengan suatu properti. Faktor lokasi yang berkaitan dengan sebuah properti antara lain:

- a. *Convenience or accessibility*, yaitu kemudahan mencapai suatu lokasi dari lokasi tertentu dihitung berdasar biaya dan waktu.
- b. *Environment or exposure*, yaitu kondisi lingkungan sekeliling yang melingkupi suatu daerah seperti pemandangan alam, udara bersih, dan kedekatan dengan fasilitas.
- c. *Protection from externalities*, yaitu perlindungan dari aspek negatif yang berasal dari luar lokasi.

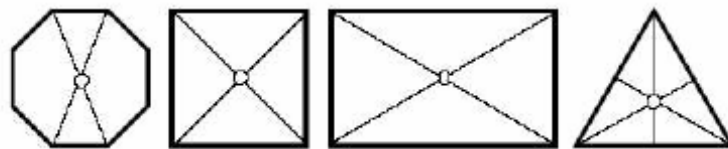
3. Bentuk dan skala ukuran

a. Bentuk

Bentuk dan ukuran merupakan asosiasi sangat erat. Bentuk menunjukkan konfigurasi umum suatu obyek sebagaimana terekam pada citra penginderaan jauh. Bentuk mempunyai dua makna yakni :

- Bentuk luar atau umum

Empat macam tipe lahan rumah dengan bentuk oktagon, persegi, persegi panjang, dan segitiga.



Gambar 2.1. Bentuk Lahan

- Bentuk rinci atau susunan bentuk yang lebih rinci dan spesifik.

b. Skala ukuran

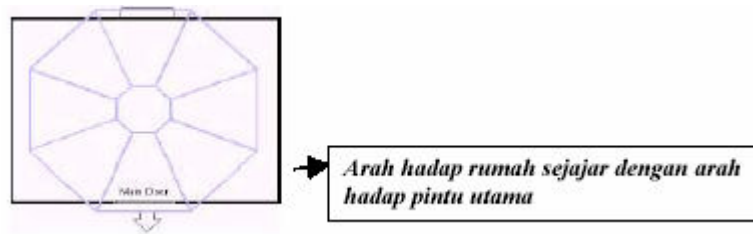
Sedangkan ukuran merupakan bagian informasi kontekstual selain bentuk dan letak. Menurut Sutanto (1986), ukuran merupakan atribut obyek yang berupa jarak, luas, tinggi, lereng, dan volume.

Ukuran merupakan cerminan penyajian-penyajian luas daerah yang ditempati oleh kelompok individu. Menurut Andie A Wicaksono (2004), “bentuk bangunan mempengaruhi pribadi orang yang berada di dalamnya “(p. 31). Masyarakat Tionghoa percaya bahwa bila seseorang berada di dalam bangunan, ia akan dipengaruhi energi mampat yang dipancarkan oleh bentuk bangunan. Bentuk yang paling disukai dalam *feng shui* adalah segi empat. Hal ini terkait dengan dampak psikologis manusia yang sejak dilahirkan telah terbiasa tinggal di tempat yang berbentuk segi empat, sehingga ketika menjumpai tempat yang bentuknya tidak segi empat, individu tersebut merasa tidak nyaman.

c. Arah hadap

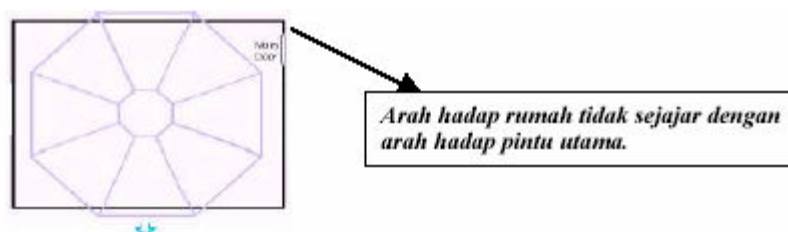
Arah hadap rumah biasanya terletak di depan bangunan dan menghadap jalan atau tanah lapang yang banyak aktivitasnya. Bila pintu utama terletak segaris dengan bagian depan bangunan maka arah pintu utamanya dapat ditetapkan sebagai arah hadap rumah, namun terkadang meskipun segaris ternyata arah pintu utama tidak sama dengan arah hadap bangunan.

