

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Baru-baru ini, seluruh dunia dilanda oleh suatu wabah penyakit yang menyerang melalui udara dan pernafasan yaitu Covid-19. Awal mula terjadi pandemi Covid-19 berasal dari Negara China, Wuhan pada bulan Desember tahun 2019. Virus corona dikategorikan sebagai pandemi global yang memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan hidup. Virus Covid-19 ini menyerang bagian pernafasan manusia, gejala yang dapat dilihat dari virus ini secara umum yaitu mengalami batuk dan adanya sesak nafas. Selain mengalami batuk dan sesak nafas, gejala covid-19 dapat disertai dengan tubuh terasa lemas, nyeri pada otot, dan adanya diare. Covid-19 ditularkan apabila manusia dengan manusia melakukan kontak erat dan adanya *droplet* (percikan cairan apabila bersin dan batuk). Pemaparan virus ini semakin meningkat setiap hari dan untuk penularan, reservoir, inkubasi, gejala dan hasil klinis sedang dikumpulkan di seluruh dunia untuk dapat diriset lebih lanjut (Corman, dkk, 2020).

Banyak negara yang melakukan kegiatan ekspor dan impor dari China termasuk Indonesia. Karena China merupakan mitra dagang terbesar yang bekerjasama dengan Indonesia. Karena munculnya pandemic covid-19 ini yang berasal dari negara China, maka secara langsung mempengaruhi sector perdagangan ke arah negatif dan berdampak pada sector perdagangan di Indonesia. Menurunnya perdagangan bahan-bahan seperti kelapa sawit, batu bara, dan bahan mentah lainnya yang dikirim dari negara tersebut menyebabkan turunnya harga barang tambang dan komoditas lainnya (Iswahyudi, 2018). Munculnya virus ini tidak hanya dapat merobohkan kuatnya sector perdagangan ekspor dan impor saja, mereka juga akan memberikan dampak pada penerimaan pajak yang mengalami dampak penurunan. Karena penerimaan pajak memiliki kontribusi yang cukup besar dalam membantu perekonomian dari sebuah negara. (Sugarda & Rifky, 2017).

Setelah adanya pandemi Covid-19, pemerintah mencoba untuk melakukan transisi untuk kelangsungan hidup manusia yaitu dengan gaya hidup new normal.

Karena hal ini harus disesuaikan dengan kebijakan-kebijakan baru yang berlaku selama pandemi Covid-19. Kebijakan yang masuk salah satunya adalah Hal dalam kebijakan berinvestasi, dimana perlu dilakukannya proses untuk para investor dapat menyusun kembali portofolio yang mereka miliki sebelumnya. Pada sektor keuangan saat pandemic seperti ini, investor dapat lebih berhati-hati dalam melakukan portofolio investasi yang beragam, hal ini di sebabkan karena adanya penurunan rata-rata bursa saham yang ada (Collins, 2020). Hal inipun yang sedang dihadapi oleh Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Bursa Efek Indonesia.

Gaya hidup ialah merupakan pola hidup seseorang untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya dalam bentuk berbagai aktivitas, minat, dan pendapatnya. Prinsip gaya hidup individu terkait dengan pengelolaan keuangan dan waktunya. Maka dari itu, gaya hidup seseorang menentukan pola konsumsi di dalam hidupnya. Menurut Minor dan Mowen (2002) gaya hidup atau *lifestyle* ialah ketika seseorang memperlihatkan dirinya sebagai konsumen ketika membelanjakan kebutuhannya dan menggunakan waktunya. Konsep mengenai gaya kehidupan seseorang pada penelitian yang dilakukan adalah bagaimana langkah seseorang dalam memperlihatkan diri sebenarnya berdasarkan waktu, uang, dan barang yang digunakan. Ketika seseorang mampu meraih sebuah gaya hidup yang mereka inginkan, pada umumnya biaya yang dikeluarkan akan jauh lebih banyak dan besar. Adanya biaya yang cukup besar mampu memengaruhi seseorang untuk menjadi pribadi yang lebih konsumtif dalam menggunakan barang dan jasa. Oleh karena itu, berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan gaya hidup atau *lifestyle* mencerminkan kepribadian seseorang saat melakukan interaksi dengan lingkungan sosial. Gaya hidup juga dapat disimpulkan dengan ketika seseorang sedang dalam kegiatan, minat, dan berpendapat mengenai penggunaan uang serta ketika menggunakan waktu.

Gaya hidup seseorang sudah menjadi hal umum yang sangat berpengaruh dalam kondisi finansial. Ketika seseorang terlalu berfokus pada *lifestyle*, kebutuhan untuk melakukan investasi akan tersisihkan. Keutamaan dari investasi itu sendiri adalah sebuah kegiatan dalam menyimpan dan untuk menempatkan suatu barang pada jangka waktu tertentu, dengan maksud dapat memberikan

keuntungan dan adanya peningkatan dalam nilai barang tersebut. Investasi terdiri dari berbagai macam hal yang bias diinvestasikan, seperti emas, tanah, barang-barang seni, dan bentuk surat-surat berharga.

Dalam melakukan investasi, ada dua sisi yang penting yaitu *return* dan risiko. Investasi berlaku hukum yang mengatakan semakin bertambah tingginya *return* suatu investasi maka risiko yang harus diterima juga akan semakin tinggi. Ketika instrumen pada investasi dengan *return* tinggi tidak menjadi daya tarik bagi pelaku investasi, hal itu berlaku sebaliknya dengan instrumen investasi yang menawarkan rendahnya *return* atau nilai kestabilan belum tentu menjadi pilihan utama dari para investor. Oleh sebab itu sebagai seorang pelaku investasi harus dapat membaca peluang yang ada dan memanfaatkan situasi.

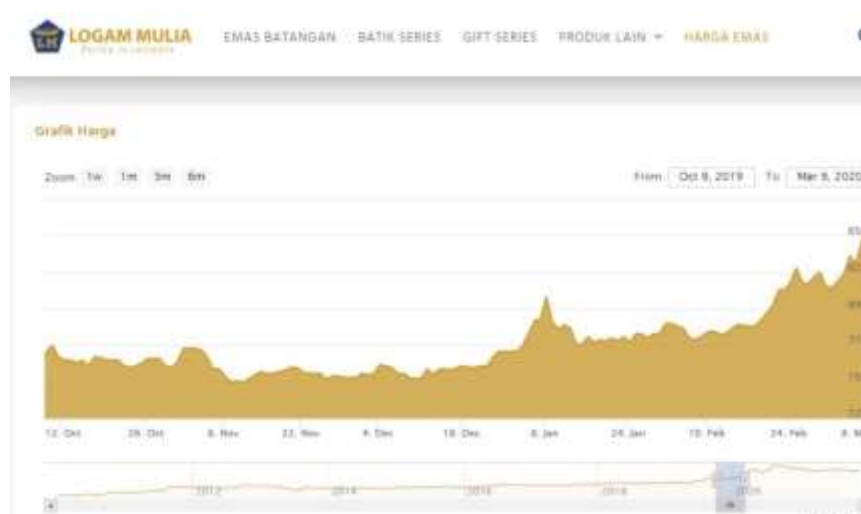
Terdapat banyak instrumen-instrumen dalam berinvestasi yang dimana jika pelaku investasi dapat melakukan investasi dengan dana yang cukup tinggi. Emas dipilih menjadi salah satu investasi yang dipercaya dengan memberikan *return* kepada investornya. Adanya manfaat yang menjanjikan jika melakukan investasi emas dapat membantu investor dalam memenuhi tujuannya. Pelaku investasi emas adalah pelaku investasi dalam asset riil. Dalam nilai jual beli emas yang cenderung stabil terhadap krisis inflasi, membuat emas menjadi investasi paling aman dalam menyimpan asset pada kondisi yang tidak pasti sepenuhnya.

Ketika seseorang melakukan investasi, hal tersebut didasari dari perilaku seorang konsumen yang dipengaruhi oleh lingkungannya. Hal ini mencerminkan bahwa setiap konsumen berasal dari lingkungan yang berbeda dan memiliki pemaknaan suatu nilai, apa yang dibutuhkan, apa yang diinginkan, tingkah laku, dan hasrat yang beragam, dengan demikian saat diharuskan untuk mengambil pertimbangan akan dipengaruhi oleh banyak hal. Pengaruh tersebut berasal dari budaya, budaya merupakan faktor penting dalam menentukan apa yang diinginkan dan tingkah laku mendasar seseorang. Pengaruh berikutnya ialah tentang kehidupan sosial. Pada umumnya status serta kelompok sosial mampu menjadi salah satu pengaruh bagi pola tingkah laku seseorang.

Pengertian pada suatu perilaku konsumen bukan menjadi sesuatu yang mudah untuk dipahami serta direalisasikan, hal itu terjadi karena adanya berbagai

faktor yang saling terkait satu sama lain. Sebab faktor-faktor inilah yang akan menjadi pengaruh terhadap tindakan konsumen dalam berinvestasi.

Emas merupakan salah satu jenis investasi yang menjadi preferensi masyarakat Indonesia dalam berinvestasi. Hampir sebagian besar penduduk Indonesia sudah mulai melakukan investasi emas. Hal ini dilakukan karena berinvestasi emas tidak sulit dan dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, tidak sulit dicari, dan tergolong aman disebabkan harga jual beli emas yang cenderung stabil. Oleh karena itu, investasi emas dapat dikatakan sebagai investasi jangka panjang. Jika emas sudah dibeli, dapat disimpan untuk beberapa saat dan jika harga emas sedang naik dapat segera di jual agar mendapat keuntungan. Keuntungan dari investasi emas itu sendiri adalah selisih dari harga pembelian dan penjualan dari emas itu sendiri. Karena melihat keuntungan itu, masyarakat lebih memilih untuk berinvestasi emas sebagai investasi karena dilihat cukup meyakinkan untuk memulai berinvestasi.



Sumber: <https://www.logammulia.com/id>

Gambar 1. Pembelian Emas sebelum Masa Pandemi
Periode Oktober 2019 – Maret 2020

Berdasarkan gambar yang disajikan, ditunjukkan bahwa pembelian emas cenderung rendah di bulan Oktober 2019 dimana bulan Oktober ini belum adanya pandemi dan ketika pandemi covid-19 yang menjadi wabah global di bulan Maret 2020 mengalami peningkatan yang cukup tinggi dalam pembelian emas.



Sumber: <https://www.logammulia.com/id>

Gambar 2. Tingkat Pembelian Emas Masa Pandemi
Periode Maret 2020 – November 2021

Pada gambar di bawah ini, pembelian emas ketika masa pandemi di bulan Maret 2020 sampai November 2021 pembelian emas mengalami naik turun namun cenderung stabil. Dengan data di bawah ini dapat dilihat bahwa pandemi virus corona membuat emas sebagai instrumen pembelian emas untuk investasi dinilai aman, tak terkecuali di Indonesia (Akbar, Jihad 2020). Pandemi ini memperlihatkan bahwa berinvestasi emas selama pandemic cukup meyakinkan. Hal ini mendorong bertumbuhnya jumlah pembeli maupun transaksi emas (Winarto, Yudho 2020).

Selama masa pandemic covid-19 pembelian emas untuk investasi tidaklah mudah. Karena konsumen harus memikirkan apakah akan mendapatkan benefit atau profit jika berinvestasi emas, apakah terdapat kepuasan dalam diri konsumen jika berinvestasi emas pada masa pandemi. Hal yang diinginkan dari seorang konsumen jika membeli suatu barang atau jasa mampu menimbulkan rasa puas, senang, nyaman, serta merasa dihargai.

Menurut Kotler (2012) Adanya beragam faktor yang berpengaruh terhadap konsumen dalam menentukan keputusan dalam membeli barang atau jasa, faktor tersebut meliputi segi harga, kualitas produk, pemberian pelayanan, dan lokasi. Sebagai seorang pengusaha, diharapkan dapat untuk bergerak cepat untuk melihat adanya perkembangan pada bisnisnya, sebab konsumen akan sangat selektif

Diandra Ariani Syafitri, 2022

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ULANG (REPURCHASE INTENTION)
DALAM PEMBELIAN EMAS UNTUK INVESTASI DI MASA PANDEMI**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

sebelum membeli suatu barang. Kepuasan konsumen adalah perasaan yang dirasakan konsumen setelah melakukan perbandingan mengenai barang atau jasa yang diperoleh sesuai harapan konsumen (Umar, 2019). Jika seorang konsumen memiliki kepuasan terhadap suatu barang atau jasa, maka adanya kemungkinan menjadi seorang konsumen tetap dalam jangka waktu cukup lama.

Kotler & Keller (2012) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan sebuah perasaan ketika individu mendapatkan kesenangan atau kekecewaan yang dialami muncul setelah membandingkan suatu hal apakah sesuai dengan yang diinginkan. Tjiptono (2012:301) menyampaikan bahwa kepuasan konsumen yaitu ketika konsumen menyadari akan apa yang dibutuhkan dan diinginkan sesuai dengan harapan yang dimiliki dapat terpenuhi dengan baik. Menurut Bachtiar (2011), kepuasan konsumen adalah rasa positif yang dimiliki konsumen selama menggunakan barang atau jasa yang dibelinya. Maka dari itu kepuasan konsumen adalah perasaan yang muncul dari seorang konsumen saat produk yang diperoleh sesuai dengan keinginannya.

Ketika seseorang merasakan kepuasan setelah menggunakan barang atau jasa, tidak menutup kemungkinan akan dilakukannya pembelian ulang (*repurchase intention*). Pembelian ulang ialah dimana konsumen bermaksud untuk melakukan pembelian ulang karena mendapat kepuasan atau kesesuaian dari barang atau jasa yang diterima dari sebuah produk. Adanya keinginan untuk melakukan pembelian ulang suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang meliputi: kepuasan konsumen, kemampuan dalam melakukan persaingan yang dilihat dari tingkat harga barang atau jasa, serta pengalaman dari pembeli itu sendiri dalam menggunakan suatu produk tertentu (Nurhayati dan Murti, 2012). Suryani dalam Jurnal Rizal (2013:54) mengatakan bahwa suatu pembelian dapat dikatakan rutin atau berulang yaitu disaat konsumen telah membeli barang atau jasa tersebut lebih dari satu kali pembelian.

Schiffman, Kanuk dalam jurnal Rizal (2013) mengatakan adanya dua kategori dalam transaksi pembelian yaitu membeli untuk mencoba dan membeli untuk mengulang. Membeli untuk mencoba adalah kondisi seorang konsumen melakukan observasi dari hal yang di beli dimana konsumen berhak untuk memberikan evaluasi terhadap barang tersebut dengan mencobanya. Jika barang

dibeli dengan percobaan terlebih dahulu dan pembeli merasakan kepuasan dari barang yang telah dibeli sebelumnya dan memiliki jenis yang sama, maka akan timbul rasa untuk membeli ulang (*repurchase behavior*). Hal itu berkaitan erat antara pembelian emas dengan aspek kepuasan konsumen yang terlihat melalui pembelian ulang.

Dalam penelitian sebelumnya, Bahri (2018) mengenai keputusan untuk membeli serta rasa puas konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal seperti tempat, pelayanan, mutu dari barang atau jasa yang ditawarkan, nilai emosional, dan disain interior yang berpengaruh terhadap tingkat pembelian, dinyatakan bahwa semakin tingginya keputusan seseorang untuk membeli maka hal tersebut akan meningkatkan rasa kepuasan seseorang pula.

Pada penelitian Anshar Rahman Mas'ud, dkk (2018) mengenai Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Perilaku Pembelian Ulang Konsumen, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh produk, pelayanan, pembelian, adanya pengaruh positif serta signifikan pada kegiatan pembelian ulang.

Pada penelitian Dewi Maharani Purbasari, dkk (2018) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Pembelian Ulang, memiliki hasil yang saling mempengaruhi antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan rasa puas konsumen atas kegiatan pembelian uang.

Lalu dalam penelitian sebelumnya, Shelvina Rikantasari (2020) mengenai Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Y dan Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Terhadap Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Cabang Babakan, Kota Surabaya menyatakan adanya faktor yang mampu mempengaruhi generasi Y dalam mengambil suatu keputusan, yaitu kondisi ekonomi, sosial, dan psikologis.

Oleh karena itu, di masa pandemic saat ini, hampir di seluruh sektor kehidupan terkena dampaknya. Sektor ekonomi menjadi salah satunya yang mengalami dampak dari pandemic ini. Ketika seseorang ingin melakukan investasi, tentunya harus memiliki modal dan pengetahuan yang cukup mengenai hal apa yang ingin dijadikan investasinya. Melakukan investasi dengan emas merupakan salah satu investasi yang cukup menarik untuk dilakukan pembelinya dalam berinvestasi. Akan tetapi harga dari emas pun bervariasi, dan dalam masa

pandemic semua berlomba-lomba untuk melakukan jual beli emas karena dirasa harga stabil dan tetap memberikan keuntungan. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat apakah adanya kepuasan konsumen terhadap pembelian ulang (*repurchase intention*) dalam membeli emas untuk investasi di masa pandemic karena mengingat tingkat ekonomi kehidupan seseorang tidak stabil selama masa pandemic.

Diambil dari permasalahan yang diangkat dari latar belakang di atas, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan sebuah penelitian yang membahas mengenai **“Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Ulang (*Repurchase Intention*) dalam Pembelian Emas untuk Investasi di Masa Pandemi”**

I.2 Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini penulis membatasi pembelian emas dengan pembelian yang dilakukan melalui media transaksi jual beli *online* dan *offline* dan penjual secara langsung yang mendapat bukti fisik produk telah melakukan transaksi pembelian lebih dari satu kali.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tertera, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yaitu :

- a. Apakah terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen atas pembelian ulang (*repurchase intention*)?
- b. Apakah terdapat pengaruh antara produk atas pembelian ulang (*repurchase intention*)?
- c. Apakah terdapat pengaruh antara pelayanan atas pembelian ulang (*repurchase intention*)?
- d. Apakah terdapat pengaruh antara harga atas pembelian ulang (*repurchase intention*)?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian, penelitian yang dilakukan peneliti memiliki tujuan Menganalisis Kepuasan Konsumen pada Pembelian Ulang (*Repurchase Intention*) dalam Pembelian Emas untuk Investasi di Masa Pandemi.

I.5 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat serta pengetahuan di berbagai bidang yang ada yang memiliki kaitan keperluan dengan kepuasan konsumen dan pembelian ulang (*repurchase intention*) pada pelaku pembeli emas untuk investasi. Selain itu penelitian ini mempunyai dua manfaat, yaitu:

- a. Aspek teoritis, yaitu penelitian ini dapat diharapkan memberikan informasi empiris mengenai kepuasan konsumen dan pembelian ulang.
- b. Aspek praktis, sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk mengetahui bagaimana Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pembelian Ulang untuk Pembelian Emas dalam Investasi.