

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kuliner di Indonesia saat ini dinilai cukup menjanjikan karena menawarkan produk yang merupakan kebutuhan dasar setiap manusia, sehingga sektor ini berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan industri kuliner sendiri dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tingkat ekonomi, demografi, dan gaya hidup (djkn.kemenkeu.go.id). Fenomena tersebut tercermin dari banyaknya pelaku bisnis kuliner yang berhasil berkembang dengan kreativitas dan inovasi untuk menarik minat konsumen.

Industri kuliner merupakan salah satu dari 16 subsektor industri kreatif di Indonesia, menandakan adanya kreativitas yang dimiliki oleh para pelaku bisnis dalam industri tersebut. Sebagai penyumbang terbesar kedua bagi Produk Domestik Bruto (PDB) sektor industri makanan dan minuman di Indonesia, Provinsi Jawa Barat mencatat kontribusi sebesar 16,67% yang mengalami peningkatan sebesar 4,95% pada tahun 2024. Posisi tertinggi masih dipegang oleh Provinsi Jawa Tengah dengan kontribusi 17,36% (meningkat 4,96%), sementara peringkat ketiga hingga kelima secara berurutan diisi oleh Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebesar 14,91% (meningkat 5,87%), Banten sebesar 12,93% (meningkat 2,98%), dan Jawa Timur sebesar 11,47% (meningkat 2,32%).

Data ini menunjukkan bahwa meskipun Jawa Timur mencatat pertumbuhan tertinggi, kontribusi terbesar secara persentase masih terkonsentrasi di Jawa Tengah dan Jawa Barat, yang menegaskan peran strategis Jawa Barat sebagai salah satu fokus utama industri makanan dan minuman nasional.

Tabel 1.1
**Distribusi PDRB Provinsi Jawa Barat Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Kabupaten/
Kota Tahun 2022-2024**

| Wilayah Jawa Barat | 2022 | 2023 | 2024 | Total Perubahan |
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|
|---------------------------|-------------|-------------|-------------|------------------------|

| | | | | |
|---------------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| Bogor | 11,94 | 11,93 | 10,99 | ↓0,09 |
| Sukabumi | 3,12 | 3,11 | 3,11 | ↑0,01 |
| Cianjur | 2,21 | 2,21 | 2,27 | ↑0,06 |
| Bandung | 5,84 | 5,82 | 5,84 | - |
| Garut | 2,72 | 2,73 | 2,78 | ↑0,06 |
| Tasikmalaya | 1,74 | 1,74 | 1,76 | ↑0,02 |
| Ciamis | 1,5 | 1,51 | 1,52 | ↑0,03 |
| Kuningan | 1,21 | 1,23 | 1,25 | ↑0,04 |
| Cirebon | 2,32 | 2,32 | 2,37 | ↑0,04 |
| Majalengka | 1,54 | 1,58 | 1,63 | ↑0,09 |
| Sumedang | 1,64 | 1,64 | 1,66 | ↑0,02 |
| Indramayu | 3,71 | 3,92 | 3,72 | ↑0,01 |
| Subang | 1,88 | 1,88 | 1,94 | ↑0,06 |
| Purwakarta | 3,13 | 3,11 | 3,11 | ↓ 0,02 |
| Karawang | 10,96 | 11 | 10,92 | ↑0,12 |
| Bekasi | 15,02 | 14,89 | 14,85 | ↓0,17 |
| Bandung Barat | 2,16 | 2,15 | 2,16 | - |
| Pangandaran | 0,54 | 0,54 | 0,55 | ↑0,01 |
| Kota Bogor | 2,16 | 2,16 | 2,15 | ↓0,01 |
| Kota Sukabumi | 0,58 | 0,58 | 0,58 | - |
| Kota Bandung | 13,42 | 13,23 | 3,11 | ↓0,31 |
| Kota Cirebon | 1,09 | 1,09 | 1,08 | ↓ 0,01 |
| Kota Bekasi | 4,49 | 4,5 | 4,56 | ↑0,07 |
| Kota Depok | 3,32 | 3,31 | 3,32 | - |
| Kota Cimahi | 1,53 | 1,53 | 1,53 | - |
| Kota Tasikmalaya | 1,02 | 1,04 | 1,04 | ↑0,04 |

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa persentase PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Provinsi Jawa Barat yang memiliki penurunan presentase kontribusi PDRB terbesar adalah Kota Bandung diantara kabupaten/kota lainnya. Hal tersebut dapat menjadi alasan peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut di Kota Bandung.