- Arah hadap rumah ditentukan oleh arah hadap pintu.



Gambar 2.2. Arah Hadap Rumah 1

- Arah hadap rumah tidak ditentukan oleh arah hadap pintu.



Gambar 2.3. Arah Hadap Rumah 2

Selalu diingat arah hadap rumah tidak selalu ditentukan oleh arah hadap dan letak pintu utama, karena arah hadap rumah ditentukan oleh 4 faktor:

- Area yang paling terang dan sinar matahari masuk dari bagian tersebut.
- Area yang paling banyak memiliki *open area*, seperti jendela, teras, pintu, garasi, dan sebagainya.
- Area yang paling dekat dengan jalan.
- Area yang paling sering dipakai untuk keluar masuk rumah (jika pintu rumah lebih dari satu) setiap penghuni.

d. Angka

Ada beberapa angka yang penting untuk kehidupan dan kesejahteraan dari sebuah bangunan atau kota. Di dalam *feng shui* juga ada mistar khusus, yang disebut mistar *feng shui*, sebagai alat untuk mengukur apakah suatu objek sudah sesuai dengan *feng shui* atau tidak. Angka 1 dan 9 adalah angka yang paling banyak menguntungkan bagi bangsa Tionghoa, sedangkan angka 4 banyak dihindari karena dalam bahasa Tionghoa, 4 artinya mati. Sebenarnya dalam sejarah arsitektur, ada beberapa arsitek yang juga berpedoman pada angka-angka tertentu sebagai simbol hasil karya mereka. Jadi, penskalaan angka-angka ini tidak hanya dikenal dalam *feng shui*. Tradisi pengkeramatan nomor inilah yang mendasari aspek psikologis manusia. Aspek psikologis ini mau tidak mau akan menyebabkan adanya sugesti yang berkembang sesuai dengan tradisi masyarakat setempat.

4. Material

Material juga merupakan salah satu aspek yang dicermati dalam *feng shui*, meskipun pengaruhnya tidak sebesar faktor letak. Pembahasan aspek material ini dapat dilihat melalui warna dan bahan bangunan. Secara garis besar, pengaruh material ini lebih ditujukan kepada aspek psikologis dari material tersebut terhadap pengguna, sebagaimana pengaruh dari rasi-rasi bintang terhadap sifat dan perilaku seseorang. Pilihan warna yang cocok bagi seseorang, perhitungannya tetap mengacu pada lima unsur yang dihubungkan dengan tahun kelahirannya. Warna ini dapat diterapkan pada warna rumah atau interior di dalamnya. Penerapan ini dapat dilihat pada diagram berikut:

Tabel 2.1. Diagram Warna dalam *Feng shui*

Barat laut: Logam Putih	Utara: Air Hitam	Timur Laut: Tanah Kuning
Barat: Logam Putih	Tengah: Tanah Kuning	Timur: Kayu Biru/Hijau
Barat Daya: Tanah Kuning	Selatan: Api Merah	Tenggara: Kayu Biru/Hijau

Sumber: Wicaksono (2004, p. 35)

Bahan bangunan di dalam *feng shui*, sebagaimana warna juga mempunyai dampak psikologis terhadap penghuninya. Misal, orang yang berelemen kayu membangun bangunan rumah tinggalnya dengan material-material kayu biasanya kemudian gaya arsitektur bangunannya cenderung ke arah arsitektur tradisional. Tetapi jika orang ini tinggal di rumah yang didominasi material logam, maka seluruh pendapatannya akan habis untuk membiayai rumah tersebut, karena dipercaya bahwa logam adalah alat pemotong kayu. Sejalan dengan penalaran aspek-aspek lainnya, maka hal ini dikembalikan kepada pribadi masing-masing, karena pemilihan bahan bangunan lebih dipengaruhi oleh aspek psikologis dan cita rasa seni yang dimiliki seseorang.

