

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan pada triwulan III tahun 2022 sebesar 5,72 persen, persentase ini mengalami pertumbuhan sebesar 1,81 persen dibandingkan dengan triwulan sebelumnya. Pertumbuhan ini juga tidak lepas dari berbagai sektor usaha yang ada dan turut menjadi faktor pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia (www.bps.go.id, 2022). Salah satunya adalah sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah, meskipun sempat terpukul oleh adanya Covid-19 akan tetapi kebangkitan sektor UMKM sudah mulai terlihat dari pertumbuhan perekonomian yang ada. Hal ini dikarenakan sektor UMKM selain mampu memberikan sumbangan kontribusi yang sangat besar di dalam pertumbuhan perekonomian nasional, juga turut berperan serta terhadap penyerapan tenaga kerja.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (Rudjito,2003). Dalam proses perkembangannya, usaha mikro, kecil, dan menengah tak lepas dari berbagai faktor pendorongnya, seperti kualitas produk, harga produk, metode pemasaran, dan masih banyak yang lainnya. Berkaca dari hal tersebut penulis tertarik untuk meneliti beberapa hal yang mungkin dapat menjadi faktor pendorong yang signifikan dan dapat berpengaruh terhadap perkembangan usaha

UMKM. Faktor tersebut adalah faktor demografi dan perspektif harga. Dari berbagai faktor pendorong yang ada tentunya memiliki tujuan yang sama yakni untuk meningkatkan daya beli konsumen dan meningkatkan pendapatan usaha.

Demografi adalah studi kependudukan dan mencakup berbagai hal seperti jumlah, persentase kenaikan, jenis kelamin, umur, pekerjaan, kesehatan, angka kelahiran, gaya hidup, perkawinan dan lain-lain hal tentang pendudukan menurut Hardywinoto dan Setiabudhi (2005). Sedangkan menurut Hauser dan Duncan (1995) Demografi adalah ilmu yang mempelajari jumlah, persebaran, teritorial, dan komposisi penduduk serta perubahan-perubahannya dan sebab-sebab perubahan itu, yang biasanya timbul karena fertilitas, mortalitas, gerak teritorial (migrasi) dan mobilitas sosial. Pengertian dari para ahli diatas dapat ditarik beberapa hal yang nantinya dapat berpengaruh terhadap daya beli konsumen, seperti pekerjaan, pendapatan, usia, dan jenis kelamin.

Bukan Hanya demografi, di sisi lain penulis juga tertarik untuk meneliti pengaruh perspektif harga terhadap daya beli konsumen. Seperti yang kita ketahui semakin banyaknya pengusaha pengusaha di sektor UMKM yang tentu meningkatkan daya saing yang semakin ketat terutama masalah penentuan harga. Walaupun masalah harga terkadang tidak menjadi penghalang bagi konsumen untuk melakukan pembelian, karena terkadang ada konsumen yang tidak memandang harga ketika melakukan pembelian melainkan dari sisi kualitas produk, kegunaan produk, dan lain sebagainya. Meskipun begitu perspektif harga tetap saja menjadi bahan yang menarik untuk diteliti, untuk benar-benar

mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Bang Je Food merupakan perusahaan sektor UMKM yang bergerak di bidang produksi dan penjualan produk olahan daging. Beberapa produk yang dihasilkan yaitu pentol daging bumbu sate, dan pentol daging samgor. Bang Je Food juga menyediakan pentol daging beku atau frozen, dan sempol beku atau frozen. Dalam perkembangan bisnisnya Bang Je Food beberapa tahun ke belakang mengalami penurunan laba yang signifikan untuk itu pemilik usaha berinisiatif untuk melakukan pemindahan tempat usaha. Semula Bang Je Food beroperasi di Jalan Irian, Dusun Sumber, Desa Slorok, Kecamatan Garum, Kabupaten Blitar. Kini Bang Je Food sudah beroperasi di tempat yang berbeda yaitu Jalan Abadi, Lingkungan Karangnom, Desa Nglegok, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar. Hal ini juga untuk mengetahui dampak langsung dari penempatan yang strategis yang termasuk dalam poin demografi. Setelah melakukan pemindahan tempat usaha ternyata hal ini cukup berdampak positif terhadap penjualan produk. Dampak dari pemindahan tempat usaha ini perlahan mempengaruhi laba perusahaan yang ikut meningkat perlahan seiring terus meningkatnya daya beli konsumen. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang adanya pengaruh gaya hidup konsumen, demografi dan juga persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk. Maka penulis membuat judul Pengaruh Gaya Hidup, Demografi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus Bang Je Food Nglegok Blitar).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor penyebab yang mempengaruhi perubahan daya beli konsumen. Dalam hal ini penelitian akan berfokus pada pengaruh gaya hidup konsumen, demografi dan juga persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang penulis buat adalah :

1. Apakah gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kedai Bang Je Food?
2. Apakah demografi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kedai Bang Je Food?
3. Apakah persepsi harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kedai Bang Je Food?
4. Apakah gaya hidup, demografi, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kedai Bang Je Food?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang penulis ingin capai ialah

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian produk pada Kedai Bang Je Food Nglegok Blitar.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh demografi terhadap keputusan pembelian produk pada Kedai Bang Je Food Nglegok Blitar.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk pada Kedai Bang Je Food Nglegok Blitar.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup, demografi, dan persepsi harga secara simultan terhadap keputusan pembelian di Kedai Bang Je Food.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat meningkatkan wawasan dan ilmu pengetahuan serta merupakan bentuk penerapan teori terutama di bidang ilmu manajemen yang selama ini telah dipelajari di bangku kuliah, sehingga penulis mampu dan memiliki pengalaman dalam pengaplikasian ilmu yang didapat selama duduk di bangku perkuliahan dengan kondisi nyata di dalam perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan mengenai langkah-langkah kedepannya baik itu dari segi pemasaran, operasional, maupun produksi demi keberlangsungan perkembangan perusahaan.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai tambahan sumber informasi dan ilmu pengetahuan terutama mengenai pengaruh demografi, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk, serta dapat dijadikan sebagai sumber referensi penelitian bagi peneliti yang memiliki fokus permasalahan yang sama.