Ekonomi Kreatif merupakan bagian dari ekonomi yang berkaitan dengan pembuatan serta penggunaan pengetahuan dan informasi. Negara telah melakukan pengaturan terhadap kemajuan industri kreatif lewat Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 yang mengatur sektor industri. Kementerian Perdagangan Indonesia menekankan bahwa Industri Kreatif Adalah sektor yang memanfaatkan imajinasi, keahlian, dan bakat individu maupun kelompok untuk menciptakan kesempatan kerja dan kesejahteraan dengan menggali potensi kreativitas dan inovasi guna menghasilkan karya. Industri kreatif di Kota Bandung memiliki beragam

subsektor. Berdasarkan data dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, terdapat 16 subsektor ekonomi kreatif yang berperan dalam meningkatkan PDRB Kota Bandung. Berikut data mengenai kontribusi subsektor industri kreatif di Kota Bandung tahun 2022 – 2023.

Tabel 1.2
Data Kontribusi Subsektor Industri Kreatif Kota Bandung terhadap PDRB Tahun 2021-2023

| No | Industri Kreatif | Kontribusi PDRB | | | | | |
|----|------------------------------------|------------------|--------|------------------|--------|------------------|--------|
| | | 2021 | % | 2022 | % | 2023 | % |
| 1 | Periklanan | Rp3.016.248.195 | 5,32% | Rp8.305.034.367 | 7,28% | Rp7.866.350.144 | 6,20% |
| 2 | Arsitektur | Rp1.428.749.145 | 2,52% | Rp4.134.446.695 | 3,62% | Rp3.806.298.457 | 3,00% |
| 3 | Pasar dan Barang Seni | Rp255.133.775 | 0,45% | Rp685.870.805 | 0,60% | Rp1.268.766.152 | 1,00% |
| 4 | Kerajinan | Rp8.561.155.593 | 15,10% | Rp10.170.688.435 | 8,91% | Rp18.904.615.669 | 14,90% |
| 5 | Kuliner | Rp23.472.307.387 | 43,70% | Rp49.905.968.490 | 41,40% | Rp52.019.412.243 | 41,00% |
| 6 | Desain | Rp2.522.989.562 | 4,45% | Rp6.159.598.596 | 5,39% | Rp4.313.804.918 | 3,40% |
| 7 | Fashion | Rp9.978.565.459 | 17,60% | Rp16.080.768.980 | 14,08% | Rp21.569.024.589 | 17,00% |
| 8 | Film, Video dan Animasi | Rp63.499.620 | 1,12% | Rp1.343.794.235 | 1,18% | Rp1.268.766.152 | 1,00% |
| 9 | Fotografi | Rp192.767.741 | 0,34% | Rp250.431.983 | 22% | Rp253.753.230 | 0,20% |
| 10 | Permainan Interaktif | Rp130.401.707 | 0,23% | Rp337.392.321 | 0,30% | Rp380.629.846 | 0,30% |
| 11 | Musik | Rp1.207.633.206 | 2,13% | Rp3.824.179.411 | 3,35% | Rp4.313.804.918 | 3,40% |
| 12 | Seni Pertunjukan | Rp68.035.673 | 0,12% | Rp124.467.644 | 0,11% | Rp126.876.615 | 0,10% |
| 13 | Penerbitan dan Percetakan | Rp1.814.284.628 | 3,20% | Rp4.283.989.793 | 3,75% | Rp3.045.038.765 | 2,40% |
| 14 | Layanan Komputer dan Piranti Lunak | Rp48.919.354 | 0,85% | Rp1.040.637.861 | 0,91% | Rp1.141.889.537 | 0,90% |
| 15 | Televisi dan Radio | Rp1.048.883.301 | 1,85% | Rp2.136.827.023 | 1,87% | Rp2.156.902.459 | 1,70% |

| | | | | | | | |
|-------|-----------------------------|------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| 16 | Aplikasi dan Game Developer | Rp1.882.320.302 | 3,32% | Rp5.375.175.655 | 4,71% | Rp4.440.681.533 | 3,50% |
| Total | | Rp56.696.394.656 | 100% | Rp114.159.272.294 | 100% | Rp126.876.615.228 | 100% |