5. Isi

Secara garis besar, terdapat empat pola jalan, yaitu pola lurus (*grid* atau *straight*), pola lengkung (*curved*), pola putaran (*loop*) dan pola buntu (*culdesac*). (Chiara, Joseph De & Lee K, 1975).

a. Pola lurus (*grid* atau *straight*)

Membentuk jaringan jalan yang berbentuk geometris, segi empat yang kelebihanannya adalah bentuk kapling yang praktis dan efisien. Tetapi pola ini akan menimbulkan frekwensi lalu lintas yang relatif tinggi karena merupakan jalan tembus sehingga menimbulkan polusi asap dan kebisingan pada warga penghuni dan pengawasan keamanan pada kawasan perumahan relatif lebih sulit.

b. Pola lengkung (*curved*)

Pola jalan lengkung memiliki dampak menyenangkan dan alami, terutama pada lahan berkontur. Tetapi penggunaan yang berlebihan pada lahan datar menjadi tidak efisien kecuali direncanakan secara hati-hati. Namun kekurangannya adalah bentuk kapling yang dihasilkan menjadi tidak beraturan.

c. Pola putaran (*loop*)

Memberikan keamanan dan bentuk jalan buntu yang ekonomis tanpa kesulitan untuk berputar, memudahkan sirkulasi lalu lintas dari dan ke jalan kolektor. Jalan putaran dengan bermacam-macam bentuk dan ukuran memberikan kesempatan yang menarik bagi pengelompokan rumah, terlebih bila halaman untuk parkir diberikan.

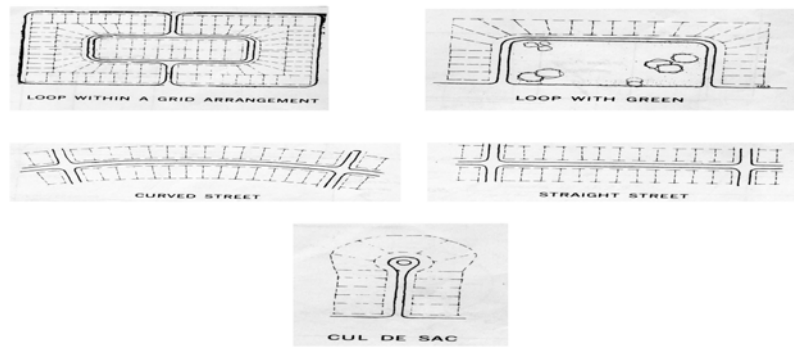
d. Pola buntu (*culdesac*)

Jalan buntu atau *culdesac* memberikan privasi dan pemisahan lalu lintas, tetapi akan tercipta bentuk kapling yang tidak beraturan. Ujung jalan yang melingkar secara jelas membedakan kelompok individu rumah, dan dengan membatasi jumlah rumah yang dilayani memungkinkan penggunaan dimensi jalan dan konstruksi ringan yang ekonomis. Dengan pola jalan ini akan tercipta pengelompokan rumah dan dengan batasan jumlah rumah yang dilayani maka akan tercipta dimensi jalan yang ekonomis, yaitu dimensi lebar jalan lebih kecil.

