

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan UKM kuliner dikecamatan wonogiri sudah berkembang dengan pesat namun sejak pandemi COVID-19 yang sudah terjadi sejak 2020, tidak hanya berdampak pada kesehatan namun juga berdampak pada perekonomian, pendidikan, sosial, aktifitas keagamaan dan banyak hal lain. Banyak usaha yang gulung tikar dikarenakan pandemi yang menyebabkan perekonomian masyarakat menurun bahkan banyak yang kehilangan pekerjaan sehingga daya beli masyarakat ikut menurun drastis, menurut (Thaha : 2020) salah satu dampak pandemic COVID-19 yang telah menghantam UMKM adalah sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah terdampak pandemi virus corona (Covid-19).

Namun juga masih banyak usaha yang dapat bertahan dengan kondisi saat ini, salah satu usaha yang terdampak langsung dengan pandemi corona yaitu usaha kuliner dengan demikian pelaku usaha kuliner akan tetap berusaha mempertahankan dan mengembangkan usahanya dengan upaya pemasaran agar dapat bertahan sesuai dengan tingkat persaingan yang tinggi. Menurut Wajdi dan Isa (2014 : 455) Pendidikan dan pelatihan merupakan aspek untuk kewirausahaan yang secara signifikan terkait dengan pengetahuan, keterampilan, motivasi, percaya diri dan kemampuan untuk memberikan solusi terhadap sesuatu isu terkait rencana bisnis jangka pendek dan jangka

panjang. Upaya tersebut dapat mempengaruhi calon pembeli agar tertarik dan memutuskan untuk membeli pada pelaku usaha kuliner tersebut.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif, secara nasional pandemi covid-19 ini telah mengakibatkan 92% dari 5.242 orang pekerja sektor pariwisata merasakan kehilangan pekerjaannya dan jenis usaha yang paling terdampak adalah akomodasi sebesar 87,3%, transportasi 9,4%, restoran sebesar 2,4% dan sisanya 0,97% adalah jenis usaha lain-lain yang merasakan kerugian atas pandemi covid-19 seperti souvenir shop, griya spa dan jasa pariwisata lainnya. Ekonomi mengalami penurunan setidaknya untuk paruh pertama tahun ini dan mungkin lebih lama jika tindakan penahanan wabah Covid-19 tidak efektif, Pandemi Covid-19 menyebabkan gangguan pada rantai pasok global, dalam negeri, volatilitas pasar keuangan, guncangan permintaan konsumen dan dampak negatif di sektor-sektor utama seperti perjalanan dan pariwisata (Azman : 2021).

Sebagai objek penelitian penulis melakukan penelitian disekitar obyek wisata waduk gajah mungkur wonogiri yang berlokasi dikecamatan wonogiri, sebagai gambaran umum obyek wisata tersebut merupakan salah satu destinasi wisata unggulan kabupaten wonogiri yang mulai dibangun sejak 1972 dan diresmikan pada 1982, waduk gajah mungkur yang merupakan waduk terbesar ke3 dipulau jawa ini digunakan sebagai pengendali banjir, PLTA, irigasi dan juga destinasi wasata. Sebagai salah satu destinasi wisata

yang terkenal diwonogiri menjadikan masyarakat Wonogiri memanfaatkan kondisi dengan membuka berbagai usaha salah satunya usaha kuliner.

Hal-hal yang dapat menarik calon pembeli untuk memutuskan pembelian menurut penulis berdasarkan hasil penelitian dengan metode kuesioner dan wawancara di lokasi tempat wisata waduk Gajah Mungkur antara lain. Menurut Brosnan, dkk (2021) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan perencanaan pembelian produk yang dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya yaitu produk yang dibutuhkan dalam waktu tertentu, merek dan sikap konsumen dalam mengonsumsi produk tersebut.

Faktor keamanan menjadi hal yang harus diperhatikan di kondisi pandemi saat ini, melihat upaya pemerintah dan kesadaran masyarakat dalam menekan penyebaran virus corona adanya himbauan pemerintah untuk social distancing, stay at home dan work from home selama pandemi serta tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan dan keamanan diri agar terhindar dari tertularnya virus corona sesuai dengan aturan pemerintah antara lain dengan menerapkan protokol kesehatan dan meyakinkan konsumen bahwa upaya tersebut telah dilakukan. Menurut Bigar dan Dwi (2015 : 205) menyatakan jika keamanan terjamin dan dapat diterima serta sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan bersedia membeli dengan perasaan aman.

Menurut Suprihatin (2020 : 63) menyatakan bahwa motivasi pembelian konsumen dibentuk atas kebutuhan konsumen, keputusan pembelian konsumen akan mendasari perilaku konsumen diantaranya :

- a. Wisatawan menuntut jaminan standar kesehatan yang lebih tinggi. Dalam keputusan pembeliannya calon wisatawan akan memastikan aturan protokol kesehatan dalam rangka pencegahan dan pengendalian virus covid-19 pada tempat umum dan tempat usaha pariwisata telah diterapkan dengan baik dan benar, seperti yang ditetapkan pemerintah.
- b. Daerah tujuan dengan status zona hijau dengan jumlah kasus yang rendah akan lebih dipilih untuk dikunjungi.
- c. Pemberian potongan harga akan menjadi pertimbangan konsumen untuk mencapai efisiensi pembelian.
- d. Kelonggaran pemesanan, melihat pandemi yang belum membaik sehingga calon pembeli membutuhkan kelonggaran pemesanan agar rencananya dapat berubah.
- e. Jarak tempuh yang tidak terlalu jauh dengan menghindari keramaian sebagai penerapan physical distancing dianggap cukup efektif dalam mengatasi kecemasan.

Selain faktor keamanan, faktor situasional juga menjadi penentu konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, melihat lokasi wonogiri sebagai jalur penghubung berbagai daerah, menjadikan banyak pengendara yang singgah. Terdapat tiga indikator faktor situasional, yaitu ketersediaan waktu, ketersediaan uang, dan definisi tugas (Makal, 2018:6).

a. Ketersediaan waktu

Ketersediaan waktu sebagai jumlah waktu yang tersedia bagi pembeli saat itu. Konsumen yang memiliki cukup waktu untuk berbelanja akan mengalami sedikit tekanan ketika memilih produk dan memberi perhatian lebih kepada lingkungan toko secara visual yang dapat menghasilkan rasa santai dan respon emosional positif saat berbelanja. Hal ini dapat mendorong terjadinya pembelian secara impulsif. Sebaliknya, konsumen yang tidak memiliki cukup waktu untuk berbelanja akan mengurangi kesempatan untuk melakukan pembelian secara impulsif.

b. Ketersediaan uang

Ketersediaan uang didefinisikan sebagai jumlah anggaran atau uang ekstra yang dimiliki seseorang untuk digunakan saat itu. Konsumen dengan ketersediaan uang yang lebih akan merasa lebih bahagia dan bereaksi lebih positif terhadap perilaku pembelian secara impulsif, dibandingkan dengan mereka yang memiliki ketersediaan uang rendah.

c. Definisi tugas

Tugas atau peran seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk dalam keluarga akan menentukan jenis dan jumlah barang yang akan dibelinya. Jenis dan jumlah barang yang dibeli dapat menjadi lebih banyak saat individu tersebut merespon secara positif emosinya dalam berbelanja. Ketika berbelanja itu merupakan tugas tertentu, konsumen merasa bahagia terhadap pengalaman belanja mereka dan dengan demikian cenderung untuk melakukan pembelian secara impulsif.

Persepsi kualitas juga dapat menarik calon pembeli dikarenakan kualitas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian kembali. Bagi pebisnis menciptakan produk yang memiliki nilai yang baik di mata konsumen merupakan hal penting, karena memberikan informasi mengenai produk yang baik agar konsumen juga mempunyai persepsi yang baik terhadap produk tersebut dan produk tersebut sesuai dengan yang diharapkan konsumen (Mileva:2019).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ditulis maka rumusan yang muncul adalah sebagai berikut.

1. Apakah keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner di Waduk Gajah Mungkur pada masa pandemi Covid-19 ?
2. Apakah situasional berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner di Waduk Gajah Mungkur pada masa pandemi Covid-19 ?
3. Apakah persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner di Waduk Gajah Mungkur pada masa pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka dapat disimpulkan bahwa penulis memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Menganalisis pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner di Waduk Gajah Mungkur pada masa pandemi Covid-19.
2. Menganalisis pengaruh faktor situasional terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner di Waduk Gajah Mungkur pada masa pandemi Covid-19.
3. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen kuliner di Waduk Gajah Mungkur pada masa pandemi Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis :

- a. Diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan landasan dalam penelitian selanjutnya guna memberikan pengetahuan didunia pendidikan Indonesia.

2. Manfaat Praktisi

a. Bagi Akademis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan wawasan bagi pembaca.

b. Bagi pemilik usaha

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan usaha kuliner di Wonogiri.

c. Bagi Konsumen

Diharapkan dengan penelitian ini dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk mengunjungi kliner di wonogiri.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Landasan Teori
 - 1. Keamanan
 - 2. Faktor Situasional
 - 3. Persepsi Kualitas
- B. Penelitian Terdahulu
- C. Kerangka Pemikiran
- D. Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi dan Sampel
 - 1. Populasi
 - 2. Sampel
- D. Jenis dan Sumber Data
- E. Metode Pengumpulan Data
- F. Metode Analisis Data
 - 1. Uji Instrumen
 - 2. Uji Asumsi Klasik
 - 3. Pengujian Hipotesis

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

- A. Diskripsi Responden
- B. Hasil Analisis
- C. Pembahasan

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Keterbatasan Penelitian
- C. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN