

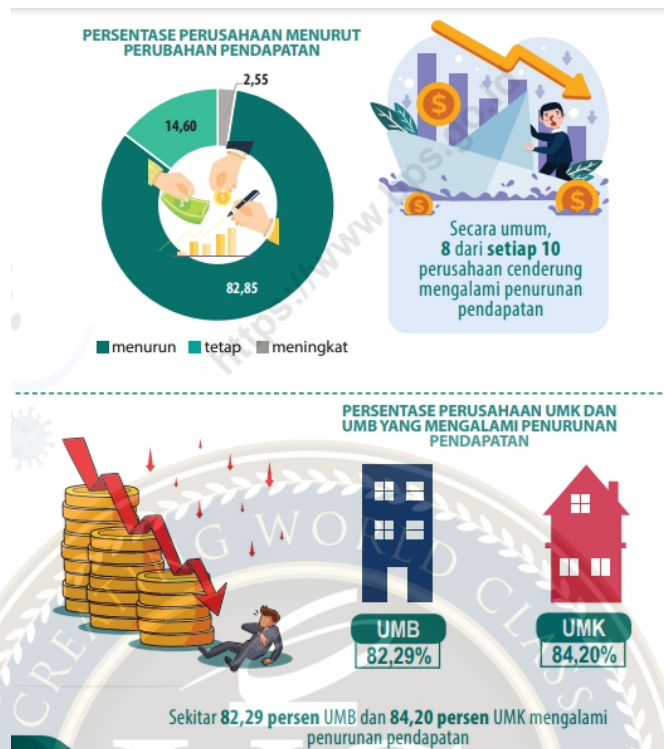
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pandemi Covid 19 menyebabkan dampak yang besar terhadap segala aspek. Menurunnya aktivitas masyarakat juga berdampak bagi sebagian besar perusahaan dari berbagai macam industri. Bahkan banyak perusahaan menahan untuk melakukan aktivitas pemasaran untuk sementara waktu hingga kondisi mulai normal dan terkendali. Reaksi setiap individu terhadap situasi krisis di masa pandemi seperti saat ini berbeda-beda. Selain itu, pada masa pandemi juga menyebabkan perubahan perilaku konsumen. Masyarakat didorong untuk cepat beradaptasi untuk memenuhi kebutuhannya dan berusaha lebih efektif dalam menjalankan aktivitas sehari - hari.

Akibat pandemi Covid 19 banyak perusahaan di berbagai macam sektor mengalami penurunan pendapatan UMK ataupun UMB, seperti Gambar 1.1 berikut.



**Gambar 1.1. Perubahan pendapatan**

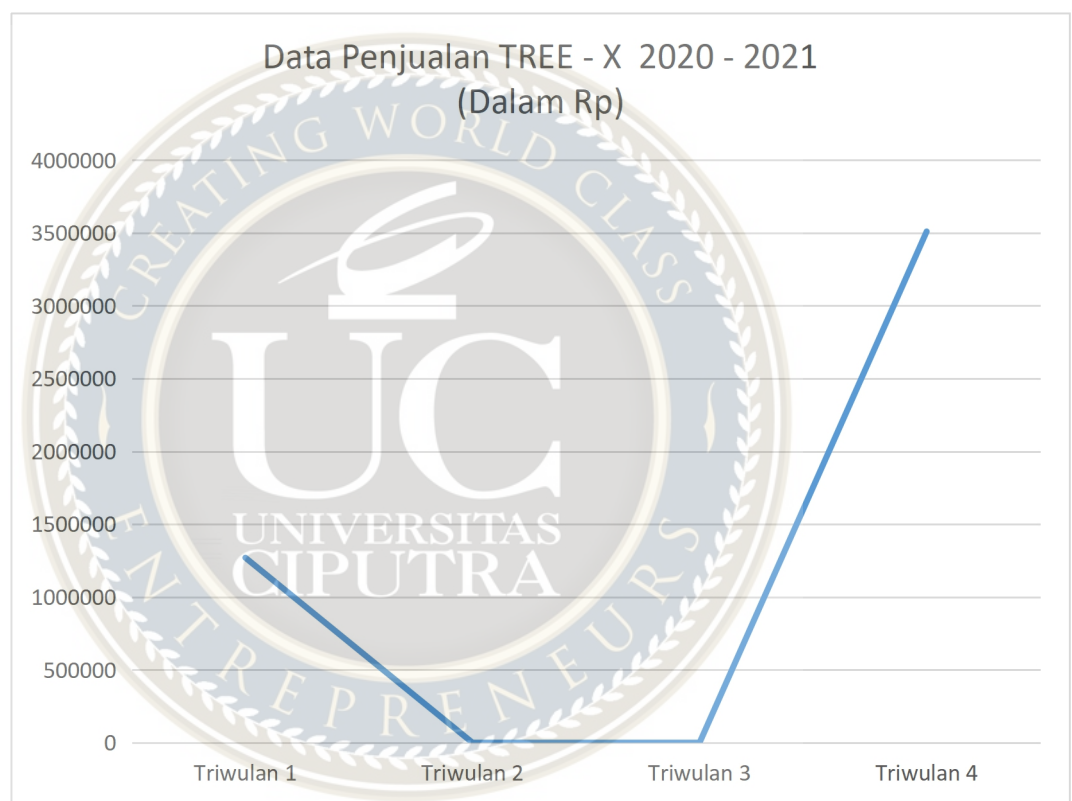
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Survei yang telah dilakukan BPS pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa terdapat perubahan pendapatan baik UMK ataupun UMB. Perubahan pendapatan ini tentunya mengalami penurunan sebanyak 82,29% bagi UMB dan sebanyak 84,20% bagi UMK. Perubahan pendapatan ini diakibatkan oleh menurunnya kondisi ekonomi akibat Covid 19. Melemahnya minat beli masyarakat berperan besar dalam penurunan pendapatan yang dialami oleh UMK dan UMB.