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan data dalam Tabel 1.2, terdapat 16 subsektor industri kreatif yang berkontribusi terhadap pendapatan daerah Kota Bandung dari tahun 2021 hingga 2023. Tabel tersebut menunjukkan bahwa kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bandung pada periode tersebut didominasi oleh tiga subsektor industri kreatif utama, yaitu industri kuliner, industri kerajinan, dan industri fashion. Pada tahun 2023, kontribusi terbesar berasal dari industri kuliner sebesar 41,0%, diikuti oleh industri fashion sebesar 17,0% dan industri kerajinan sebesar 14,9%. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga industri tersebut memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan mendominasi industri kreatif di Kota Bandung. Namun, terdapat penurunan persentase kontribusi industri kuliner dari tahun 2021 hingga 2023. Hal ini menjadi alasan utama peneliti untuk memilih industri kuliner sebagai fokus penelitian.

Di Kota Bandung, industri kuliner menjadi yang terbesar di antara tiga subsektor industri kreatif yang mendominasi dari tahun 2021 hingga 2023. Selain itu, terdapat regulasi mengenai bisnis industri kuliner, termasuk usaha jasa makanan dan minuman, regulasi tersebut telah diatur dalam Peraturan Daerah (PERDA) Kota Bandung Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata. Pasal 18 dari peraturan tersebut menjelaskan bahwa badan usaha jasa makanan dan minuman merujuk pada usaha yang menyediakan makanan dan minuman lengkap dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian.

Definisi restoran dan kafe juga dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, menyatakan bahwa usaha jasa makanan dan minuman meliputi penyediaan makanan

dan minuman dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, termasuk restoran, kafe, jasa boga, dan bar/kedai minum.

Pertumbuhan industri kreatif dalam bidang kuliner akan meningkatkan persaingan dalam bisnis kuliner, mendorong pelaku usaha untuk merancang strategi pemasaran yang tepat, efektif, dan efisien guna memenangkan persaingan pasar yang semakin ketat. Hal ini terlihat dari banyaknya pelaku usaha baru yang berkontribusi dalam pertumbuhan industri kuliner di Kota Bandung. Berikut peneliti lampirkan data terkait jumlah pelaku usaha yang memberikan kontribusi utama terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bandung:

Tabel 1.3
Jumlah Pelaku Usaha Pada Tiga Subsektor yang Memiliki Kontribusi PDRB Tertinggi di Kota Bandung Tahun 2020-2022

| Sub-Sektor | Jumlah Pelaku Usaha | | |
|----------------|---------------------|------------|------------|
| | 2020 | 2021 | 2022 |
| <i>Fashion</i> | 2.130 | 2.184 | 2.238 |
| Kerajinan | 1.053 | 1.172 | 1.308 |
| Kuliner | 835 | 854 | 874 |

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan jumlah pelaku usaha dalam tiga subsektor yang mendominasi sebagai penyumbang PDRB tertinggi di Kota Bandung. Meskipun bisnis kuliner dianggap sebagai bisnis yang tak akan pernah usang karena kebutuhan akan makanan akan selalu ada selama manusia masih hidup, namun Subsektor kerajinan dan *fashion* menempati posisi teratas, sementara 1subsektor kuliner menempati posisi terakhir di antara ketiganya. Hal ini mengindikasikan bahwa perkembangan pelaku bisnis kuliner di Kota Bandung belum sebesar dua subsektor lainnya.

Meskipun sektor kuliner belum berkembang secepat dua sektor industri lainnya, namun tetap ada peluang bagi para pelaku usaha dibidang ini. Banyaknya wirausaha di sektor

kuliner dipengaruhi oleh jumlah populasi di suatu daerah. Selain itu, pertumbuhan bisnis di sektor ini juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain seperti peningkatan infrastruktur, berkembangnya tempat wisata, serta inovasi yang dilakukan oleh suatu daerah untuk menarik minat wisatawan. Di kota Bandung, terdapat banyak usaha di bidang kuliner yang tersebar di berbagai lokasi. Berikut peneliti lampirkan data terkait jumlah pelaku usaha kuliner di Kota Bandung.

