

# BAB 1 PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Ikan Cupang Jantan Merupakan salah satu ikan hias yang bernilai ekonomis tinggi karena memiliki keistimewaan, seperti keindahan warna tubuh, keunikan bentuk sirip sehingga sangat diminati oleh para pecinta ikan hias dan dapat digunakan sebagai ikan laga atau petarung, karena sangat agresif dan memiliki kebiasaan saling menyerang jika ditempatkan dalam satu wadah. Ikan Cupang juga mendadak Populer di Kota Ponorogo. Selain di sukai dan diminati semua kalangan usia untuk dijadikan sebagai hobi. Ikan tersebut menjadi bisnis yang menguntungkan di tahun 2020 selama ekonomi yang belum stabil di karenakan virus corona, justru menjadikan Ikan Cupang banyak diminati. *Betta Fish* atau juga ikan Cupang menjadi salah satu hobi yang kian populer di tahun kembar, khususnya di kalangan para pecinta ikan hias. Untuk beberapa tahun belakangan ini terjadi pergeseran minat terhadap *Betta Fish*, tidak lagi di pandang sebagai ikan recheh atau murahan, segala keindahan yang ada pada *Betta Fish* sudah setara dengan ikan hias lainnya, bahkan lebih diminati di semua kalangan.

Ikan Cupang mengalami berbagai jenis persilangan sehingga menghasilkan variasi yang kian beragam, Baik bentuk, fisik, corak, maupun warnanya. Fenomena ikan Cupang ini memang belum ada penelitiannya, tetapi peningkatan di mungkin karena dipicu kemajuan internet dan teknologi yang mempermudah proses pemasaran. Banyak peminat yang ingin melihara *Betta Fish*, dikarenakan pemeliharaannya yang mudah. Tak hanya berguna untuk menghilangkan stres namun bentuk ikan kecil menawan ini, memiliki

postur tubuh kekar dan gigi kuat. Dahulu ikan Cupang merupakan kategori ikan yang bagus, Sekarang ikan Cupang terdapat banyak jenis yang lebih beragam, orang-orang berlomba untuk mencari yang terbaik. Keindahan yang banyak diminati dan menjadi perburuan pada ikan Cupang itu meliputi, perpaduan warna sisik, ekor, dan sirip. Dengan ciri khas utama yang dimiliki ikan Cupang, dahulu banyak orang mengetahui ikan Cupang dengan warna yang hanya dominan gelap saja, kemudian warna yang cerah dengan campuran merah, hijau dan biru.

Warna campuran sekarang telah menjadi tren baru ikan Cupang, bahkan ada yang memiliki lebih dari tiga warna. Karakter ikan yang tidak agresif atau lebih tenang, di tambah perawatan yang mudah, membuat ikan Cupang tidak pernah turun dari pamornya, bahkan sekarang di tahun 2020 sampai 2021 tren ikan Cupang naik terus. Cupang dengan warna klasik masih mendominasi, seperti kombinasi warna merah, hijau dan biru. Kemudian populer warna solid, yaitu hanya memiliki satu warna. Jenis Gordon dan blue rim, salah satu yang paling banyak diminati dan dicari para pecinta *Betta Fish*. Jenis Gordon memiliki warna khas yaitu metalik yang berkilau, sedangkan jenis blue rim memiliki warna solid putih dengan kombinasi warna biru di sepanjang tepi siripnya. Perawatan *Betta Fish* sangatlah mudah, bahkan anak-anak bisa sampai tertarik. Membuat semakin banyak orang-orang untuk memiliki ikan Cupang tersebut.

Ikan Cupang pada umumnya terbagi menjadi tiga golongan yaitu Cupang liar, Cupang aduan dan Cupang hias. Ikan Cupang yang memiliki kualitas baik pada umumnya memiliki sirip dan ekor berwarna terang. Adapun

sirip pada Cupang umumnya akan terbuka secara sempurna. Tidak ada jarak antara sirip bawah dan ekor ataupun antara sirip-sirip punggung. Sirip sirip ikan umumnya akan merapat sempurna saat ikan memekarkan sirip-sirip mereka. Ikan ini selain bentuknya dianggap cantik juga memiliki daya tahan tubuh yang sangat kuat. Cupang mampu hidup dengan kadar oksigen yang sangat minim. Hal tersebut terjadi karena dalam tubuh ikan Cupang mirip dengan rongga labirin yang bentuknya hampir sama pada paru-paru manusia. Ikan Cupang berdasarkan kecantikannya ada 10 jenis ikan Cupang dengan motif super cantik yang juga populer untuk dipelihara berdasarkan bentuk ekor dan siripnya. Walaupun ikan Cupang ini cenderung agresif dan hidup di soliter, ikan air tawar ini terbilang sangat mudah dipelihara, dan memiliki banyak jenis bekat perkawinan silang. Beberapa pilihan ikan Cupang yang populer saat ini.

Minat Beli Pada ikan Cupang, terjadi karena adanya suatu ketertarikan pada ikan Cupang yang saat ini sedang populer untuk di jadikan sebagai hewan Peliharaan. Minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen atau individu tersebut terhadap suatu produk. Duriyanto menyatakan bahwa (2014) minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk. Misalnya, harga cara membeli dan kelemahan serta keunggulan produk dibandingkan dengan merek lain". Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan suatu proses perencanaan pembelian suatu produk yang akan dilakukan oleh konsumen dengan mempertimbangkan

beberapa hal. diantaranya adalah banyak unit produk yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu, merek dan sikap konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut.

Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* berdampak pada para peminat ikan Cupang. Pengaruh E-WOM terutama pada Media Sosial yang hingga saat ini menjadi salah satu tempat untuk memasarkan ikan Cupang. Media sosial sangat memudahkan pelaku bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Banyak sekali pelaku bisnis ikan Cupang melakukan pemasaran melalui media sosial seperti *Instagram, Whatsapp* dan *facebook*. Sehingga banyak orang yang bermain media sosial dan melihat ikan Cupang yang dipasarkan pada media sosial, mengakibatkan orang akan minat untuk menjadikan ikan Cupang sebagai hobi. Banyaknya masyarakat awam yang ingin mengikuti tren melihara ikan Cupang, membuat masyarakat mencari informasi mengenai Ikan Cupang melalui berbagai referensi. *E-WOM* dirasa lebih efektif karena informasinya yang lebih reliabel, jenis komunikasi dengan pesan *non-commercial* ini memiliki tingkat persuasif yang lebih tinggi dengan kepercayaan dan kredibilitas yang tinggi pula (Jalilvand, 2012).

Ikan Cupang semakin populer karena keberadaan influencer hingga para artis yang ikut melihara ikan Cupang. Jadi dari sisi artis atau influencer yang bermain media sosial dengan pengikut yang banyak, mereka membagikan pengalaman melihara ikan Cupang dengan cara melalui media sosial mereka. Sehingga membuat sebagian masyarakat pengikut media sosial artis dan influencer tersebut menjadi ingin untuk melihara ikan Cupang. Dalam mencari informasi masyarakat melakukan komunikasi dengan orang yang memiliki

pengetahuan dan pengalaman terhadap dunia *Betta Fish* melalui media sosial atau disebut juga *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*. Dengan adanya *E-WOM* dimana akibat menyebarnya virus covid-19 yang mengharuskan pembatasan fisik memberikan manfaat yang praktis bagi calon peminat pada *Betta Fish*. Media sosial yang sering digunakan masyarakat dalam mencari informasi adalah *Whatsapp, Facebook, dan Instagram*

Faktor Efek Komunitas juga menjadi salah satu pertimbangan dalam mempengaruhi ketertarikan seseorang pada sebuah jasa atau produk. Efek komunitas sendiri bisa dari sebuah kelompok tongkrongan yang bisa mempengaruhi untuk membeli Sesuatu prduk atau jasa. Biasanya kelompok tersebut punya pembahasan saat individu dari kelompok tersebut mempunyai minat beli terhadap sesautu barang, dan anggota tersebut menceritakan barang yang akan di milikinya, sehingga anggota lain akan terpengaruh. Bisa di ambil contoh dari kelompok masyarakat yang suka menikmati kopi, mereka akan selalu membahas hal hal yang lagi tren seperti ikan Cupang untuk dijadikan sebagai hewan hias peliharaan. Efek Komunitas pada dewasa ini juga berpengaruh besar dalam minat untuk memiliki suatu produk oleh masyarakat. Adanya kebutuhan untuk diterima dalam kelompok sebaya menyebabkan individu melakukan perubahan dalam sikap dan perilaku sesuai dengan perilaku anggota kelompok teman sebaya. Oleh karena itu, jika individu dalam suatu kelompok teman sebayanya menggunakan produk jenis tertentu, maka besar sekali kecenderungan individu bersangkutan untuk memiliki produk dengan jenis yang sama pula dengan adanya efek komunitas, diharapkan

mampu meningkatkan minat beli khususnya dalam hal pembelian Ikan Cupang.

Faktor Psikologis adalah salah satu faktor yang timbul dari dalam diri konsumen yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor psikologis menentukan bagaimana individu menerima dan berinteraksi dengan lingkungannya dan pengaruh pada keputusan yang di ambil konsumen, semakin tinggi faktor psikologis yang diambil oleh konsumen maka semakin tinggi pula keputusan pembelian. Faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan dimana seseorang tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh masa lampau atau antisipasinya terhadap waktu yang akan datang. Pilihan pembelian konsumen di pengaruh oleh empat faktor psikologis, yang terdiri dari Motivasi, Persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

Keberadaan ikan Cupang sekarang sudah banyak, ada Cupang alami ada yang sudah di kawin silangkan sehingga menghasilkan Cupang yang bervariasi dan di situlah letak keunikan dari ikan Cupang. Persepsi pada keindahan warna ikan Cupang yang membuat banyak orang tertarik untuk melakukan pembelian. Beragam manfaat dapat didapatkan selama memelihara ikan Cupang, diantaranya ikan Cupang berfungsi untuk membasmi jentik nyamuk, namun kini menjadi ikan hias yang banyak dipelihara. Ikan Cupang memang sudah lama menjadi salah satu ikan peliharaan yang populer. Selain itu juga mengurangi stress jika melihat ikan yang berenang didalan air menjadikan perasaan jadi lebih rileks. Ada yang tertarik pada kecantikan motif tubuh dan ada pula yang memeliharanya untuk diadu dengan ikan Cupang lain.

Adanya akuarium dengan segala tanaman hias dan ikan hias warna warni akan memperindah suasana rumah. Memperoleh informasi dan fenomena yang jelas sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh E-WOM, Efek Komunitas dan Faktor psikologis terhadap minat beli pada ikan Cupang pada tahun kembar atau tahun 2020 yang sempat terjadi bencana virus Covid-19 yang melanda seluruh dunia, menjadikan perkembangan ekonomi tidak stabil.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh *E-Wom*, Efek Komunitas dan Faktor Psikologis Terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah *E-WOM* berpengaruh secara Parsial terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo?
2. Apakah Efek Komunitas berepengaruh secara Parsial terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo?
3. Apakah Faktor Psikologis berpengaruh secara Parsial terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo?
4. Apakah *E-WOM*, Efek Komunitas dan Faktor Psikologis berpengaruh secara Parsial terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui pengaruh *E-WOM* secara parsial terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo?
- b. Untuk Mengetahui pengaruh Efek Komunitas secara parsial terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo?
- c. Untuk Mengetahui pengaruh Faktor Psikologis secara parsial terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo?
- d. Untuk Mengetahui pengaruh *E-WOM*, Efek Komunitas dan Faktor Psikologis secara parsial terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo ?

### 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi semua pihak, antara lain :

- a. Bagi Peneliti  
Memberikan Pengetahuan dan Informasi tentang seberapa besar pengaruh *E-WOM*, Efek Komunitas dan Faktor Psikologis terhadap Minat Beli Ikan Cupang di Ponorogo
- b. Bagi Universitas  
Tema penelitian diharapkan bisa menjadi referensi bagi pengembangan penelitian berikutnya
- c. Bagi peneliti berikutnya  
Memperoleh pengalaman dan menambah pengetahuan praktis yang berharga bagi peneliti, serta diharapkan dapat menjadi bekal untuk memasuki dunia kerja.