

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada Desember tahun 2019 dunia digemparkan terkait kasus wabah virus baru serupa *pneumonia* yang berasal dari Wuhan, China (Johnson, 2020). Adanya wabah virus tersebut disebabkan oleh virus corona atau biasa dikenal sebagai Covid-19 (*Corona Virus Disease-2019*). Virus tersebut mempunyai karakteristik tingkat penyebaran dan penularan yang tinggi sehingga kemunculannya menarik perhatian global dan membuat WHO (*World Health Organization*) pada Januari 2020 menginformasikan bahwa virus ini dinyatakan sebagai penyakit darurat kesehatan global dan menjadi sorotan internasional (Dong et al., 2020). Virus ini mewabah di Indonesia sejak awal Maret 2020 dan menyebabkan sebanyak 17.276 jiwa terkonfirmasi positif virus corona yang terjadi di 34 Provinsi, serta 415 kabupaten/kota (Gugus Tugas Percepatan Penanganan covid-19, 2020).

Covid-19 (*Corona Virus Disease-2019*) yakni virus baru di tubuh manusia yang sebelumnya tidak pernah terdeteksi. Virus ini merupakan zoonosis (ditularkan melalui hewan ke manusia), Dugaan sementara virus ini berasal dari pasar hewan dan makanan laut yang terdapat di kota Wuhan, China. Informasi yang didapatkan mengatakan bahwa virus tersebut berasal dari hewan seperti kelelawar (Suni, 2020). Hal inipun diperkuat dengan adanya hasil penelitian dari WHO (*World Health Organization*) yang memakan waktu selama empat pekan di Wuhan, China untuk meneliti virus tersebut dan mendapatkan hasil bahwa terdapat dugaan kuat virus

corona berasal dari hewan kelelawar (Liputan6.com, 2021). Salah satu karakteristik virus ini yakni dapat menyebar dari satu manusia ke manusia lain melalui (*droplet*) percikan batuk/air liur, selain itu orang yang paling beresiko tertular merupakan orang yang memiliki kontak erat dengan pasien terkonfirmasi positif Covid-19 sampai yang merawat pasien Covid-19 (Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Seperti penyakit lain, virus tersebut juga memiliki gejala oleh orang yang terkonfirmasi, salah satu gejalanya berupa batuk rejan dengan intensitas tinggi dalam kurun waktu 24 jam, gangguan pada pernafasan, hingga kehilangan indera perasa dan penciuman (Zendrato, 2020). Virus tersebut memiliki masa inkubasi 5 sampai dengan 6 hari untuk gejala awal yaitu demam, batuk dan gangguan pernafasan (Putri, 2020). Akan tetapi, orang dengan kasus terparah dapat menyebabkan penyakit lainnya seperti peradangan pada paru-paru (*pneumonia*), gangguan pernafasan akut (*acute respiratory failure*), dan ARDS (*acute respiratory distress syndrome*). Selain itu orang yang terinfeksi virus ini dapat menimbulkan penyakit komplikasi seperti gagal ginjal, kerusakan hati, hingga kerusakan jantung (Zendrato, 2020).

Sejak terkonfirmasi kasus positif yang pertama di Indonesia, Pemerintah Indonesia melakukan berbagai upaya guna menekan laju penyebaran dan penularan. (Gugas Tagas Percepatan Penanganan COVID-19, 2020).