Peneliti mengidentifikasi permasalahan terkait daya beli masyarakat pada industri kuliner di Kecamatan Rancasari, yang dapat dilihat melalui indikator berikut:

1. Penurunan usaha kuliner di Kecamatan Rancasari

Berdasarkan tabel 1.4 perkembangan industri kuliner di Kota Bandung menunjukkan peningkatan pesat di banyak kecamatan, terutama wilayah pusat kota seperti Bandung Wetan, Coblong, Sukajadi, dan Lengkong yang mencatat lonjakan signifikan dari tahun ke tahun seiring tingginya aktivitas ekonomi dan daya tarik kawasan sebagai destinasi kuliner. Namun, berbeda dengan kecamatan-kecamatan yang mengalami pertumbuhan tersebut, Kecamatan Rancasari justru menunjukkan pola yang berlawanan, yaitu pertumbuhan yang fluktuatif dan kemudian menurun. Jumlah industri kuliner di Rancasari sempat meningkat menjadi 18 unit pada 2023, tetapi kemudian turun drastis menjadi hanya 7 unit pada 2024.

Perbedaan yang signifikan antara kecamatan dengan pertumbuhan cepat dan penurunan tajam di kondisi ini juga menunjukkan bahwa rendahnya daya beli masyarakat di Kecamatan Rancasari turut mempengaruhi penurunan jumlah pelaku usaha kuliner yang mampu bertahan maupun berkembang Kecamatan Rancasari menunjukkan adanya perbedaan dinamika pengembangan usaha.

Tabel 1.4
Jumlah Pelaku Usaha Kuliner Menurut Kecamatan di Kota Bandung 2021-2024

| No | Kecamatan | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|----|-----------|------|------|------|------|
|----|-----------|------|------|------|------|

| | | | | | |
|--------------|------------------|------|------|------|------|
| 1 | Bandung Kulon | 3 | 8 | 11 | 54 |
| 2 | Babakan Ciparay | 4 | 23 | 27 | 69 |
| 3 | Bojongloa Kaler | 16 | 16 | 21 | 72 |
| 4 | Bojongloa Kidul | 14 | 17 | 17 | 72 |
| 5 | Astanaanyar | 22 | 16 | 29 | 24 |
| 6 | Regol | 47 | 25 | 43 | 93 |
| 7 | Lengkong | 141 | 93 | 170 | 217 |
| 8 | Bandung Kidul | 5 | 8 | 17 | 43 |
| 9 | Buah Batu | 10 | 16 | 23 | 58 |
| 10 | Rancasari | 13 | 13 | 18 | 7 |
| 11 | Gedebage | 2 | 5 | 5 | 30 |
| 12 | Cibiru | 3 | 9 | 9 | 21 |
| 13 | Panyileukan | 8 | 18 | 18 | 25 |
| 14 | Ujungberung | 5 | 13 | 14 | 19 |
| 15 | Cinambo | 3 | 12 | 10 | 13 |
| 16 | Arcamanik | 11 | 18 | 22 | 49 |
| 17 | Antapani | 5 | 20 | 31 | 71 |
| 18 | Mandalajati | 1 | 5 | 9 | 20 |
| 19 | Kiaracondong | 19 | 11 | 44 | 63 |
| 20 | Batununggal | 41 | 31 | 83 | 105 |
| 21 | Sumur Bandung | 366 | 119 | 302 | 305 |
| 22 | Andir | 30 | 22 | 50 | 144 |
| 23 | Cicendo | 44 | 43 | 87 | 166 |
| 24 | Bandung Wetan | 195 | 251 | 408 | 434 |
| 25 | Cibeunying Kidul | 17 | 17 | 55 | 86 |
| 26 | Cibeunying Kaler | 26 | 31 | 61 | 109 |
| 27 | Coblong | 84 | 145 | 241 | 292 |
| 28 | Sukajadi | 41 | 116 | 153 | 225 |
| 29 | Sukasari | 30 | 26 | 44 | 115 |
| 30 | Cidadap | 28 | 38 | 44 | 96 |
| KOTA BANDUNG | | 1234 | 1185 | 2066 | 3097 |

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

2. Kondisi ketersediaan sarana perdagangan di Kecamatan Rancasari

Tabel 1.5 menyajikan rasio sarana perdagangan sebagai gambaran kondisi ketersediaan fasilitas aktivitas jual beli masyarakat di Kecamatan Rancasari. Penurunan jumlah sarana perdagangan yang diikuti oleh menurunnya nilai rasio menunjukkan semakin terbatasnya fasilitas perdagangan dibandingkan dengan jumlah penduduk. Kondisi tersebut mengindikasikan terjadinya pelemahan aktivitas ekonomi masyarakat, yang selanjutnya berpotensi berkaitan dengan rendahnya daya beli masyarakat di Kecamatan Rancasari.