Tabel 2.2. Karakteristik Pola-pola Jalan

Grid	Loop	Culdesac	Curved
- Lebih efisien - Jumlah kapling lebih banyak - Teratur - Monoton - Banyak persimpangan	- Mudah berputar - Tidak monoton - Lebih fleksibel - Mengurangi macet - Keamanan	- Privasi - Efisien - Harga lebih murah - Jalan buntu - Lebih eksklusif - Bertema - Satu akses saja - Tidak bising - Kapling sedikit	- Tidak efisien - Bentuk kapling tidak beraturan - Berguna untuk lahan berkontur

Sumber: Chiara, Joseph De and Lee K. (1975, p.219)



Gambar 2.4. Karakteristik Pola Jalan

Sumber: Chiara, Joseph De and Lee K. (1975, p.219)

- Standar Lebar Jalan

Lebar jalan dihitung dari jarak antara muka kapling satu ke muka kapling di depannya, termasuk juga dengan pelengkap jalannya atau disebut juga dengan istilah damija. Menurut *Peraturan Daerah Kotamadya no. 7 tahun 1992* tentang ijin mendirikan bangunan, damija adalah daerah milik jalan yang berada diantara dua garis sempadan pagar. Garis sempadan pagar adalah garis sempadan yang di atasnya atau sejajar dibelakangnya dapat didirikan pagar.

Tabel 2.3. Standart Lebar Jalan

Sumber	Macam / Fungsi	Ukuran jalan
Soefaat	Main Street (jalan utama)	Lebar: 7 meter (minimum)
	Minor Street	Lebar: 5 meter (minimum)
	Culdesac	Lebar: 5 meter (minimum) Panjang: 100 meter (minimum)
	Service Street	Lebar: 6 meter (minimum)
Wolak	Local road	Lebar: 9-12 meter
	Residential road	Lebar: 6 meter (min)
	Culdesac	Lebar: 5,5 meter (min)
Proposal Minimum Standart	Colector Street	Lebar: 15 meter
	Service Street	Lebar: 10 meter
	Pats	Lebar: 5 meter
	Culdesac	Panjang: 100 meter

Tabel 2.3. Standart Lebar Jalan (sambungan)

Sumber	Macam / Fungsi	Ukuran jalan
Team penyusun Perencanaan Perumahan Rakyat	Arterial road	Lebar: 20 meter (min)
	Jalan lingkungan (street)	Lebar: 10 meter (min)
	Jalan antar lingkungan kecil	Lebar: 8 meter
Standart perencanaan perumahan	• Normal	Lebar: 9 meter
	• Culdesac	Panjang : 100 meter Turning point : 15 meter
Standart perencanaan perumahan	Main street	Lebar: 7 meter (min)
	Minor street	Lebar: 5 meter (min)
	Culdesac	Panjang : 100 meter (max)
Perencanaan Geometrik jalan	Arteri primer	Lebar: 8 meter (min)
	Kolektor primer	Lebar: 7 meter (min)
	Ateri sekunder	Lebar: 8 meter (min)
	Kolektor sekunder	Lebar: 7 meter (min)
	Lokal primer	Lebar: 6 meter (min)
	Lokal sekunder	Lebar: 5 meter (min)

Sumber: Rancangan Pedoman Perencanaan Lingkungan Perumahan untuk Kota-kota di Indonesia. (1972 : 49)

Menurut Andie Arif Wicaksono (2004, p. 40), secara garis besar, pengamatan terhadap isi dari *feng shui* ini terutama ditujukan pada objek-objek tertentu, yaitu:

a. Jalan (akses)

Aksesibilitas adalah keadaan atau ketersediaan hubungan dari satu tempat ke tempat lainnya atau kemudahan seseorang atau kendaraan untuk bergerak dari suatu tempat ke tempat lain dengan aman, nyaman, serta kecepatan yang wajar.

- Jalan yang menguntungkan

Jalan yang menguntungkan menurut *feng shui* adalah jalan dengan lekukan yang lemah lembut menuju rumah, sehingga aliran chi yang ada di jalan tersebut tidak menghancurkan rumah.

Di dalam ilmu arsitektur, dikatakan bahwa jalan berbentuk cekungan (*concave*) lebih dapat mengakomodasi penglihatan visual terhadap suatu kawasan dibandingkan bentuk cembungan (*convex*).

- Jalan yang merugikan

Jalan yang merugikan menurut *feng shui* adalah jalan yang mengarah dengan kuat atau berbelok dengan tiba-tiba pada bagian rumah. Sering disebutkan bahwa rumah pada bagian ini sering mengalami kesialan.

Menurut ilmu arsitektur, tapak sebuah bangunan selalu menghadap ke arah jalan. Jalan mempunyai fungsi sebagai alur sirkulasi. Karena posisi tusuk sate atau cekungan tajam dapat menyebabkan jalan tersebut selalu dipadati oleh berbagai aktivitas, terutama aktivitas kendaraan bermotor.

Posisi tusuk sate merupakan posisi rumah yang dihindari. Hal ini disebabkan karena posisi ini memiliki efek negatif. Posisi rumah ini amat rentan terhadap bahaya diterobos oleh kendaraan yang melaju kencang. Selain itu, debu dari kendaraan di depan rumah akan mudah masuk ke dalam rumah.

Posisi tusuk sate ini memang memiliki beberapa sisi negatif. Namun rumah dengan posisi tusuk sate sangat menguntungkan dari segi usaha. Sebab dengan posisi tersebut, barang yang dijual dapat terlihat dari segala arah. Tak heran jika pada rumah dengan posisi ini lazim digunakan untuk usaha.

b. Vegetasi pepohonan

Menurut Andie Arif Wicaksono (2004, p.46), dalam *feng shui* dikatakan bahwa obyek vertikal seperti pohon, tiang listrik dan sebagainya, tidak baik dan berfungsi sebagai penghalang aliran chi. Ada tiga letak pohon menurut *feng shui* yaitu pohon mendekati rumah, pohon menjauhi rumah, dan pohon yang terletak di depan pintu utama.

- Pohon mendekati rumah

Menurut pandangan *feng shui* bila pohon mendekati rumah, maka rumah itu menguntungkan karena banyak energi positif. Pohon dikatakan tumbuh mendekati rumah apabila lebih banyak ranting-ranting pohon yang tumbuh mengarah ke rumah.

Dalam teori arsitektur, arah tumbuh pohon yang mencari sinar matahari dikenal dengan istilah *fotonasti*. Rumah sehat adalah rumah yang banyak

terkena sinar matahari pagi, karena kuman-kuman dan bakteri di dalamnya akan dimatikan oleh radiasi ultraviolet dalam sinar matahari.

- Pohon menjauhi rumah

Menurut pandangan *feng shui* bila pohon menjauhi rumah, maka rumah itu dikatakan merugikan karena banyak energi negatif. Pohon dikatakan tumbuh menjauhi rumah apabila lebih banyak ranting-ranting pohon yang tumbuh mengarah menjauhi rumah.

Dari segi arsitektur arah tumbuh pohon yang menjauhi sinar matahari bukanlah rumah sehat karena tidak banyak terkena sinar matahari pagi. Hal ini menyebabkan kuman-kuman dan bakteri di dalamnya akan dimatikan oleh radiasi ultraviolet dalam sinar matahari. Selain itu kelembaban rumah menjadi tinggi, sehingga akan lebih rentan terhadap perkembangan rayap dan jamur yang dapat merusak kondisi fisik rumah tersebut.

- Pohon tepat di depan pintu utama

Pohon yang berada tepat di depan pintu utama rumah tidak baik karena menghalangi aliran *chi* penghuni rumah, apalagi pohon yang besar.

Letak pohon yang tepat di depan pintu utama dikatakan tidak baik karena dari segi arsitektural, pohon yang berada di depan pintu utama menyebabkan terhalangnya *view* (pandangan) dari pintu utama ke arah kavling bangunan yang menyebabkan dampak negatif psikologis terhadap penghuni rumah tersebut.

Dampak psikologis ini berkaitan dengan terjadinya perasaan bahwa ada sesuatu yang menghalangi kebebasan penghuni untuk melihat keluar.

c. Bangunan lain di depan objek

Menurut *feng shui* ada beberapa benda maut yang berada di depan hunian yang disebut sebagai suatu "hawa maut". Benda-benda tersebut antara lain dapat berupa segitiga hubungan atap bangunan berbentuk pelana yang mengarah ke rumah kita. Segitiga ini juga sering disebut sebagai *sniper*.

Dengan adanya benda-benda seperti ini dapat mengganggu kondisi penghuni di dalamnya. Hal ini menyangkut keharmonisan rumah tangga ataupun juga pemasukan rejeki di dalamnya.

Bentuk atap pelana sangat sesuai untuk sirkulasi angin langsung yang hembusannya akan menjadi lebih kuat ke arah benda lain di depannya. Angin, meskipun tidak kencang, akan tetapi kadang kala juga membawa bibit penyakit dan kuman, yang otomatis akan langsung mengarah kepada benda di depannya. Sehingga rumah yang ada di depannya akan mudah sekali tertimpa angin yang kencang dan bibit penyakit.

2.2.2. Faktor Sosial

“Perilaku konsumen dipengaruhi dari referensi kelompok, keluarga, peran sosial, dan status”, Kotler (2006, p. 166). Referensi kelompok terdiri atas semua orang yang memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung, sehingga menciptakan pola dari sikap dan perilaku.

Keluarga adalah elemen utama yang membentuk perilaku seseorang untuk melakukan proses pembelian. Dalam kehidupannya keluarga dibedakan menjadi dua macam, *family orientation* yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung yang memberikan nilai-nilai dari segi politik, religi, ekonomi, ambisi pribadi, penghargaan diri dan cinta. Meskipun seseorang sudah tidak berinteraksi dengan orang tua dan saudara kandungnya, namun nilai-nilai tetap berpengaruh besar terhadap perilakunya.

Family of procreation adalah pengaruh yang diperoleh secara langsung oleh seseorang, bersumber dari perilaku pembelian sehari-hari. Contohnya adalah pada pengaruh dari suami atau istri, dan anak-anak.

2.2.3. Faktor Personal

Menurut Kotler (2006), “keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik individu manusia.” (p. 168). Faktor personal ini terdiri dari *age and stage in the life cycle, occupation and economic circumstances, Personality and self concept, Life style and values*:

- a. *Age and stage in the life cycle*, seiring berkembangnya umur terjadi perbedaan kebutuhan dan keinginan terhadap produk.
- b. *Occupation and economic circumstances*, pekerjaan dan keadaan ekonomi juga mempengaruhi pola konsumsi. Pada suatu tingkatan jabatan tertentu di

perusahaan memiliki pola tersendiri terhadap konsumsi suatu produk, hal ini juga dipengaruhi oleh tingkatan pendapatan yang dimiliki.

- c. *Personality and self concept*, tiap-tiap manusia memiliki karakteristiknya sendiri yang mempengaruhi proses pembelian suatu produk.
- d. *Life style and values*, manusia yang berasal dari satu sub-kultur, kelas social, dan pekerjaan yang sama belum tentu mempunyai gaya hidup yang sama pula. Gaya hidup adalah pola seseorang dalam menjalankan kehidupannya, baik dari segi aktifitas, hobi, maupun opini.

2.2.4. Faktor Psikologis

- a. Motivasi

Kebutuhan yang cukup kuat yang mendorong atau mengarahkan seseorang mencari cara untuk memenuhi kebutuhannya.

- b. Persepsi

Persepsi yaitu proses yang dilalui seseorang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai produk atau merek tertentu.

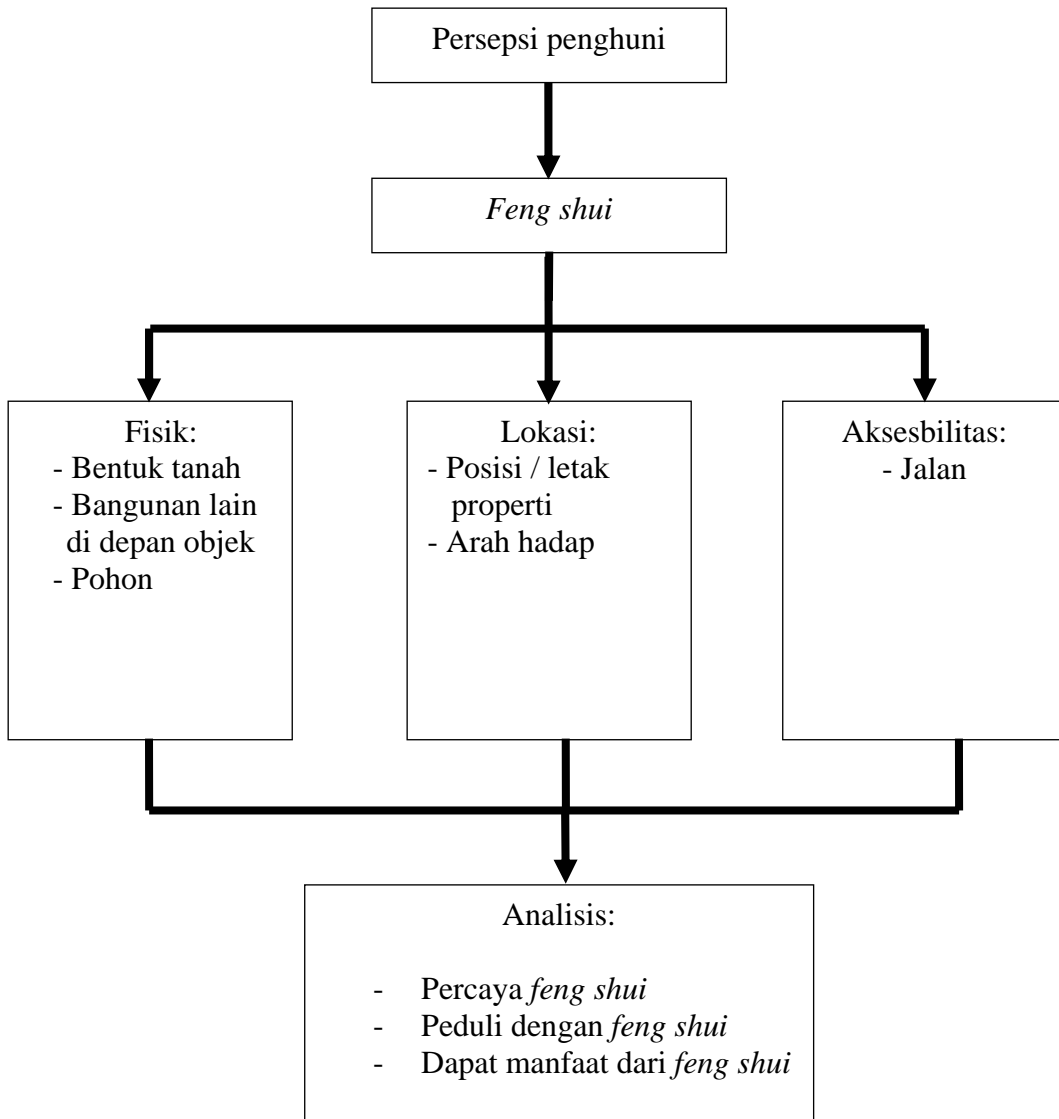
- c. Pengetahuan

Pengetahuan berasal dari proses pembelajaran yaitu perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman.

- d. Keyakinan dan sikap

Keyakinan yaitu pemikiran deskriptif yang dimiliki oleh seseorang mengenai suatu sikap yaitu evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide yang relatif konsisten atau sikap yang menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap produk atau merk tertentu.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2.5. Kerangka Berpikir