

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Covid-19 muncul pertama kali di Wuhan, China pada akhir tahun 2019, muncul begitu cepat dan menyebar keseluruh dunia. Indonesia menjadi salah satu negara di dunia yang terkena dan memiliki jumlah pasien Covid-19 yang cukup tinggi. Tercatat pada tanggal 18 Januari 2021 terdapat 907.929 kasus terpapar, dan 25.987 diantaranya dinyatakan meninggal (Jaya 2021). Pemerintah membuat beberapa peraturan untuk mencegah penyebaran. Setiap masyarakat diwajibkan untuk selalu melakukan 5M, mencuci tangan, menjaga jarak, menjauhi kerumunan, memakai masker dan mengurangi mobilitas (Fadli 2021). Melihat penyebaran virus yang begitu cepat dan keterlambatan obat - obatan dan vaksin menimbulkan kekhawatiran ditengah masyarakat. Kekhawatiran yang terjadi memunculkan ketakutan yang membuat masyarakat menjadi termotivasi dan menjadi sadar untuk menjaga kesehatan dengan menerapkan pola hidup yang bersih dan sehat dan berolahraga secara rutin (Budi et al. 2021). Pola hidup bersih dan sehat dapat didukung dengan mengonsumsi berbagai makanan sehat dan multivitamin (Kumari and Bhateja 2022). Berolahraga secara rutin, dapat meningkatkan sistem imunitas didalam tubuh dan membuat tubuh menjadi sehat dan bugar yang akan berguna untuk mencegah berbagai penyakit.

Kesehatan dan olahraga merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, saling terkait satu sama lain (Sarjono 2019). Melakukan olahraga atau olah fisik secara rutin, tubuh akan mengeluarkan hormon endorphin dan oksitosin yang memberikan efek kegembiraan dan kebahagiaan, serta mampu mengurangi rasa sakit. Olahraga tidak hanya berfokus pada kegiatan fisik saja, tetapi juga dapat melatih mental dan sikap seseorang menjadi lebih baik (Sarjono 2019). Manfaat melakukan olahraga secara rutin, adalah daya tahan tubuh akan meningkat, fungsi otak meningkat, stress menghilang dan kolestrol menurun (Ratriani 2021). Olahraga yang dapat dilakukan untuk meningkatkan imun tubuh, adalah olahraga seperti jalan kaki, renang, *jogging*, angkat beban, bersepeda dan latihan interval (Bernhard 2020).

Olahraga bersepeda diminati oleh masyarakat pada saat Covid-19 dikarenakan olahraga ini merupakan olahraga yang paling fleksibel dan tergolong kedalam olahraga yang memiliki intensitas untuk menghindari cederanya rendah-sedang (Huzangi and Astuti 2020). Ketika Covid-19 terjadi, olahraga seperti *gym*, berenang, sepak bola dan basket ditutup karena dapat mengakibatkan kerumunan (Grix et al. 2021). Selain alasan tersebut, dengan bersepeda, masyarakat tidak perlu merasa takut untuk menggunakan transportasi umum, karena selain sebagai sarana olahraga, sepeda juga dapat digunakan sebagai transportasi alternatif yang aman

digunakan dan bersepeda juga termasuk kedalam rekreasi karena dapat menghilangkan rasa bosan ditengah Covid-19 (Fatoni et al. 2021). Melihat banyaknya manfaat yang ditawarkan dengan bersepeda, membuat masyarakat secara panik dan masif melakukan pembelian terhadap sepeda. Kepanikan dan kemasifan yang terjadi terhadap pembelian sepeda membuat munculnya istilah *bikers boom* atau yang lebih dikenal dengan tren sepeda (Bernhard 2020). Tren sepeda yang terjadi membuat permintaan sepeda menjadi meningkat.