Tabel 1.5
Rasio Sarana Perdagangan

| Tahun | Penduduk/ Populasi | Jumlah Sarana Perdagangan (Unit) | Rasio Sarana Perdagangan Per Penduduk |
|--------------|-------------------------------|---|--|
| 2021 | 83.655 | 13 | 0,00016 |
| 2022 | 86.725 | 13 | 0,00015 |
| 2023 | 87.863 | 18 | 0,00020 |
| 2024 | 88.480 | 7 | 0,00008 |

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan hasil penelitian berikut permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh penyebab berikut:

1. Gaya Hidup

- a. Kecenderungan individu dalam melakukan aktivitas konsumsi terhadap suatu produk atau jasa (Aktivitas).

Menurunnya daya beli masyarakat berdampak pada rendahnya minat untuk melakukan pembelian, khususnya pada produk yang bersifat non-primer seperti kuliner. Masyarakat cenderung lebih selektif dalam menentukan pengeluaran dan mengutamakan kebutuhan pokok dibandingkan dengan konsumsi tambahan. Kondisi tersebut menyebabkan berkurangnya frekuensi pembelian serta menurunnya ketertarikan masyarakat terhadap produk kuliner. Rendahnya minat pembelian ini mencerminkan adanya tekanan ekonomi yang memengaruhi perilaku konsumsi, sehingga berdampak langsung pada penurunan aktivitas ekonomi di sektor industri kuliner.

- b. Persepsi masyarakat terhadap kondisi ekonomi dan kemampuan finansial yang dimilikinya (Opini).

Opini masyarakat yang cenderung negatif terhadap stabilitas pendapatan dan harga barang menyebabkan timbulnya sikap berhati-hati dalam melakukan

pengeluaran. Masyarakat beranggapan bahwa kondisi ekonomi yang tidak menentu menuntut adanya pengelolaan keuangan yang lebih ketat, sehingga konsumsi terhadap produk kuliner dianggap bukan sebagai prioritas utama. Opini tersebut membentuk perilaku menunda atau mengurangi pembelian, yang pada akhirnya mencerminkan melemahnya daya beli masyarakat. Dengan demikian, persepsi atau opini masyarakat terhadap kondisi ekonomi turut berperan dalam menentukan tingkat konsumsi dan keberlangsungan sektor industri kuliner.

2. Daya Beli Masyarakat

a. Rendahnya Kecenderungan Masyarakat dalam Melakukan Transaksi Pembelian (Minat Transaksional)

Berkurangnya jumlah sarana perdagangan dan menurunnya rasio sarana perdagangan terhadap jumlah penduduk di Kecamatan Rancasari menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas untuk aktivitas jual beli masyarakat semakin terbatas. Kondisi ini menyebabkan kesempatan masyarakat untuk melakukan transaksi menjadi berkurang dan dapat menurunkan aktivitas pembelian.

b. Rendahnya Kecenderungan Masyarakat dalam Merekomendasikan (Minat Referensial)

Berkurangnya jumlah dan ketersediaan sarana perdagangan di Kecamatan Rancasari menunjukkan bahwa kawasan tersebut belum menjadi lokasi yang menarik untuk aktivitas konsumsi masyarakat. Kondisi ini menyebabkan masyarakat cenderung kurang tertarik untuk merekomendasikan atau mengajak pihak lain berbelanja di wilayah tersebut.

Daya beli merupakan kemampuan seseorang dalam mengonsumsi suatu produk. Tingkat daya beli setiap individu tentu berbeda-beda, dipengaruhi oleh faktor seperti status sosial, jenis pekerjaan, besarnya penghasilan, dan aspek lainnya. Kemampuan daya beli ini

dapat diukur melalui pengeluaran per kapita riil, serta kemampuan masyarakat untuk membeli barang dan jasa dengan pendapatan yang dimiliki.

Gaya hidup masyarakat juga menjadi faktor penting yang memengaruhi daya beli. Perubahan preferensi konsumen, seperti meningkatnya kecenderungan untuk membeli produk siap saji atau makanan bermerek, membuat sebagian masyarakat menyesuaikan pengeluaran mereka sesuai gaya hidup tersebut. Bagi masyarakat berpenghasilan rendah, tekanan biaya hidup yang tinggi membatasi kemampuan mereka untuk mengikuti tren gaya hidup ini, sehingga konsumsi lebih difokuskan pada kebutuhan pokok. Dengan demikian, gaya hidup tidak hanya memengaruhi pola belanja, tetapi juga memperkuat tekanan ekonomi yang dirasakan masyarakat, dan pada akhirnya berdampak pada performa industri kuliner.

Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia. Tindakan dalam menghabiskan waktu, tenaga, uang, maupun sumber daya lain yang dimiliki tentu jenis kegiatan yang dilakukan seseorang tersebut akan mempengaruhi kebutuhan dan minat pada suatu produk. Konsumen mengharapkan untuk membeli produk yang dapat menunjang kebutuhannya. Pembelian dari suatu produk tersebut dapat membentuk pola-pola tertentu dari diri konsumen dalam memberikan pandangan atau nilai suatu produk yang sesuai dengan kegiatan tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk mengamati faktor dari dalam diri terutama faktor gaya hidup karena adanya fenomena yang menarik terkait dengan faktor ini dalam daya beli di Kecamatan Rancasari. Hal tersebut diidentifikasi oleh cara mereka menghabiskan waktu, uang, tenaga, maupun sumber daya lain yang dimilikinya. Gaya hidup adalah pola hidup seorang di dunia yang tercermin dalam AIO yaitu *Activities* (aktivitas), *Interests* (minat), dan *Opinion* (opini) (Kotler dan Keller, 2009:175). Aktivitas diartikan sebagai tindakan nyata dari seseorang dalam menghabiskan waktu, uang, tenaga dan sumber daya lain yang dimilikinya. Minat merujuk pada adanya ketertarikan yang disertai dengan perhatian terus-menerus pada

suatu objek yang dilakukan oleh seseorang. Sedangkan Opini merupakan jawaban lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap diri sendiri ataupun hal-hal yang terjadi di sekitarnya.

Gaya hidup menceritakan tentang bagaimana seseorang hidup mulai dari bangun pagi hari hingga tidur pada malam hari. Pakaian yang akan dikenakan hari ini, kegiatan yang akan dilakukan, sesuatu hal yang membuat seseorang tertarik pada hari ini, opini seseorang dalam menanggapi sesuatu.

Menurut Loudon dan Bitta (1993:60) "*lifestyle can be viewed as a unique pattern of living which influences and is reflected by one's consumption behavior. Many products today are 'lifestyle' products; that is, they portray a style of life sought by potential users*". Artinya Gaya hidup dapat dipandang sebagai pola hidup unik yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku konsumsi seseorang. Banyak produk saat ini merupakan produk "gaya hidup", yaitu memasarkan gaya hidup yang dicari pengguna potensial.

Sikap yang diperlihatkan oleh seseorang akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Aktivitas yang dilakukan dan minat yang muncul dari dalam diri tersebut dalam menghabiskan waktu dan uangnya dapat mendorong seseorang dalam melakukan pembelian. Pembelian ini terjadi melalui beberapa proses tahapan yang dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Kotler dan Keller (2009:172) mengatakan faktor pribadi mempengaruhi keputusan pembelian yaitu usia dan tahap siklus hidup: pekerjaan dan keadaan ekonomi: kepribadian dan konsep diri; gaya hidup dan nilai. Karena banyak dari karakteristik ini yang mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen.

Ketika melakukan pembelian, sebelumnya pembeli telah melalui beberapa tahap. Tahap pertama pengenalan kebutuhan, pembeli mencari tahu apa yang mereka butuhkan. Kedua pencarian informasi, pembeli yang telah mengetahui apa yang mereka butuhkan berusaha melakukan pencarian informasi dapat bersifat internal dan eksternal. Selanjutnya

pembeli akan mengevaluasi produk sesuai kriteria dan membuat pertimbangan. Setelah membuat pertimbangan, pembeli akan melakukan keputusan pembelian yang berujung pada hasilnya kepuasan atau ketidakpuasan (Engel et al, 1995:133).

Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat dengan hasil penelitian gaya hidup berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Penelitian oleh [CITATION Ind23 \l 1033], meneliti pengaruh pendapatan dan harga terhadap daya beli masyarakat di Pasar Wamanggu, Kabupaten Merauke, hasil menunjukkan pendapatan dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli. Penelitian oleh [CITATION Fac24 \l 1033] menganalisis bagaimana pendapatan dan gaya hidup memengaruhi keputusan pembelian (konsumsi), meskipun dalam konteks komunitas tertentu, pendapatan dan gaya hidup terbukti berpengaruh signifikan. Penelitian oleh [CITATION Hut19 \l 1033], mengkaji bagaimana pendapatan dan harga pangan mempengaruhi pola konsumsi (diversifikasi konsumsi pangan) kaitannya dengan daya beli riil masyarakat.

Menurut [CITATION SPa18 \l 1033], daya beli merupakan kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan. Daya beli masyarakat ini ditandai dengan meningkat ataupun menurun, dimana daya beli meningkat jika lebih tinggi dibanding periode lalu sedangkan daya beli menurun ditandai dengan lebih tingginya kemampuan beli masyarakat dari pada periode sebelumnya. Keterkaitan antara meningkat dan menurunnya daya beli dapat dilihat dari banyaknya permintaan masyarakat terhadap produk tertentu karena pengaruh perubahan gaya hidup. Gaya hidup yang berkembang, khususnya kecenderungan mengonsumsi produk siap saji atau bermerek, menciptakan pola konsumsi yang dapat berbenturan dengan keterbatasan anggaran pada masyarakat berpenghasilan rendah.

Akibatnya adalah melemahnya daya beli masyarakat, yang pada akhirnya berdampak

langsung pada dinamika dan kinerja industri kuliner di Kecamatan Rancasari. Daya beli yang menurun menyebabkan permintaan terhadap jasa kuliner menyusut, sehingga omzet pelaku usaha menurun dan banyak usaha yang tidak mampu bertahan atau berkembang, seperti yang terlihat dari fenomena penurunan tajam jumlah pelaku usaha di kecamatan tersebut.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan kembali penelitian yang berhubungan dengan daya beli masyarakat. Peneliti memilih kecamatan Rancasari sebagai objek penelitian gaya hidup sebagai faktor yang diduga mempengaruhi daya beli masyarakat. Penulis memilih faktor tersebut karena faktor tersebut dinilai mampu memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap daya beli masyarakat. Hal tersebut menjadi alasan peneliti untuk membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Daya Beli Masyarakat pada Industri Kuliner di Kecamatan Rancasari.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum pada objek di Kecamatan Rancasari?
2. Bagaimana kondisi gaya hidup dan daya beli masyarakat pada industri Kuliner di Kecamatan Rancasari?
3. Seberapa besar pengaruh gaya hidup terhadap daya beli masyarakat pada industri kuliner di Kecamatan Rancasari?
4. Hambatan-hambatan yang dihadapi serta upaya yang dilakukan dalam mengatasi pengaruh gaya hidup terhadap daya beli masyarakat pada industri kuliner di Kecamatan Rancasari?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan penelitian tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui gambaran umum pada objek di Kecamatan Rancasari.
2. Mengetahui kondisi gaya hidup dan daya beli masyarakat pada industri Kuliner di Kecamatan Rancasari.
3. Mengetahui besarnya pengaruh gaya hidup terhadap daya beli masyarakat pada industri kuliner di Kecamatan Rancasari.
4. Untuk mengidentifikasi upaya dan strategi yang harus dilakukan oleh pelaku industri kuliner di Kecamatan Rancasari dalam mengatasi hambatan serta meningkatkan daya beli masyarakat berdasarkan temuan pengaruh gaya hidup.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Kegunaan secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Pemasaran. Hasil penelitian ini dapat menambah referensi dan literatur ilmiah mengenai hubungan antara gaya hidup dan daya beli masyarakat. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi daya beli masyarakat, baik dalam konteks industri maupun sektor lainnya.

2. Kegunaan secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pelaku usaha industri kuliner di Kecamatan Rancasari, khususnya dalam memahami karakteristik gaya hidup konsumen yang berpengaruh terhadap daya beli masyarakat. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti penyesuaian produk, harga, promosi, dan pelayanan sesuai dengan gaya hidup

