

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perubahan bentuk tatanan sosial terjadi dalam waktu yang singkat pada era pandemi Covid-19 seperti sekarang ini membuat masyarakat harus adaptif terhadap berbagai bentuk tatanan sosial. Kondisi masyarakat yang belum siap menerima perubahan akibat pandemi Covid-19 menyebabkan disorganisasi sosial di segala aspek kehidupan masyarakat. Hal ini dikarenakan nilai dan norma sosial yang telah berkembang dan dianut oleh masyarakat selama ini goyah akibat ketidaksiapan masyarakat dalam menghadapi pandemi Covid-19. Sejumlah tata nilai dan norma lama harus ditata ulang kembali untuk menghasilkan sistem sosial yang baru. Bentuk dari tata aturan baru pada era pandemi ini ditandai dengan adanya himbauan dari pemerintah untuk belajar, bekerja dan beribadah di rumah sejak adanya *Coronavirus Disease 2019* atau Covid-19 di Indonesia. Pola kebiasaan masyarakat yang senang berkumpul dan bersalaman kini dituntut untuk terbiasa melakukan pembatasan sosial. Kebijakan *psysical distancing* juga diterapkan dalam tata aturan baru untuk mengatur perilaku dan kebiasaan masyarakat agar menjaga jarak fisik saat melakukan proses interaksi sosial dengan masyarakat yang lainnya. Kondisi normal baru menyebabkan perubahan sosial yang menekankan pada perubahan perilaku untuk tetap menjalankan aktivitas secara normal, namun tetap mematuhi protokol kesehatan. Penerapan normal baru harus disertai dengan

kedisiplinan masyarakat yang tinggi dengan cara membiasakan diri untuk disiplin mematuhi protokol kesehatan dalam melakukan aktivitas sosial agar penerapan normal baru dapat berjalan dengan maksimal (Ivan, 2020).

Kunci utama untuk memutus mata rantai penularan Covid-19 adalah mematuhi protokol kesehatan. Pemerintah menetapkan protokol kesehatan dengan cara 3M yaitu memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak. Hasil penelitian Universitas Indonesia menunjukkan bahwa mencuci tangan dengan sabun menurunkan risiko penularan 35%, memakai masker kain menurunkan risiko penularan 45%, memakai masker bedah 70% dan menjaga jarak minimal 1 meter bisa menurunkan risiko penularan virus Covid-19 sebanyak 85%. Pelaksanaan 3M harus dilaksanakan dengan benar dan tidak asal-asalan. Seperti halnya kata dokter Reisa Broto Asmoro yang mengingatkan menggunakan masker yang baik dan benar yaitu menutupi bagian hidung sampai dagu. Banyak masyarakat yang kurang memahami cara penggunaan masker, terkadang masker hanya digunakan untuk menutupi bagian dagu dan ada juga yang mengalungkan masker di bagian leher. Ketika beraktivitas di luar rumah sebaiknya masyarakat membawa lebih dari satu masker. Penggunaan masker lebih efektif jika diganti setiap empat jam pemakaian (Rismawan, 2020).

Peraturan wajib memakai masker ini diberlakukan sejak pandemi Covid-19 merebak di seluruh dunia. Menurut Reisa Broto Asmoro dari Tim Gugus Tugas Percepatan Penangan Covid-19 ada tiga jenis masker yang umum digunakan yaitu masker kain, masker bedah dan masker N95. Reisa Broto Asmoro juga menjelaskan bahwa masker kain yang direkomendasikan memiliki

tiga lapisan kain, lapisan pertama adalah lapisan kain hidrofilik seperti katun yang dilapisi oleh lapisan kedua berupa katun atau polyester yang mendukung filtrasi lebih optimal dan lapisan ketiga atau lapisan terluar adalah lapisan hidropobik atau bersifat anti air seperti polypropylene dan polyester (Tolok, 2020).

Penjualan masker pada era pandemi mengalami peningkatan yang sangat drastis, terutama penjualan masker di apotek hingga stok masker menjadi langka dan harga masker menjadi naik. Tingginya permintaan masker merupakan penyebab utama naiknya harga masker. Hal ini juga berpengaruh pada naiknya harga masker di pengecer dan distributor. Bahkan ada beberapa apotek yang kehabisan stok masker hanya dalam waktu satu hari. Kekhawatiran masyarakat di berbagai daerah terhadap virus Covid-19 juga menyebabkan semakin meningkatnya kebutuhan masker sehingga harga masker naik dan terjadi kelangkaan masker. Meskipun harga masker naik tidak mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat saat membeli masker karena masker merupakan barang wajib yang harus dimiliki masyarakat untuk mencegah terjadinya penularan virus Covid-19 (Nugroho, 2020).