Besarnya permintaan sepeda membuat penjualan sepeda meningkat 4 kali lipat dalam satu bulan. Pada bulan Januari hingga Mei 2020 penjualan sepeda tercatat sebanyak 150.000 unit, angka penjualan tersebut sudah memenuhi target penjualan sebesar 50% ditahun 2020 (Budi et al. 2021). Dalam platfrom e-commerce seperti Bukalapak terjadi lonjakan 400% untuk penjualan sepeda dari bulan Juni hingga Juli 2020 (Setyowati 2020). Harga sepeda yang diminati oleh masyarakat berkisar dari 2 juta hingga 3 juta. Jakarta menjadi daerah yang paling banyak melakukan pembelian, maka dari itu terjadi peningkatan sebesar 1000% pengguna sepeda di Jakarta. Terjadi peningkatan permintaan sepeda selama masa Covid-19, memberikan keuntungan bagi para pengusaha sepeda (Kurniawan and Dwijayanti 2021).

Ketertarikan masyarakat akan sepeda, membuat terbentuknya komunitas sepeda (Widarti 2022). Komunitas sepeda adalah suatu wadah yang digunakan untuk berkumpulnya orang-orang yang menggunakan sepeda. Terbentuknya komunitas sepeda didasarkan pada minat dan hobi yang sama (Khare and Kautish 2021). Biasanya komunitas sepeda akan menggunakan pakaian atau atribut yang

sama untuk menunjukkan kekompakkan mereka dan memberi tahu identitas. Menjadi pengendara sepeda yang bergabung kedalam komunitas membuat munculnya rasa persaudaraan, sehingga dengan bersepeda bersama komunitas bisa menambah teman, bersilahturahmi, manambah wawasan, sebagai saran refreasing menghilangkan penat dan menyatukan rasa kebahagiaan (Gowes 2020). Maka dari itu, komunitas sepeda dapat diartikan sebagai suatu integrasi yang menjadi satu dengan harga diri anggotanya. Selain itu juga didalam komunitas, antar anggota dapat memberikan pengaruh satu dengan lainnya, antar anggota dapat memberikan pengaruh ke anggota lain yang dapat berguna untuk mengembangkan sikap anggotanya (Ding, Lin, and Zhang 2020). Komunitas merupakan salah satu bentuk dari kelompok referensi yang dapat dijadikan acuan dalam membeli suatu produk dikarenakan informasi yang diperoleh dari kelompok referensi, merupakan informasi yang terpercaya (Hoonsopon and Puriwat 2016).

Tren yang terjadi berhubungan erat dengan perilaku konsumen dalam membeli suatu produk. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan adanya psikologi sosial di mana manusia memikirkan tentang suatu hal, lalu berusaha untuk mempengaruhi orang lain. Selain itu juga, seorang individu tidak memiliki kendali akan perilaku dan pikirannya akan sesuatu yang dipikirkan (Azanella 2020). Maka dari itu, seorang individu akan menunjukkan sikap akan suatu hal lebih berani ketika menemukan orang lain yang juga menunjukkan sikap yang sama. Individu tersebut mendapat penguatan dari orang lain dan hal tersebut membuat lebih yakin dengan apa yang telah dipikirkan sebelumnya (Abdulsalam 2021). Keyakinan tersebut akan mendorong seorang individu untuk merealisasikan keinginnya.

Semakin banyak individu yang melakukannya, sifat atau gagasan tersebut akan semakin dianggap baik, benar dan menguntungkan. Setelah itu akan dijadikan suatu prinsip pembuktian sosial yang akan dijadikan acuan dalam menentukan keputusan seseorang (Azanella 2020). Bersepeda dianggap suatu kegiatan yang menyehatkan badan dan menyenangkan, anggapan tersebut dianggap benar oleh sebagian orang, menimbulkan maraknya individu yang ingin bersepeda (Budi et al. 2021). Keinginan tersebut membuat toko sepeda kewalahan dalam memenuhi tingginya permintaan.

