

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wabah virus corona sedang melanda banyak Negara di belahan dunia, termasuk Indonesia. Penyakit virus corona (Covid-19) adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus *SARS-CoV-2*.¹ Dalam merespon adanya virus corona ini, pemerintah menetapkan kebijakan Penetapan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan PSBB ini membatasi berbagai kegiatan sosial seperti, pemberlakuan libur sekolah, menutup tempat wisata atau hiburan dan perbelanjaan secara keseluruhan termasuk juga kebijakan bekerja di rumah atau *Work From Home* (WFH). Selain PSBB pemerintah juga memberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), PPKM ini diberlakukan untuk menekan atau membendung laju kenaikan angka positif Covid-19. Sampai saat ini pemerintah pernah memberlakukan PPKM Level 1 sampai dengan Level 4.²

Pemberlakuan PSSB maupun PPKM tentu ada konsekuensi yang dialami dalam ekonomi yaitu, perubahan perilaku konsumen. Yang mana Perilaku konsumen tersebut tidak lain adalah jenis gerakan atau kegiatan yang selalu dilakukan setiap individu yang berhubungan dengan barang maupun jasa, membeli atau pembelian dan juga pemakaian produk.³ Hal ini diakibatkan karena dalam kebijakan PSBB ataupun PPKM melarang konsumen agar tidak keluar rumah selama PSBB atau PPKM diberlakukan.

¹ Mulyiddin, *Covid-19, New Normal dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia*, (*The Indonesian Journal Development Planning*), Volume IV, No. 2, 2020.

² Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, Inmendagri Nomor 25 Tahun 2021 Tentang PPKM.

³ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen, Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018), h. 1-3.

Selain itu, Perilaku konsumen merupakan proses yang rumit dan kompleks yang melibatkan kegiatan ketika mencari, memilih, membeli, menggunakan dan mengevaluasi produk dan jasa dengan tujuan memuaskan kebutuhan, hasrat dan keinginan.⁴ Dalam proses pencarian saat ini, konsumen lebih memilih menggunakan aplikasi yang dapat menunjang dalam melakukan proses pencarian itu sendiri. Kemudian masuk pada fase memilih, setelah melakukan proses pencarian, kemudian konsumen melakukan pemilihan atau memilih barang yang akan mereka beli. Jika biasanya konsumen memilih barang secara langsung namun saat ini diharuskan memilih dengan menggunakan aplikasi tentu ini akan berdampak pada kesan yang berbeda atau juga mengakibatkan kebingungan terhadap barang maupun jasa yang akan mereka beli, dikarenakan mereka tidak tahu barang tersebut bagus atau tidak. Ini disebabkan adanya PPKM yang diberlakukan oleh pemerintah yang kemudian berdampak pada pola konsumsi masyarakat. Dengan kata lain, perilaku konsumen dapat dikatakan atau diartikan sebagai studi unit dan siklus dinamis yang terlibat dengan mendapatkan, menggunakan dan membeli serta memutuskan barang dagangan.⁵

Perubahan perilaku konsumen yang terjadi di kalangan masyarakat dapat menimbulkan pola konsumsi atau pola transaksi yang berubah. Dalam kondisi normal konsumen membeli makanan secara langsung atau makan ditempat. Namun dikarenakan pandemi Covid-19 terjadi merubah pola konsumsi masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi secara *offline* berubah menjadi *online*. Perubahan pola perilaku keputusan membeli yang dilakukan secara *online* dapat menyebabkan menurunnya jumlah pelanggan

⁴ Purboyo, dkk, *Perilaku Konsumen, Tinjauan Konseptual dan Praktis*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), h. 1.

⁵ Sangadji dan Sopiah, *Definisi Perilaku Konsumen, Buku Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), h. 7.

dan juga jumlah pendapatan yang dialami setiap pelaku usaha pasti akan berbeda dibandingkan dengan kondisi normal pada saat sebelumnya dikarenakan pembelian secara *online* mempunyai banyak pilihan, calon pelanggan dapat memilih dari rumah makan satu ke rumah makan yang lainnya sehingga mengurangi peluang untuk mendapatkan pelanggan seperti pada halnya dalam kondisi normal. Pendapatan menjadi tolak ukur yang sangat penting bagi usaha pada kondisi pandemi Covid-19, hal ini dikarenakan sanggup ataupun tidak bertahan suatu usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam pasar di masa pandemi bisa disebabkan oleh pendapatan pelaku usaha tersebut. Jika nanti pelaku usaha tidak sanggup bertahan dalam pasar pasti akan gulung tikar bersama dengan pelaku usaha lainnya.

Merebaknya pandemi Covid-19 mengharuskan sektor usaha atau sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah.⁶ UMKM sebagai salah satu penyumbang PDB terbesar dan juga dapat menciptakan lapangan kerja yang cukup luas bagi masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan data yang ada pada Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, bahwa data pada tahun 2018 menunjukkan jumlah unit usaha UMKM 99,9% dari total unit usaha atau 62,9 juta unit. UMKM menyerap 97% dari total penyerapan tenaga kerja, 89% di antaranya ada di sektor mikro, dan menyumbang 60% terhadap produk domestik bruto.⁷

Tidak sedikit pula pelaku usaha yang mengalami kerugian pada masa pandemi ini, namun ada juga pelaku usaha yang tetap membuka tempat usahanya dikarenakan mereka harus tetap membayar operasional yang ada,

⁶ Rais Agil Bahtiar, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Serta Solusinya", *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI Vol. XIII, No.10*, Mei, 2021, h. 20.

⁷ Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah 2018*, <http://kemenkopukm.go.id>. (diakses pada tanggal 1 September 2022 Pukul 21.57).

sedangkan tempat usaha yang dikelola tidak menghasilkan apapun karena penutupan yang dilakukan oleh pemerintah. Salah satu pelaku usaha yang terdampak pandemi adalah Rumah Makan Hj. Yuyun. Ibu Yuyun, pemilik mengatakan semenjak terjadinya pandemi pelanggannya semakin jarang datang dan pendapatannya juga semakin menurun. Disamping itu meskipun banyak pelaku usaha yang mengalami kerugian akibat menurunnya pendapatan, namun masih banyak seseorang yang ingin memulai untuk membuka bisnis baru di masa pandemi Covid-19 ini dengan harapan dapat mempertahankan perekonomiannya.⁸

Berdasarkan fenomena yang telah terjadi pada berbagai usaha khususnya rumah makan dapat disimpulkan bahwa semenjak pandemi Covid-19 mengakibatkan banyak pelaku usaha atau UMKM yang mengalami penurunan jumlah pendapatan. Penurunan jumlah pendapatan ini dikarenakan banyak hal, diantaranya adalah banyaknya masyarakat yang terkena virus Covid-19, adanya pembatasan sosial yang dilakukan oleh pemerintah mulai dari PSBB, PPKM dan WFH, selain itu adanya perubahan perilaku konsumen dimana orang-orang lebih memilih memasak makanannya sendiri atau memesan lewat *online* melalui *Go Food*, *Shoope Food*, *Grab Food* ataupun yang lainnya. Pada akhirnya fenomena tersebut berakibat pada penambahan persaingan usaha menjadi semakin banyak, sehingga konsumen akan memilih beralih karna semakin variatifnya pilihan yang ada.

Fenomena diatas membuat peneliti ingin menelusuri lebih jauh mengenai perubahan yang terjadi di masyarakat khususnya tentang perilaku konsumen. Oleh karena itu, penulis membuat penelitian dengan judul sebagai berikut: **“Pengaruh Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan (Studi di Rumah Makan Hj. Yuyun Di Kresek, Balaraja)”**.

⁸ Ibu Ayunah, Pemilik Rumah Makan Hj.Yuyun Kresek, Balaraja, wawancara di rumahmakannya, tanggal 1 April 2022.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi yang muncul yaitu:

1. Terdapat perubahan pola perilaku konsumen dalam pembelian dimasa pandemi Covid-19 akibat kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah.
2. Menurunnya pendapatan pelaku usaha yang diakibatkan oleh pandemic Covid-19.
3. Terdapat perbedaan pendapatan yang signifikan sebelum dan selama pandemi Covid-19.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu luas, maka peneliti membuat batasan masalah mengenai topik yang akan diteliti yaitu, dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitian pada permasalahan perubahan perilaku konsumen di Rumah Makan Hj.Yuyun Kresek, Balaraja.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka penulis mengajukan rumusan masalah yaitu, Bagaimana pengaruh perubahan perilaku konsumen sebelum dan selama pandemi terhadap pendapatan Rumah Makan Hj. Yuyun.?

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh perubahan perilaku konsumen sebelum dan selama pandemi terhadap pendapatan Rumah Makan Hj. Yuyun.

F. Manfaat Penelitian

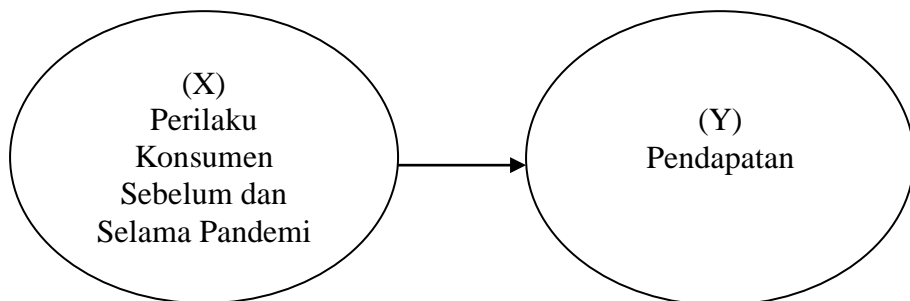
1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan, informasi, pemikiran, dan ilmu pengetahuan kepada pihak lain yang berkepentingan.

- b. Sebagai bahan acuan dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yang akan juga meneliti tentang analisis perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian dimasa pandemi covid-19.
2. Manfaat Praktisi
- a. Bagi pembaca
Diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan referensi.
 - b. Bagi Penulis atau peneliti
Sebagai alat untuk menambah wawasan dan pengalaman penulis. Serta penelitian ini juga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Ekonomi Syariah, di Universitas Islam Negeri SMH Banten.
 - c. Bagi Perusahaan
Bagi Rumah Makan HJ. Yuyun agar dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi terkait dengan hal-hal yang berhubungan dengan perilaku konsumen
 - d. Bagi Perguruan Tinggi
Penelitian ini dapat menjadikan referensi, bahan perbandingan penelitian lain, dan memberikan saran peneliti tentang jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri SMH Banten.

G. Kerangka Berfikir

Merebaknya kasus pandemi Covid-19 di Indonesia menyebabkan banyaknya masyarakat yang terkena virus Covid-19 yang kemudian pemerintah melakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) untuk menekan jumlah penyebaran Covid-19. Tidak hanya itu saja, pemerintah juga melakukan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) dan juga *Work From Home* (WFH). Tentu saja ini akan berdampak pada perubahan perilaku konsumen yang terjadi dikalangan masyarakat. Perilaku konsumen

ini merupakan suatu hal yang umum kita dapati di kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumen juga dapat dikatakan sebagai pelengkap kegiatan ekonomi. Dalam dunia pemasaran, perilaku konsumen sangatlah penting untuk keberlangsungan UMKM. Pemahaman mengenai perilaku konsumen sangat dibutuhkan untuk dapat memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan seorang konsumen menjadi lebih baik. Perubahan pola perilaku konsumen yang terjadi akibat pandemi Covid-19 akan membuat konsumen melakukan transaksi pembelian secara *online*. Hal ini berakibat pada banyaknya pilihan yang didapatkan oleh para calon pembeli, sehingga tidak menutup kemungkinan pembeli akan beralih pada produk makanan yang lain. Sehingga transaksi jual beli makanan ataupun pembelian makanan pada sebagian pelaku usaha mengalami penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan. Bahkan beberapa rumah makan ataupun pelaku usaha mengalami gulung tikar atau tutup usaha selama merebaknya pandemi Covid-19. Dalam penelitian ini kerangka berfikir yang muncul adalah sebagai berikut:



H. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan dan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan (Studi di Rumah Makan Ibu Hj. Yuyun di Kresek, Balaraja)” disusun dengan menggunakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat/Signifikansi Penelitian, Kerangka Berfikir dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka

Kajian pustaka menjelaskan tentang teori teori, kerangka berfikir, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian menjelaskan mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. hipotesis penelitian.

Bab IV Pembahasan dan Hasil Penelitian

Pembahasan dan Hasil Penelitian menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, dan pengujian data yang ditarik kesimpulannya dengan disertai pembahasan.

Bab V Penutup

Penutup menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang disampaikan penulis terkait dengan kesimpulan yang telah dibuat.