

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2020 lalu terjadi bencana tersebarnya virus yaitu virus covid-19, pada saat pandemic tersebut pertama kali tersebar di negara china tepatnya di daerah Wuhan, Tiongkok. Covid-19 menyebabkan banyak permasalahan dunia terutama negara-negara yang terpapar virus covid-19 termasuk Indonesia. Salah satu dampak yang terjadi akibat adanya virus covid tersebut yaitu masalah ekonomi. berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia, Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sebesar -2,07%. Hal ini menyebabkan perekonomian Indonesia mengalami penurunan drastis dikarenakan perkembangan ekonomi Indonesia mempunyai pergerakan yang kurang stabil (www.dkjn.kemenkeu.go.id)

Pemerintah Indonesia melakukan kebijakan fiskal dan kebijakan moneter untuk memulihkan perekonomian. Kebijakan ini dilakukan dengan harapan dapat mengurangi dampak negatif yang disebabkan oleh pandemic covid-19. Selain itu tujuan dilakukannya kebijakan ini agar menggerakkan kembali para pelaku usaha termasuk UMKM, UMKM merupakan pilar terpenting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. jumlah UMKM di Indonesia sebesar 64,19 juta, dimana komposisi Usaha Mikro dan Kecil sangat dominan yakni 64,13 juta atau sekitar 99,92% dari keseluruhan sektor Usaha (www.ekon.go.id).

Hasil survey dari BPS, Bappenas, dan World Bank menunjukkan bahwa pandemi covid-19 menyebabkan banyak UMKM kesulitan untuk melunasi hutang,

tagihan listrik, gas dan gaji karyawan beberapa diantaranya juga harus di PHK. Kendala lainnya yang dialami UMKM yaitu sulitnya memperoleh bahan baku, modal, pelanggan yang menurun, hingga distribusi dan produksi yang terhambat. Karya kerajinan Indonesia yaitu Batik menjadi salah satu UMKM yang dilakukan oleh masyarakat. Batik menjadi salah satu sektor yang mendapat prioritas pengembangan oleh kementerian prindustrian karena dinilai mempunyai daya ungkit yang besar dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari pencapaian ekspor periode Januari-Juli 2020 sebesar \$21,54 juta atau meningkat dibandingkan semester I-2019 yang senilai \$17 juta (www.kemenprin.go.id). Hal ini merupakan fenomena yang sangat unik di era pandemi covid-19, dimana banyak sekali industri-industri mengalami penurunan.

Namun lain hal dengan yang terjadi pada batik Tanjung Bumi yang dimana penjualan mengalami penurunan sejak awal pandemi covid-19 bulan Maret 2020. Hanif Muslim selaku salah satu pengrajin batik mengatakan bahwa penjualan dalam sebulan pernah hanya terjual beberapa potong kain batik selama musim pandemi Covid-19. Warisatul Jannah juga selaku pemilik home industri batik Al-Warits mengungkapkan bahwasanya usahanya juga mengalami benturan kuat yang diakibatkan oleh pandemi, sebelum pandemi biasanya mampu memproduksi 5.000 lembar kain perbulan namun sejak terjadi pandemi produksi menurun drastis menjadi sekitar 30-50 lembar kain perbulan.

Batik sendiri merupakan hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan campuran seni dan teknologi dari leluhur Indonesia. Semakin berkembangnya zaman batik mengalami suatu peningkatan baik dalam hal motif atau desain maupun dalam proses pembuatannya. Batik merupakan suatu karya seni yang memiliki filosofi yang dalam tentang kehidupan. Batik sudah ada sejak zaman dulu

dan menjadi salah satu warisan budaya Indonesia yang sudah terkenal di mancanegara dan terdaftar di UNESCO. Indonesia memiliki beberapa motif yang berkaitan dengan budaya setempat, salah satunya Batik Tanjungbumi yang memiliki beberapa motif yang menjadi andalan dan ciri khas yaitu motif Rongterong, Ramo, Serat Kayu dan sebagainya. Batik Tanjungbumi menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat Kecamatan Tanjungbumi kabupaten Bangkalan bahkan masyarakat diluar daerah Tanjungbumi.

Berikut tabel data industri kecil batik tajung bumi di kecamatan tanjung bumi:

Tabel 1.1 industri Kecil Kecamatan Tanjung Bumi

No.	Desa	Jumlah industri kecil batik
1	Paseseh	16
2	Macajah	4
3	Tanjung bumi	49
4	Telaga biru	21
Total		90

Sumber: Dinas Perindustrian Dan Tenaga Kerja Kabupaten Bangkalan

Bauran pemasaran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan perusahaan dibidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memperoleh produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik dan promosi yang efektif. bauran pemasaran terdiri dari 4 komponen yaitu product, price, place, dan promotion. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Calvin dkk menyatakan bahwa secara simultan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara parsial

harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan produk dan tempat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Motivasi konsumen adalah suatu dorongan untuk memperoleh kepuasan terhadap apa yang dibutuhkan dan inginkan dalam hal konsumsi. Menurut Priansa (2017:160), motivasi adalah “Sikap dan perilaku serta faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk berperilaku terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan”. Salah satu contoh motivasi konsumen yaitu perkembangan teknologi pada zaman ini memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi suatu produk sehingga konsumen tergerak untuk mendapatkan produk tersebut (Amalia, 2018). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sumiati (2014) menyatakan bahwa Motivasi konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian komputer tablet Apple iPad.

Menurut Salomon (2013:45) Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan individu dalam hal bagaimana mereka menghabiskan uang dan waktunya. Gaya hidup setiap individu sangat beragam, ada yang boros, suka berfoya-foya, dan lain sebagainya. Biasanya sebagian orang pembelian suatu produk harus sesuai dengan gaya hidup yang dimilikinya. Untuk itulah gaya hidup menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. M. Rizal, dkk dalam penelitiannya menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kotler (2012:190) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli”. D. Nata Wijaya Dkk menyatakan dalam penelitiannya bahwa motivasi dan gaya hidup secara bersamaan berpengaruh secara signifikan (Wijaya, 2018).

berdasarkan beberapa penelitian yang tertera diatas dapat diketahui bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu bauran pemasaran, motivasi dan gaya hidup. Dari latar belakang yang sudah diuraikan diatas peneliti menjadi tertarik untuk mengambil penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran, Motivasi dan gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada UKM Batik Tanjung Bumi)”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian?
- b. Apakah motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian?
- c. Apakah gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian,
- b. pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian,
- c. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Manfaat penelitian:

- a. Bagi pelaku UKM batik Tanjung Bumi, penelitian ini diharapkan menjadi pedoman dalam mengambil kebijakan dan strategi yang tepat untuk menarik konsumen dan meningkatkan nilai pasar.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumber literatur atau referensi bagi peneliti selanjutnya.

- c. Memahami hubungan antar variabel motivasi, gaya hidup dengan keputusan pembelian.