Manusia melakukan sebagian besar proses komunikasinya dengan orang lain. Komunikasi yang dilakukan setiap hari dilakukan secara lisan, setiap harinya manusia berbicara, bertukar pikiran, bertukar informasi dan saling memberikan pendapat satu dengan lainnya (Tee, Erdiansyah, and Aulia 2020). Untuk memperoleh informasi terhadap satu produk yang diinginkan, konsumen membutuhkan sumber terpercaya untuk menghindari rasa kekhawatiran akan ketidakpastian suatu produk (Huzangi and Astuti 2020). Untuk mendapat informasi yang terpercaya, konsumen bisa memperolehnya dari *word of mouth*. Informasi yang diberikan melalui komunikasi *word of mouth*, merupakan informasi yang terpercaya karena didalam proses ini yang memberikan rekomendasi berasal dari lingkup terdekat yang disampaikan secara personal. Pemberian informasi ini bersikap alami dari mulut ke mulut yang dilakukan secara lisan (Priambodo and Subyanto 2017).

Gaya hidup juga dapat menimbulkan niat beli terhadap suatu produk. Gaya hidup merupakan suatu pola kehidupan seseorang yang digambarkan dalam suatu

aktifitas, opini dan minat sehingga mampu memberi gambaran dari keseluruhan diri seseorang ketika melakukan interaksi dengan lingkungannya (Haryanto, Febrianto, and Cahyono 2019). Dengan adanya Covid-19, kesehatan menjadi topik yang paling sering diperbincangkan. Masyarakat banyak yang merubah gaya hidup mereka menjadi gaya hidup sehat. Perubahan ini membuat masyarakat mencari produk, kebiasaan dan aktifitas yang dapat membuat mereka menjadi sehat (Wijaya, D Nata, Sunarti Sunarti 2018). Aktifitas yang dapat menunjang masyarakat untuk menjalani gaya hidup sehat adalah berolahraga. Olahraga yang paling efektif dilakukan ketika pandemi adalah bersepeda, maka dari itu minat untuk gaya hidup sehat mendorong seseorang untuk membeli sepeda.

Tren sepeda hanya terjadi pada awal pandemic hingga pertengahan 2020. Namun, pada akhir tahun 2020 penjualan sepeda mulai menurun, hal tersebut mengakibatkan harga sepeda yang awalnya tinggi kini hanya mengalami penurunan sebanyak 30%. Menurunnya penjualan sepeda ini diakibatkan tren yang berlangsung dimasyarakat sudah memasuki titik jenuh. Faktor lain yang mempengaruhi turunnya penjualan sepeda adalah peraturan yang ditetapkan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, yang mengeluarkan peraturan untuk tidak bersepeda selama perberlakuan PPKM Darurat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah kelompok referensi dapat mempengaruhi niat beli sepeda pada saat pandemi Covid-19?
2. Apakah tren dapat mempengaruhi niat beli sepeda pada saat pandemi Covid-19?
3. Apakah *word of mouth* dapat mempengaruhi niat beli sepeda pada saat pandemi Covid-19?
4. Apakah gaya hidup sehat dapat mempengaruhi niat beli sepeda pada saat pandemi Covid-19?
5. Apakah *word of mouth* dapat mempengaruhi kelompok referensi?
6. Apakah kelompok referensi dapat memediasi pengaruh *word of mouth* dan niat beli?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah dibahas di atas, maka dapat dibuat diusulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Membutikan pengaruh kelompok referensi terhadap niat pembelian sepeda pada saat pandemi Covid-19.

2. Membuktikan pengaruh tren terhadap niat pembelian sepeda pada saat pandemi Covid-19.
3. Membuktikan pengaruh *word of mouth* terhadap niat pembelian sepeda pada saat pandemi Covid-19
4. Membuktikan pengaruh gaya hidup sehat terhadap niat pembelian sepeda pada saat pandemi Covid-19.
5. Membuktikan pengaruh *word of mouth* terhadap kelompok referensi.
6. Membuktikan pengaruh mediasi kelompok referensi terhadap *word of mouth* dan niat beli.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa didapatkan dari penulis skripsi ini adalah bagi penjual sepeda memberikan masukan kepada penjual sepeda agar bisa mempertimbangkan aspek kelompok referensi, *word of mouth*, gaya hidup sehat, dan tren dalam membuat strategi bisnis