Sumber : *Kementrian Kesehatan, Beritasatu Research*

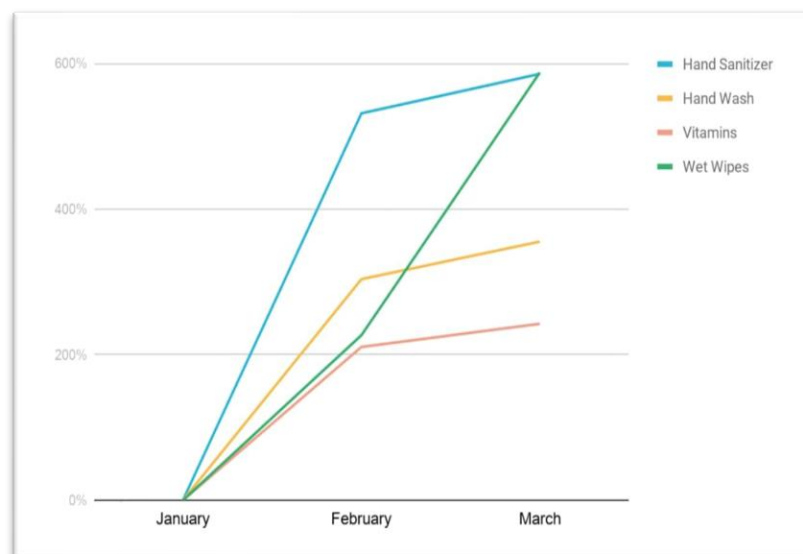
Gambar I. 1

Kasus Covid-19 Di Indonesia Periode Maret 2020-Mei 2021

Seperti yang terlihat pada gambar I.1 melonjak nya kasus virus corona di Indonesia dari Maret 2020 hingga Mei 2021 mengakibatkan masyarakat harus mematuhi aturan dari pemerintah untuk menekan laju penyebaran, masyarakat diwajibkan mematuhi serta melaksanakan protokol kesehatan 3M yakni menggunakan masker, rajin mencuci tangan dengan sabun serta menjaga kontak fisik dengan orang lain (Sari, 2021). Di dalam situasi seperti Covid-19 pemenuhan kebutuhan masker dan *handsanitizer* menjadi prioritas dan terdepan (Dewi, 2020). Terciptanya pemenuhan kebutuhan konsumen berlanjut pada keputusan pembelian sebuah produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2018) penjelasan dari keputusan pembelian ialah elemen dari perilaku konsumen yang merupakan pembelajaran mengenai individu, kelompok ataupun organisasi yg melakukan pemilihan, membeli, serta menggunakan barang atau pengalaman untuk memuaskan

kebutuhan. Sedangkan menurut Sussanto (2016) Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan bagi konsumen dalam melalui tahapan guna melakukan pembelian suatu produk.

Menurut Assauri (2014) keputusan pembelian disebabkan pula oleh kebiasaan. Kebiasaan pola pemakaian *handsanitizer* yang berubah dengan adanya pandemi Covid-19 mengharuskan konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap produk *handsanitizer*. Hal ini membuat banyak nya peningkatan permintaan pada produk kesehatan khususnya *handsanitizer* yang menjadi kebutuhan utama di masa pandemi.



Sumber : detik.com

Gambar I. 2

Grafik Penjualan Produk Kesehatan Selama Wabah Covid-19

Hal ini dapat dibuktikan dari gambar I.2 yang dilansir dari detik.com bahwa wabah ini menimbulkan dampak penjualan produk kesehatan terutama *handsanitizer* di *e-commerce* meningkat sampai dengan 500%. Adanya keputusan

pembelian yang dilakukan konsumen ini berdampak pada permintaan yang cukup tinggi.

Di masa pandemi Covid-19 seperti ini, adanya fenomena *panic buying* di masyarakat menjadikan ketidakseimbangan jumlah stock barang yang tersedia dengan yang dibutuhkan, tidak hanya perihal keputusan pembelian yang dilakukan konsumen saja tetapi hal tersebut juga mengakibatkan harga melambung tinggi (detik.com, 2020). Harga ialah aspek yang krusial dan penting terhadap persepsi pembeli karena memiliki dampak terhadap kinerja finansial, harga juga merupakan elemen penting dari suatu kegiatan pemasaran (Armahadyani., 2018).



Gambar I. 3

Kasus Naiknya Harga Handsanitizer

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Aptaguna & Pitaloka (2016) harga merupakan banyak nya jumlah atau nilai yang wajib dibayar oleh konsumen guna memperoleh suatu produk. Dalam kasus wabah Covid-19 seperti ini, meningkatnya keputusan pembelian pada produk kesehatan terkhusus *handsanitizer* juga berpengaruh pada harga penjualan dan kelangkaan produk disebabkan harga menjadi faktor penentu konsumen (Susanti & Gunawan, 2019). Hal ini juga didukung pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Venessa, 2017), mendapatkan hasil penelitian bahwa variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian. Serta penelitian terdahulu yang dilakukan (Armahadyani, 2018) juga menunjukkan adanya pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian.

Antis adalah salah satu merek *handsanitizer*. Antis menjadi begitu populer di masa pandemi seperti ini dikarenakan masyarakat banyak mencari produk tersebut. Antis ini dikenal sebagai produk *handsanitizer* yang berpengaruh untuk membunuh virus serta kuman ditangan. Harga yang ditawarkan untuk *handsanitizer* ini pun terbilang murah sesuai dengan kualitas yang didapatkan oleh konsumen. *Handsanitizer* Antis mudah dibawa, karena memiliki ukuran yang sesuai dengan kantung baju ataupun tas. Sehingga pada masa pandemi *handsanitizer* Antis sangat membantu masyarakat. Ketika melakukan aktivitas diluar rumah pemerintah menyarankan untuk membawa *handsanitizer* guna mengantisipasi terjadinya penularan virus covid-19.

Perusahaan *fast moving consumer goods* (FMCG) yaitu Enesis Group menghasilkan produk kesehatan seperti Antis Antiseptic mengalami lonjakan penjualan mencapai 72.000 produk habis dalam rentang waktu 42 menit di

e-commerce. Mengetahui produknya habis di beberapa gerai supermarket dan minimarket, Antis sigap dalam berupaya untuk meningkatkan produksi lebih dari 10 kali lipat, lebih daripada produksi normal. (Tirto.id, 2020).



Sumber : tokopedia.com

Gambar I. 3

Produk Handsanitizer Antis

Selain itu, didukung dengan anjuran dari WHO (*World Health Organization*) dan beberapa institusi dalam menghadapi virus corona salah satu nya memakai produk handsanitizer dengan kadar alcohol mencapai 70%, yang sesuai dengan kadar alcohol yang terdapat pada *handsanitizer* merek Antis (Tirto.id, 2020). Antis sebagai salah satu produk handsanitizer yang memenuhi standarisasi persyaratan oleh Kementerian Kesehatan dari tahun 1999. Hal ini yang menyebabkan lonjakan pada penjualan *online* maupun *offline* produk Antis. Terdapat kecenderungan dalam memilih harga murah di situasi Covid-19 juga menjadi prioritas konsumen.

Dalam menghadapi situasi pandemi covid-19 Antis salah satu *handsanitizer* yang paling banyak diburu konsumen dikarenakan harga nya yang murah dan tidak mengalami kenaikan signifikan, hal ini dibuktikan dengan Antis yang memproduksi sepuluh kali lipat produknya dimasa pandemi covid-19. Berikut perbandingan kenaikan harga produk handsanitizer dimasa pandemi covid-19:

Merek Handsanitizer	Harga Sebelum Pandemi	Harga Saat Terjadi Pandemi Tahun 2020
Antis/50ml	Rp15.000	Rp25.500
Dettol/50ml	Rp14.000	Rp37.242
Primo/50ml	Rp16.000	Rp30.000
Nuvo/50ml	Rp10.000	Rp49.000

Sumber : compas.co.id

Tabel I.1
Perbandingan Kenaikan Harga Handsanitizer

Adanya keadaan seperti Covid-19 ini perusahaan diminta untuk agar lebih aktif dalam memasarkan suatu produk guna diterima banyak masyarakat. Dapat dilihat dari Tabel 1.1 meskipun mengalami kenaikan harga akan tetapi Antis adalah salah satu produk yang tergolong paling murah di masa pandemi ini. Harga yang cenderung lebih murah dikalangan masyarakat akan lebih banyak diminati konsumen.

Dengan demikian, tidak hanya konsumen saja tetapi keputusan pembelian dari konsumen menjadi pengacu perusahaan guna dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Proses konsumen dalam pengambilan keputusan pada umumnya akan mencari informasi mengenai bagaimana pengambilan keputusan pembelian yang bijak. Dengan meningkatkan produksi lebih banyak dari

permintaan agar harga jual tetap murah diharapkan dapat menarik konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Dikutip dari CNN Indonesia, masyarakat di wilayah Kabupaten Tangerang sangat mengeluhkan kenaikan harga dari beberapa produk handsanitizer baik secara *online* maupun *offline*. Hal ini sampai kepada YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) yang mendapat banyak keluhan tidak hanya di wilayah DKI Jakarta saja tetapi juga Kabupaten Tangerang perihal kenaikan harga *handsanitizer* tersebut. Banyak nya masyarakat yang mengeluhkan perubahan harga menarik perhatian peneliti untuk mengangkat masalah ini.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Handsanitizer* Merek Antis Di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020-2021 (Survei Pada Konsumen Handsanitizer Antis di Kabupaten Tangerang)”**

B. Rurnusan Masaalah

1. Bagaimana deskripsi harga dan keputusan pembelian pada produk *handsanitizer* Antis?
2. Apaakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *handsanitizer* Antis?

C. Tujuan dan Manfat Penelitian

1. Tujuan

- a) Untuk mengetahui deskripsi harga dan keputusan pembelian pada produk *handsanitizer* Antis.
- b) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian produk *handsanitizer* Antis.

B. Manfaat

a) Bagi Peneliti

Penelitian di dalam karya ilmiah ini berguna untuk menambah wawasan terkhusus di bidang pemasaran yg berkaitan dengan penngaruh harga terhadap kputusan pembelian produk *handsanitizer* Antis.

b) Bagi Fakultas Ekonomi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah ilmu intelektual serta menjadi referensi untuk semua pihak yang mengkaji di bidangnng Manajemen Pemasaran khususnya mengenai pengaruh harga terhadap

keputusan pembelian , serta dapat menambah arsip Karya Ilmiah mengenai Manajemen Pemasaran.

c) Bagi Konsumen/Pengguna

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan serta panduan untuk konsumen agar dapat mengambil keputusan pembelian yang lebih bijak.

d) Bagi Pembaca

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan media pembelajaran tambahan serta memperkuat teori yang berkaitan dengan harga terhadap keputusan pembelian.