TREE - X adalah perusahaan yang telah beroperasi sejak Januari 2019. TREE - X merupakan bisnis yang bergerak di bidang kerajinan tangan atau *craft*. Produk-produk yang ditawarkan berupa *wooden stuff* dan *wooden merchandise*. Ada berbagai macam bahan baku yang digunakan yaitu kayu jati, kayu mahoni,

kayu sonokeling dan kayu pinus. Segmentasi pasar dari TREE - X yaitu kalangan menengah. Penjualan TREE - X melalui sosial media dan *e - commerce*.

Pandemi Covid 19 pun membawa dampak yang signifikan terhadap penjualan produk TREE - X. Data penjualan produk TREE - X dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut.



**Gambar 1.2. Data Penjualan TREE - X**

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Gambar 1.2 menunjukkan pada triwulan 1 yaitu pada bulan Januari - Maret 2020 penjualan sebesar Rp 1.270.000. Pada triwulan 2 yaitu pada bulan April - Juni 2020 penjualan sebesar Rp 0. Pada triwulan 3 yaitu pada bulan Juli -

September 2020 penjualan sebesar Rp 0. Dan yang Terakhir yaitu pada triwulan 4 yaitu pada bulan Oktober - Desember 2020 penjualan sebesar Rp 3.510.000.

Pada triwulan 1 adalah awal pandemi Covid 19 memasuki Indonesia, pada saat itu belum ada perubahan yang signifikan terhadap perilaku konsumen sehingga perusahaan TREE - X masih dapat melakukan penjualan meskipun tidak maksimal. Pada triwulan 2 dan 3 perilaku konsumen telah mengalami perubahan yang signifikan didorong dengan peraturan pemerintah diperketat sehingga perusahaan TREE - X sulit untuk melakukan penjualan. Pada Triwulan 4 perubahan perilaku konsumen terjadi kembali tetapi perubahan ini membawa dampak positif bagi perusahaan TREE - X dan perusahaan lain hampir di semua sektor, karena daya beli masyarakat mulai meningkat.

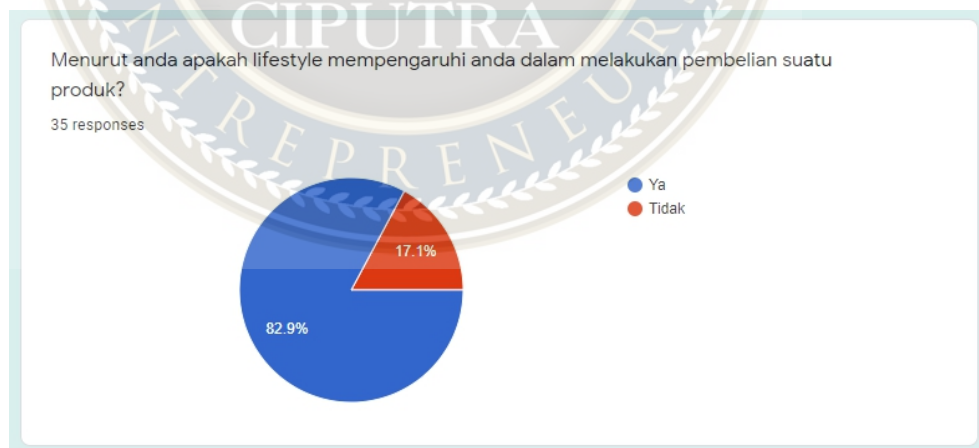
Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai gaya berbelanja konsumen pada masa Covid 19, peneliti telah melakukan pra - survei kepada 35 responden tentang gaya berbelanja dan *lifestyle* pembelian yang dicari secara acak dan hasilnya dapat dilihat pada Gambar 1.3 dan Gambar 1.4 berikut.



