

BAB I

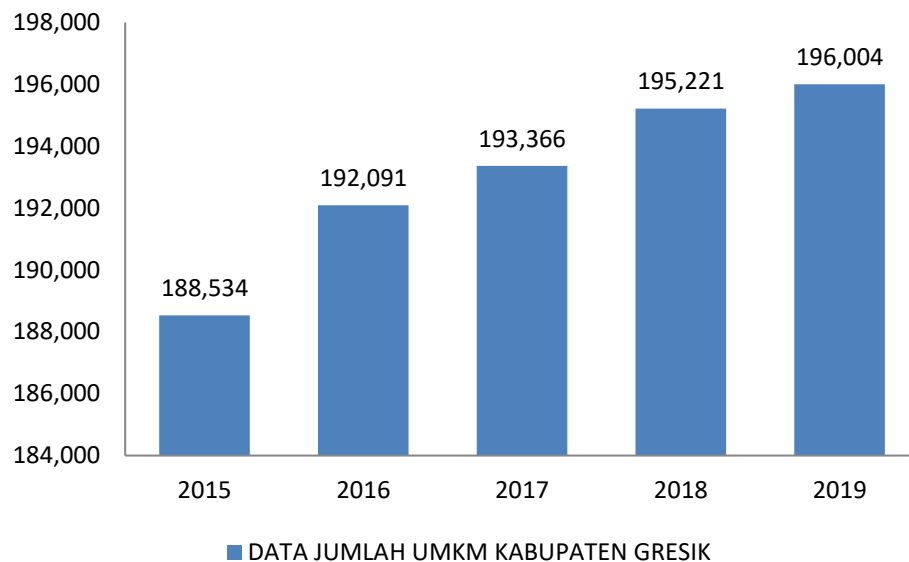
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah usaha yang berkembang pada segala bidang yang memenuhi kebutuhan konsumen mulai dari barang dan jasa. UMKM memiliki peranan yang sangat penting bagi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia, pada saat krisis moneter pada tahun 1997-1998 hanya UMKM yang dapat berdiri dengan kokoh. Data dari Badan pusat Statistik menunjukkan bahwa setelah masa krisis ekonomi jumlah UMKM tidak mengalami penurunan namun semakin meningkat dan mampu menyerap banyak tenaga kerja yang ada di Indonesia.

Salah satu UMKM yang ada di Indonesia adalah Kabupaten Gresik. Kabupaten Gresik yang terkenal dengan kota industri tersebut, tidak terlepas dengan adanya dukungan dari usaha besar, usaha menengah, usaha kecil sampai usaha mikro. Sehingga Pemerintah Kabupaten Gresik melakukan pembinaan yang cukup kepada pelaku usaha, agar perkembangan perekonomian di Kabupaten Gresik mengalami peningkatan dan bisa bersaing di pasar lokal maupun di pasar global.

Grafik 1.1
Data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten
Gresik



Sumber : DISKOPERINDAG Kabupaten Gresik

Dari Grafik 1.1 menunjukkan bahwa data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdaftar pada Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (DISKOPERINDAG) di Kabupaten Gresik bahwa setiap tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Permodalan dari DISKOPERINDAG Kabupaten Gresik membuat UMKM di Gresik mengalami peningkatan dan memiliki banyak produk unggul. Salah satu dari produk unggul di Kabupaten Gresik adalah makanan khas Gresik yaitu pengolahan ikan bandeng.

Tabel 1.1
Data Jumlah UMKM Pengolahan Ikan Bandeng Kabupaten Gresik
Tahun 2019

No	Jenis Pengolahan Ikan Bandeng	Jumlah UMKM
1	Otak-Otak Bandeng	15
2	Bandeng Asap	8
3	Bandeng Bakar	10
4	Bandeng Pepes	5
5	Kerupuk Bandeng	4
6	Bandeng Presto	11
Jumlah total		53

Sumber : Dinas Koperasi, Kab. Gresik.

Dilihat dari tabel 1.1 jumlah UMKM Pengolahan Ikan Bandeng yang paling banyak adalah jenis pengolahan otak-otak bandeng. Produk pengolahan ikan bandeng banyak disukai para konsumen karena memiliki rasa yang enak dan gurih, sehingga konsumen banyak yang memutuskan membeli produk pengolahan ikan bandeng. Tingkat pembelian produk pengolahan ikan bandeng sangat dipengaruhi oleh faktor demografis konsumen, yang tidak terlepas dari perilaku pembelian dari konsumennya.

Perilaku pembelian (*purchase behavior*) menurut John A. Howard (2007:144) merupakan tindakan yang nyata dari pembeli dalam membeli suatu produk tertentu. Konsumen memiliki perilaku yang berbeda-beda ketika akan membeli suatu produk. Konsumen akan lebih aktif dalam mencari informasi yang membantu dalam memilih produk yang diinginkan. Sebelum memutuskan untuk membeli, konsumen akan melalui beberapa tahapan mulai pengenalan masalah pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca membeli (Morisso, 2010:181).

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. seperti yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2012:173), bahwa proses pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Faktor-faktor tersebut dalam interaksinya dapat mempengaruhi perilaku konsumen baik secara parsial maupun simultan. Menurut Sumarwan (2011) indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keputusan pembelian adalah: pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan dealer, penetapan waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembayaran. Namun dalam penelitian ini hanya menggunakan 5 indikator yaitu : pemilihan merek, penetapan waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran karena didasarkan pada alasan sesuai dengan objek penelitian beserta karakteristik masyarakat gresik yang biasanya seminggu sekali mengkonsumsi ikan bandeng dan juga sesuai dengan penelitian mengenai keputusan pembelian produk pengolahan ikan bandeng.

Kaitannya dengan pemilihan produk pengolahan ikan bandeng, seseorang lebih memilih makanan yang cepat saji yang sedang tren saat ini untuk mengikuti (*lifestyle*) gaya hidup. Menurut Sopiah dan Sangadji, (2016: 262) Gaya hidup merupakan seseorang yang melakukan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari memutuskan pembelian suatu produk atau jasa dan seseorang yang memanfaatkan waktu luang mereka. Sedangkan menurut Sumarwan (2011:45) Gaya hidup merupakan gambaran dari perilaku seseorang, yaitu bagaimana seseorang tersebut hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan

waktu luang yang dimilikinya. Sedangkan konsep yang terkait gaya hidup adalah psikografik, dimana psikografik merupakan suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup yang memberikan pengukuran kuantitatif. Psikografik sering dikatakan sebagai pengukuran AIO (*Activity, Interest, Opinion*) yang mengacu pada pengukuran kegiatan, minat dan pendapat.

Pernyataan lain mengenai gaya hidup dikemukakan oleh Silvy L. Mandey (2009) dalam penelitiannya mengatakan bahwa gaya hidup merupakan bagian dari perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi tindakan konsumen dalam melakukan pembelian. keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari gaya hidup yang diukur berdasarkan aktivitas dimana seseorang melakukan kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya seperti pekerjaan, hobi, belanja, hiburan, olahraga, dan minat seseorang berdasarkan keinginan terhadap produk yang diinginkan, serta pendapat atau pandangan seseorang terhadap produk yang akan dibeli sehingga dapat mempengaruhi perilaku keputusan konsumen.

Selain dari faktor gaya hidup, keputusan konsumen dalam membeli produk pengolahan ikan bandeng juga dipengaruhi oleh faktor lain yaitu kelompok acuan, Menurut Kotler (2012: 173) kelompok acuan adalah perilaku konsumen dan sikap konsumen yang dipengaruhi secara langsung maupun secara tidak langsung. Penelitian yang dilakukan oleh Salim dan yosi (2017), menunjukkan bahwa kelompok acuan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Yenny Yuniarti (2015) mengatakan bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kelompok acuan akan mempengaruhi seseorang dalam

memilih produk atau merek, karena komunitas tersebut sangat dipercaya sarannya, karena dia memiliki pengetahuan yang lebih baik (Sumarwan,2011). Dengan demikian komunitas berperan penting dalam keputusan pembelian karena komunitas digunakan oleh konsumen sebagai dasar dalam evaluasi produk.

Perilaku individu dipengaruhi oleh kelompok dalam proses pembelian karena dalam kelompok atau komunitas terjadi suatu proses, pertama memberitahu dan mengusahakan agar individu menyadari adanya suatu produk atau merek khusus, kedua memberikan kesempatan pada individu untuk membandingkan pemikirannya sendiri dengan sikap dan perilaku kelompok, ketiga mempengaruhi individu untuk mengambil sikap dan perilaku yang sesuai dengan norma-norma kelompok, keempat membenarkan keputusan untuk memakai produk yang sama dengan kelompok. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (2001) ditemukan 5 indikator yang menunjukkan pengukuran dari kelompok acuan, yaitu : Pengetahuan kelompok acuan mengenai produk, Kredibilitas dari kelompok acuan, Pengalaman dari kelompok acuan, Keaktifan kelompok acuan,dan Daya tarik kelompok acuan.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa kelompok acuan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Purwito (2007) tentang pengaruh faktor budaya, kelas sosial, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian. Dimana hasil dari penelitian ini yaitu faktor budaya, kelas sosial dan kelompok referensi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian.

Keputusan masyarakat membeli produk pengolahan ikan bandeng sangat beragam, bisa karena faktor gaya hidup atau faktor kelompok acuan. Terkait dengan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut. Obyek penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Gresik. dari penjelasan diatas hal yang melatar belakangi peneliti dari permasalahan yang ada adalah dengan banyaknya pelaku UMKM makanan yang bermunculan di Kabupaten Gresik, kenapa pelaku UMKM pengolahan ikan bandeng banyak disukai masyarakat kota Gresik. sehubungan dengan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Peran Gaya dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengolahan Ikan Bandeng di Kabupaten Gresik”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup berperan terhadap keputusan pembelian pada produk UMKM pengolahan ikan bandeng di Kabupaten Gresik?
2. Apakah kelompok acuan berperan terhadap keputusan pembelian pada produk UMKM pengolahan ikan bandeng di Kabupaten Gresik?
3. Apakah gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh pada keputusan pembelian produk UMKM pengolahan ikan bandeng di Kabupaten Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas maka peneliti menenunjukkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gaya hidup berperan terhadap keputusan pembelian pada produk UMKM pengolahan ikan andeng di kabupaten Gresik.
2. Untuk mengetahui kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk UMKM pengolahan ikan bandeng di kabupaten Gresik.
3. Untuk mengetahui gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh pada keputusan pembelian produk UMKM pengolahan ikan bandeng secara simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas maka hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat pada pihak antara lain :

1.4.1 Bagi UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pelaku UMKM khususnya yang bergerak di bidang makanan dan minuman untuk lebih berfokus dalam memperhatikan bagaimana peran dari gaya hidup dan kelompok acuan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga para pelaku usaha dapat mengetahui faktor eksternal keputusan pembelian.

1.4.2 Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama dari sudut pandang gaya hidup dan kelompok acuan terhadap faktor keputusan pembelian, serta dapat digunakan sebagai tambahan dalam refrensi dan rekomendasi bagi penelitan yang akan datang.

1.4.3 Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dilakukan untuk dapat bisa membantu memperluas wawasan berpikir penulis mengenai gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian.