

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada akhir tahun 2019, dunia digemparkan dengan adanya wabah atau virus menular yaitu virus corona yang dikenal oleh dunia internasional sebagai *corona virus disease 2019 (Covid-19)*. Nama *Covid-19* pertama kali dikemukakan oleh *World Health Organization (WHO)*. Istilah *Covid-19* digunakan karena virus corona pertama kali dikonfirmasi pada tanggal 31 Desember 2019, di Wuhan, ibu kota Provinsi Hubei, China. Penyebaran virus yang sangat cepat membuat WHO pada akhirnya menetapkan virus ini sebagai pandemi pada tanggal 11 Maret 2020. WHO juga telah menetapkan *Covid-19 (Corona virus Disease 2019)* sebagai kedaruratan kesehatan masyarakat yang menjadi perhatian internasional yang berisiko terjadinya penularan antar negara (Kementerian Kesehatan RI, 2020). Di Indonesia, kasus *Covid-19* pertama kali teridentifikasi pada tanggal 2 Maret 2020.

Keadaan darurat akibat pandemi ini menyebabkan beberapa wilayah menerapkan sistem *lockdown*. Secara umum, *lockdown* merupakan kebijakan yang dirancang pemerintah guna menekan penularan virus *covid-19* melalui protokol-protokol yang sifatnya membatasi masyarakatnya maupun masyarakat luar untuk bepergian baik keluar maupun masuk ke wilayah tersebut tanpa alasan apapun, selain itu masyarakat juga diwajibkan untuk tetap tinggal di dalam rumah atau tempat tinggalnya.

Selain *lockdown* pemerintah juga membuat kebijakan –kebijakan untuk menerapkan protokol kesehatan dalam setiap aspek kegiatan guna mencegah penularan virus *Covid-19*. Kebijakan ini berupa larangan berkumpul melebihi jumlah batasan orang, larangan untuk bepergian ke luar kota maupun ke luar negeri, hingga meliburkan kegiatan belajar mengajar.

Di Indonesia, kebijakan pemerintah dimulai dengan adanya surat himbuan Kementerian Kesehatan RI mengenai upaya pencegahan penyebaran virus *Covid-19* di tempat kerja. Himbuan tersebut terdapat pada surat nomor PK.02.01/B.I/839/2020 yang diterbitkan pada tanggal 15 Maret 2020. Surat tersebut berisi beberapa himbuan atau anjuran untuk masyarakat rajin mencuci tangan, menyediakan *hand sanitizer*, *tissue*, membersihkan peralatan yang sering disentuh banyak orang, memakai masker apabila merasa sakit, dan melakukan pengecekan suhu secara rutin (Kementerian Kesehatan RI, 2020). Kondisi tersebut membawa perubahan terhadap aktivitas masyarakat dunia termasuk Indonesia.

Dengan adanya pandemi *Covid-19* dan pemberlakuan PSBB, pemerintah Indonesia menerapkan pemberlakuan jam operasional pada usaha-usaha termasuk yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Pedagang kaki lima, Restoran, *Coffeshop*, dan mall di perbolehkan buka hanya sampai pukul 9 malam (Pujaningsih & Sucitawathi, 2020). Akibatnya, banyak restoran mengalami penurunan keuntungan oleh karena kebijakan pemerintah tersebut. Mengatasi hal tersebut, restoran, *coffeshop*, dan rumah makan mulai bergeser jenis pelayanannya dari

layanan makan di tempat *dine in*, menjadi lebih berfokus pada layanan *take away*, pihak penyedia makanan dan minuman juga perlu memperhatikan dan bertanggung jawab atas sanitasi serta keamanan makanan dan minuman pesanan konsumen.

Selain memiliki efek yang negatif dari virus *Covid-19* ini, virus ini juga berdampak terhadap perilaku masyarakat di seluruh Indonesia, terutama yang berada dalam mengkonsumsi makanan dan minuman, yang sebelumnya konsumen gemar mengunjungi *caffe-caffe*, namun pada saat pandemi ini menjadi memiliki pertimbangan antara mengkonsumsi dengan mengunjungi atau tidak. Menurut (Kotler & Keller, 2016) terdapat tempat faktor yang dapat berdampak terhadap perubahan perilaku konsumen, 4 faktor tersebut adalah, budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Ini yang dinamakan sebagai faktor lingkungan mempengaruhi sebuah individu.

Seperti yang di ketahui bahwa sejak dahulu di Sumatera Barat kehadiran warung kopi menjadi sarana untuk tempat berkomunikasi yang lebih dikenal dengan “ota lapau”. Dahulu bapak-bapak berkumpul di warung kopi sambil berdiskusi mengenai isu-isu yang sedang terjadi dan sedang berkembang. Saat ini fenomena serupa juga sudah menjadi suatu kebiasaan bagi semua kalangan masyarakat di Kota Padang dan menjadikan *coffeeshop* modern sebagai tempat nongkrong maupun berdiskusi, biasanya obrolan dimulai dari bahasan yang ringan dan tak jarang juga membahas topik permasalahan terkini yang ada di Indonesia.

Hal ini lumrah terjadi di karenakan *coffeshop* menyuguhkan atmosfer kenyamanan bagi mereka yang datang dengan kelompok kecil hingga komunitas yang jumlahnya lebih banyak.

Kota Padang memiliki beberapa *coffeshop* yang kini sudah berkembang pesat. Banyaknya *coffeshop* di Kota Padang membuat persaingan menjadi lebih kompetitif.

Tabel 1. 1

Daftar Coffeshop di Kota Padang tahun 2021

Nama Coffeshop	Alamat
Janji Jiwa	Jl. Batang Arau No.60, Berok Nipah, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat
Foresthree	Jl. Blk. Olo No.52, Olo, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat
Rimbun	Jl. KIS. Mangunsarkoro, Jati Baru, Kec. Padang Tim., Kota Padang, Sumatera Barat
KopiSoe	Jl. Diponegoro No.17, Belakang Tangsi, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Bara
Parewa	Jl. Bandar Purus No.17, Padang Pasir, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat
Dua Pintu	Jl. Dr. Moh. Hatta No.02, Ps. Ambacang, Kec. Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat
V Coffe	Jl. Raden Saleh No.3, Rimbo Kaluang, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat
Flamboos Coffee & Roastery	Jl. Flamboyan, Flamboyan Baru, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat

Kedai Kopi Kulo	Jl. Kapuas No.12, Rimbo Kaluang, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat
Excelso	Jl. Bundo Kandung, Kp. Pd., Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat
Toko Kopi Kita	Jl. Abdul Muis No.9b, Jati Baru, Kec. Padang Tim., Kota Padang, Sumatera Barat
Cafe Merjer	Jl. Ujung Gurun No.88A, Padang Pasir, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Bara
Kubik Koffie	Jl. Olo Ladang No.12, Olo, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat
Coffe 19	Jl. Patimura No.11, Kp. Jao, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat
Menyala Coffee and Roastery	Jl. Bandar Purus, Padang Pasir, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat

Sumber : Data di olah 2021

Di era modern seperti jaman sekarang ini, telah banyak bisnis atau usaha yang modern dan menciptakan inovasi untuk dapat bersaing dalam menarik perhatian konsumen. *Coffeshop* yang nyaman dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dalam berbelanja tentu akan membuat konsumen berdatangan dan merasa nyaman di dalam coffeshop khususnya pada masa pandemi *covid-19* dan kemudian bisa menimbulkan rasa ingin berbelanja produk yang ditawarkan pada *coffeshop* tersebut.

Theory of planned behavior (TPB) dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1975 yang merupakan pengembangan dari teori *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa perilaku dilakukan di dasari

dari niat atau keinginan individu untuk melakukannya (Fishbein & Ajzen, 1975). Di dalam *Theory of Reasoned Action* (TRA) belum diterapkan variabel Kontrol Perilaku *percieved behavior control*. *Theory of planned behavior* (TPB) mengenali kemungkinan bahwa tidak semua perilaku dilakukan secara penuh di bawah kendali individu, sehingga kontrol perilaku di tambahkan untuk menganalisis perilaku-perilaku semacam ini (Ajzen, 1991). *Theory of planned behavior* adalah teori yang dapat menganalisa sikap konsumen, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku yang di rasakan konsumen. Sikap konsumen mengukur cara seseorang menilai suatu objek sebagai suatu hal yang positif maupun negatif, dan juga apakah merugikan atau menguntungkan. Sikap konsumen di harapkan nantinya dapat memprediksi apa yang akan di lakukan pada masa yang akan datang terhadap mengkonsumsi di *coffeshop*, sehingga apabila nantinya produk yang ditawarkan oleh *coffeshop* kemungkinan besar akan di beli oleh konsumen tersebut. Anggelian, Jessvita & Japariato, Edwin (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya” mengungkapkann bahwa sikap pada SOGO *department store* meliputi ketertarikan pelanggan berbelanja di SOGO *department store*, kesenangan ketika berbelanja di dalam SOGO *department store*, serta keyakinan akan produk SOGO *department store* yang di belanjakan.

Perilaku konsumen dalam mengkonsumsi di *coffeshop* pada masa pandemi tidak hanya di pengaruhi oleh sikap konsumen saja, melainkan turut di pengaruhi

oleh variabel norma subjektif karena dalam kegiatan mengkonsumsi tentunya konsumen memiliki beberapa pertimbangan seperti, mencari informasi, mengumpulkan beberapa alternatif pilihan, memilih salah satu alternatif, lalu melakukan pembelian. Ajzen (1991) menyebutkan bahwa norma subjektif merupakan keyakinan individu maupun kelompok tertentu menerima atau tidak menerima suatu perilaku yang dilakukannya. Hal serupa juga telah dilakukan penelitian oleh Anggelian, Jessvita & Japariato, Edwin (2014) mengatakan bahwa norma subjektif yaitu keluarga, teman telah mempengaruhi perilaku individu dan menyetujui individu berbelanja produk di *SOGO department store* Tunjangan Plaza Surabaya. Pada kondisi pandemi *covid-19* mayoritas lingkungan individu memiliki peran yang berpengaruh dalam menentukan suatu tindakan apakah suatu tindakan tersebut di nilai baik atau sebaliknya.

Persepsi kontrol perilaku merupakan suatu kondisi dimana seseorang meyakini bahwa suatu tindakan mudah atau sulit dilakukan, karena mencakup pengalaman di masa lalu yang menjadi pertimbangan seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Menurut Ajzen (1991) menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku adalah keyakinan individu mengenai ada atau tidaknya hal-hal yang mendukung atau menghalangi untuk menunjukkan suatu perilaku, Seseorang dengan memiliki persepsi kontrol perilaku yang tinggi melakukan perilaku tertentu akan memiliki niat yang tinggi dalam melakukan perilaku tersebut. Penelitian yang dilakukan Andryani (2015) mengatakan dalam penelitiannya bahwa persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi individu tersebut untuk melakukan perilaku yang diinginkan.

Pada masa pandemi *covid-19* bepergian keluar rumah menjadi pertimbangan dalam setiap anggota keluarga. Dalam hal ini pelaku usaha perlu mempelajari perubahan pola perilaku apa saja yang terjadi pada konsumen di era *new normal* ini.

Melihat fenomena tersebut, penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui dampak pandemi *Covid-19* terhadap Niat mengkonsumsi di *coffeshop* kota Padang pada era *new normal* ini. Peneliti ingin mengetahui niat mengkonsumsi pada konsumen *coffeshop* di kota Padang dengan melihat pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku sebagai variabel yang mempengaruhi Niat mengkonsumsi.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik mengambil judul **“PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, DAN PERSEPSI KONTROL PERILAKU TERHADAP NIAT MENGGONSUMSI DI *COFFE SHOP* KOTA PADANG PADA MASA PANDEMI *COVID-19*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan sebelumnya, maka masalah yang akan di bahas pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh sikap terhadap niat mengkonsumsi di *coffeshop* kota Padang pada masa pandemi *covid-19*?
2. Bagaimana pengaruh norma subjektif terhadap niat mengkonsumsi di *coffeshop* kota Padang pada masa pandemi *covid-19*?

3. Bagaimana pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat mengkonsumsi di *coffeshop* kota Padang pada masa pandemi *covid-19*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pokok permasalahan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat mengkonsumsi di *coffeshop* kota Padang pada masa pandemi *covid-19*.
2. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap niat mengkonsumsi di *coffeshop* kota Padang pada masa pandemi *covid-19*.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat mengkonsumsi di *coffeshop* kota Padang pada masa pandemi *covid-19*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan serta menambah wawasan dan informasi yang berhubungan dengan empat variabel yaitu Sikap, Norma Subjektif , Persepsi Kontrol Perilaku, Niat untuk mengkonsumsi di *coffeshop*. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam proses perencanaan strategi yang dilakukan pelaku usaha *coffeshop*, serta dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam lingkup konseptual penelitian ini menggunakan teori tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat mengkonsumsi, seperti sikap, norma subketif, persepsi kontrol perilaku. Sedangkan dalam lingkup kontekstual penelitian ini merupakan studi kasus pada konsumen *coffeshop* di kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

1. BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II. TINJAUAN LITERATUR

Bab ini akan membahas mengenai dasar-dasar teori yang mengacu pada topik penelitian. Selain itu pada bab ini diuraikan beberapa penelitian terdahulu dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian, pengembangan hipotesis dan model penelitian.

3. BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, tabel operasional, instrumen penelitian dan uji hipotesis.

4. BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian, karakteristik responden, analisis deskriptif variabel, pengujian instrumen penelitian dan hasil pengolahan data serta interpretasi terhadap hasil analisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan alat dan metode yang digunakan dalam penelitian.

5. BAB V. PENUTUP

Bab ini merupakan bagian terakhir dari penulisan skripsi. Pada bab ini terdapat kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran bagi peneliti dimasa yang akan datang.