**Gambar 1.3. Hasil survei gaya berbelanja konsumen**

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Hasil pra - survei tersebut menunjukkan bahwa 14,3 % responden atau sebanyak 5 responden memilih semakin konsumtif setelah terjadi pandemi Covid 19. Sebanyak 17,1 % responden atau 6 responden memilih tetap memiliki gaya berbelanja yang sama seperti sebelum terjadi pandemi Covid 19. Sebanyak 68,6 % responden atau 24 responden memilih semakin selektif setelah terjadi pandemi Covid 19. Data berikut menggambarkan bahwa sebagian besar konsumen lebih selektif dalam memutuskan untuk membeli sebuah produk, hal ini kemungkinan bertujuan untuk menjaga kondisi keuangan dari pribadi konsumen. Ada pula konsumen yang tidak mengalami perubahan dalam memutuskan untuk membeli suatu produk dan ada pula konsumen yang menjadi semakin konsumtif. Konsumen yang semakin konsumtif kemungkinan disebabkan oleh meningkatnya intensitas penggunaan telepon genggam sehingga mendorong konsumen untuk memiliki keinginan untuk berbelanja secara online.



**Gambar 1.4. Hasil survei pengaruh gaya hidup konsumen**

Sumber: Data diolah peneliti, 2021

Hasil pra - survei tersebut menunjukkan bahwa 17,1 % responden atau sebanyak 6 responden memilih bahwa gaya hidup tidak mempengaruhi dalam minat beli. Sebanyak 82,9 % responden atau 29 responden memilih bahwa gaya hidup mempengaruhi dalam minat beli. *Lifestyle* juga berhubungan erat dengan minat beli, karena *lifestyle* mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihan dalam pembelian suatu produk.

Terdapat beberapa faktor gaya hidup masyarakat yang dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam membuat strategi pemasaran yang tepat bagi segmentasi pasar yang sesuai dengan perusahaan. Ketika perusahaan dapat mengetahui faktor gaya hidup mana yang akan menjadi target pasar perusahaan, maka akan dengan mudah perusahaan menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk faktor gaya hidup tersebut. Menurut (Yang, 2004) terdapat 3 faktor gaya hidup yaitu :

1. *Risk takers*
2. *Experiencers*
3. *Traditionalists*

Dengan uraian latar belakang diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Produk Kayu TREE - X”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang diajukan berdasarkan dari latar belakang tersebut adalah :



1. Apakah faktor gaya hidup *risk takers* mempengaruhi minat beli produk *handicraft*?
2. Apakah faktor gaya hidup *experiencers* mempengaruhi minat beli produk *handicraft*?
3. Apakah faktor gaya hidup *traditionalists* mempengaruhi minat beli produk *handicraft*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui :

1. Mengetahui faktor pengaruh gaya hidup *risk takers* mempengaruhi minat beli produk *handicraft*
2. Mengetahui faktor pengaruh gaya hidup *experiencers* mempengaruhi minat beli produk *handicraft*
3. Mengetahui faktor pengaruh gaya hidup *traditionalists* mempengaruhi minat beli produk *handicraft*

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan dua manfaat yang akan dijelaskan sebagai berikut :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan penelitian ini bermanfaat sebagai tambahan informasi dan referensi untuk peneliti selanjutnya dan dapat memberikan gambaran hasil penelitian pengaruh perbedaan gaya hidup terhadap minat beli produk TREE - X.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini akan memberikan wawasan bagi penulis sebagai pemilik perusahaan untuk menjadi dasar pertimbangan pengambilan keputusan bisnis TREE - X kedepannya. Serta dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha yang bergerak di bidang kerajinan tangan.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini terfokus dan terarah, maka penulis memberikan batasan cakupan penelitian. Adapun batasan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian terbatas untuk mencari pengaruh perbedaan gaya hidup terhadap minat beli produk TREE - X