Atribut produk masker seperti fitur, kualitas, kemasan, merek, pelayanan dan desain masker menjadi bahan pertimbangan para pelanggan masker dalam pengambilan keputusan saat membeli masker. Unsur-unsur yang terdapat dalam atribut masker tersebut menjadi pembeda sebuah produk sehingga memberikan nilai tambah dan manfaat pada sebuah produk. Dari beragam unsur dalam atribut produk tersebut, desain masker yang paling berpengaruh pada keputusan

pembelian masker. Kotler dan Armstrong (2012) mendefinisikan atribut produk sebagai pengembangan produk atau jasa melibatkan manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut. Ketika melakukan pembelian masker, atribut produk yang diperhatikan oleh pelanggan yaitu desain masker. Daya tarik dari desain masker menjadi hal utama dalam sebuah pengambilan keputusan. Kini para penjual masker berlomba-lomba untuk membuat berbagai desain masker yang inovatif agar para pelanggan tertarik dengan masker yang dijualnya. Pengaruh besar dari atribut produk mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap keputusan pembelian sebuah produk seperti halnya masker ini. Kesuksesan suatu produk di pasaran ditentukan oleh kemampuan manajemen penjual masker untuk meletakkan posisi produk melalui atribut produk yang dimiliki secara tepat di pasar. Jika atribut produk masker sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan, maka produk masker tersebut dianggap cocok oleh pelanggan untuk memenuhi barang yang dibutuhkannya dan produk masker tersebut menjadi sebuah produk yang berhasil di pasaran (Riadi, 2018).

Bagi para desainer kehadiran masker kain menjadi peluang bisnis tersendiri karena pada saat awal adanya pandemi para desainer sempat mengalami penurunan penjualan. Seorang desainer asal Aceh yang mempunyai label *fashion* Ija Kroeng bernama Khairul Fajri Yahya mengungkapkan bahwa pada saat awal pandemi tidak ada penjualan kemudian melihat peluang masker kain. Khairul membuat pola baru yang *simple*, mudah, sederhana dan *fashionable* untuk masker buatannya. Salah satu produk masker Khairul yang mengalami kenaikan penjualan yaitu masker inisial pengantin dan dijadikan

sebagai *souvenir*. Philip Iswardono juga merasakan dampak positif dari penjualan masker pada era pandemi. Penjualan masker yang dilakukan oleh desainer ini mencapai 1 juta rupiah, karena terbuat dari tenun langka. Karyakaryanya juga sempat diekspor ke Singapura hingga Australia. Kenaikan omset yang diperoleh Philip sebesar 50 persen dari penjualan masker. Berawal dari pembagian masker kain dengan motif desain dan batik yang dibagikannya hingga ia menerima banyak pesanan seperti sekarang. Desainer Hannie Hananto dan Riri Rengganis juga mengalami kenaikan omset penjualan masker yang tak di sangka-sangka pada era pandemi. Masker kain dengan beragam desain yang *fashionable* menjadi peluang bisnis bagi para desainer dalam menghadapi pandemi Covid-19. Adanya beragam pilihan desain masker pada era pandemi seperti sekarang ini juga mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat ketika membeli masker. Terutama bagi kalangan anak-anak muda yang suka memilih desain masker, desain masker sangat mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Sari, 2020).

Penyebab terjadinya fenomena kenaikan harga masker ini karena adanya penetapan harga (*price fixing*) secara bersama-sama yang dilakukan oleh para penjual masker *online* dan *offline* sehingga terjadi kenaikan harga masker di beberapa daerah. Kenaikan harga masker yang terjadi pada era pandemi mulai dari lima hingga sepuluh kali lipat dari harga asalnya. Di antara produsen masker yang menguasai keseluruhan pasar di Indonesia juga bisa terjadi *price fixing*, dapat dilihat dari hampir keseluruhan daerah yang mengalami kenaikan harga masker. Namun, hal ini bukanlah bukti yang kuat terjadinya *price fixing*

di antara para produsen masker. Untuk membuktikan terjadinya *price fixing* di antara produsen masker harus ada bukti dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Ada juga kemungkinan lain yang menyebabkan kenaikan harga masker di berbagai daerah yaitu terjadinya *market shortage*, dimana permintaan barang tidak seimbang dengan ketersediaan barang sehingga menyebabkan kenaikan harga masker. Permintaan masker yang sangat tinggi pada era pandemi menyebabkan terjadinya kelangkaan stok masker di berbagai daerah dan kenaikan harga masker yang ekstrim. Jika harga masker terus naik dan terjadi kelangkaan masker, maka akan merugikan para produsen masker dan juga membuat masyarakat kesulitan mencari masker dengan harga yang terjangkau karena dari segi ekonomi banyak masyarakat yang ekonominya menengah ke bawah. Perlu adanya kebijakan dari pemerintah untuk menurunkan kembali harga masker dengan cara menetapkan batas harga atau membatasi harga eceran yang direkomendasikan untuk penjualan masker di berbagai daerah. Bantuan masker kepada masyarakat yang kurang mampu juga perlu dilakukan oleh pemerintah agar penerapan normal baru dapat berjalan dengan maksimal. Para produsen masker harus meningkatkan dan memaksimalkan jumlah produksi masker tanpa menaikkan harga. Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) wajib menginvestigasi kemungkinan adanya perjanjian *price fixing* antara produsen masker. KPPU juga wajib menghukum para produsen masker tersebut dan membatalkan perjanjian *price fixing* di antara para produsen masker jika terbukti terjadi *price fixing*. Dengan begitu, harga masker di berbagai daerah akan

kembali normal dan masyarakat terhindar dari penularan virus Covid-19 (Riady, 2020).

Pendekatan ilmu yang digunakan dalam skripsi ini mengarah kepada penelitian sebelumnya. Hasil penelitian Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), Guntur Saragih menjelaskan bahwa investigasi kelangkaan masker yang melibatkan 6 kantor wilayah KPPU yaitu di Medan, Lampung, Bandung, Surabaya, Balikpapan dan Makassar tidak ditemukan adanya pelanggaran persaingan usaha terkait naiknya harga masker. Kenaikan harga masker disebabkan oleh tingginya permintaan masyarakat sedangkan jumlah masker yang tersedia jumlahnya tidak seimbang dengan permintaan masker yang terus meningkat. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh para penjual masker yang mencari untung. Penjual masker eceran menaikkan harga masker untuk mencari untung, jadi kenaikan harga masker bukan berasal dari para produsen dan distributor masker. Menurut Guntur sampai saat ini belum ada pelanggaran kenaikan harga masker karena hanya terjadi di penjual eceran yang tergolong usaha kecil. Jika ada produsen yang menaikkan harga masker masyarakat dihimbau oleh KPPU untuk melaporkannya. Pelaku usaha atau produsen tersebut bisa terancam denda hingga 25 miliar sesuai dengan UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli seperti praktik kartel, menahan produksi dan lainnya (Sutiawan, 2020).

Batasan umum yang akan diteliti dalam proposal skripsi ini mengenai keputusan pembelian masker di apotek dan toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang. Keputusan pembelian masker ini berdasarkan

pengaruh harga masker dan atribut produk masker yang beragam pada saat para pelanggan membeli masker. Terutama pengaruh kenaikan harga masker yang sedang terjadi pada saat ini. Selain itu, atribut produk masker yang beragam juga menjadi pertimbangan pelanggan dalam membuat keputusan pembelian masker. Sebelum membuat keputusan pembelian terhadap sebuah produk, pelanggan seringkali mencari informasi terkait barang yang akan dibelinya baru setelah itu pembeli membuat keputusan pembelian terhadap barang yang akan dibelinya. Berbagai upaya penjual masker untuk menarik minat masyarakat terhadap masker sangat mempengaruhi keputusan pembelian masker, maka dari itu terjadi kenaikan harga masker di berbagai daerah dan muncul beragam atribut produk masker yang menarik. Salah satu unsur atribut produk yang menarik minat para pelanggan masker yaitu desain masker yang beragam, mulai dari masker batik hingga masker karakter untuk anak-anak. Sehingga terjadi persaingan dalam kenaikan harga masker antara penjual masker eceran yang menyebabkan kelangkaan masker pada era pandemi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diteliti, antara lain:

- a. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker?
- b. Apakah atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker?

- c. Apakah harga dan atribut produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian masker?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai, antara lain:

- a. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker.
- b. Untuk mengetahui apakah atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker.
- c. Untuk mengetahui apakah harga dan atribut produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian masker.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat yang ingin dicapai, antara lain:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu manajemen pemasaran tentang pengaruh harga dan atribut produk masker terhadap keputusan pembelian masker.
- 2) Hasil penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan untuk mempertimbangkan kembali harga masker yang terjangkau dan pengaruh atribut produk masker terhadap keputusan pembelian masker.
- 3) Hasil penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan informasi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan

pengaruh harga dan atribut produk masker terhadap keputusan pembelian masker.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Hasil penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis tentang pengaruh harga dan atribut produk masker terhadap keputusan pembelian masker.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk mempertimbangkan kembali harga masker yang terjangkau dan pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian masker.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan informasi bagi penelitian selanjutnya agar bisa dikembangkan kembali menjadi penelitian yang lebih sempurna.

4) Bagi Konsumen

Hasil penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang harga masker dan atribut produk masker yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker.