

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Fenomena

Aktivitas *outdoor* pada saat ini marak di kalangan masyarakat, terutama pada kaum muda mudi. Banyak yang menjadikan aktivitas *outdoor* ini sebagai media pembelajaran dengan maksud tertentu misalkan melakukan pengamatan dan survey serta ada pula yang hanya menjadikannya sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sambodo (2012) bahwa “Perjalanan yang dilakukan di alam terbuka memiliki berbagai tujuan diantaranya dengan tujuan eksplorasi, survey, maupun hanya sekedar jalan-jalan”. Malau (2012) menyatakan bahwa “*Outdoor education is, an experimental method of learning by doing, wich takes place primarily through exposure to the out-of-doors. In outdoor education, the emphasis for the subject of learning is placed on RELATIONSHIP : relationship concerning human and natural resources*”, yang artinya “Pendidikan luar ruangan adalah metode eksperimen belajar sambil bekerja, yang terjadi terutama melalui paparan di luar rumah. Pada pendidikan luar ruangan, penekanan untuk subjek pembelajaran ditekankan pada HUBUNGAN : Hubungan tentang sumber daya manusia dan alam”. Banyak kegiatan *outdoor* yang biasanya dilakukan oleh masyarakat, misalnya mendaki gunung, bersepeda, camping, climbing, caving dan masih banyak lagi. Menurut Yulianto dkk (2010) “Pendidikan luar kelas diartikan sebagai pendidikan yang berlangsung di luar kelas yang melibatkan pengalaman yang membutuhkan partisipasi siswa untuk mengikuti tantangan petualangan yang

menjadi dasar dari aktivitas luar kelas seperti hiking, mendaki gunung, camping, dan lain-lain”. Beberapa orang menyebut aktivitas *outdoor* dengan banyak istilah seperti pembelajaran di luar kelas atau pembelajaran lapangan.

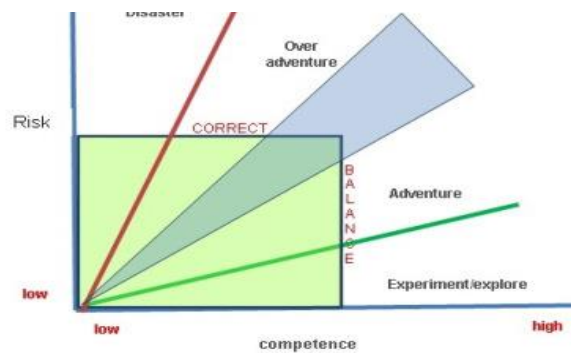
Aktivitas *outdoor* mempunyai banyak manfaat, diantaranya adalah dapat melatih kecerdasan motorik, karena pada saat melakukan kegiatan *outdoor* otomatis seluruh bagian tubuh akan bergerak. Selain itu aktivitas *outdoor* juga dapat menghilangkan stress yang berlebihan akibat terlalu banyak bekerja dan berpikir. Menurut Direktorat Tenaga Kependidikan (Husamah, 2013), “Proses pembelajaran secara langsung dapat memberikan pengalaman nyata pada siswa, artinya pengalaman itu akan terhindar dari kesalahan persepsi dari pembahasan materi pembelajaran tertentu”. Setiap orang mempunyai definisi tersendiri untuk menyampaikan manfaat dari aktivitas *outdoor* yang didapat. Dalam pelaksanaan kegiatan atau aktivitas *outdoor* peserta didik atau pelaku juga dapat mengembangkan keterampilan dasarnya, seperti yang dinyatakan oleh Mortlock (Yudha, 2016) ada empat keterampilan dasar yang bisa dikembangkan dalam kegiatan di alam terbuka, yaitu:

1. *Skill* keterampilan teknis
2. *Skill* kebugaran
3. *Skill* pengembangan sikap positif (*Human Skill*)
4. *Skill* pemahaman lingkungan (*Environmental Skill*)

Selain mempunyai banyak manfaat, kegiatan atau aktivitas *outdoor* juga mempunyai banyak resiko yang akan dialami oleh pelaku. Untuk meminimalisir resiko tersebut biasanya orang yang akan melakukan kegiatan atau aktivitas

*outdoor* akan membawa beberapa perlengkapan dan obat-obatan sebagai penunjang dari aktivitasnya.

Pada buku Manajemen Resiko Kegiatan Alam Terbuka Bag II : *Black Book Of Rover Scout* tahun 1986, Martin and Priest mengembangkan sebuah model mengenai derajat resiko sebuah aktifitas luar ruangan yang disebut *Adventure Experience Paradigm* (AEP diagram).



Sumber : (Kurniawan, 2012)

Gambar 1.1. AEP Diagram "Martin and Priest,1986"

Tabel 1.1. Penjelasan AEP Diagram " Martin and Priest,1986"

No.	Level	Deskripsi
1.	<i>Experiment</i>	Level kegiatan yang sangat mudah.
2.	<i>Adventure</i>	Level kegiatan memungkinkan peserta menggunakan keterampilannya lebih jauh.
3.	<i>Peak adventure</i>	Level kesulitan yang ditawarkan memaksa peserta hingga batas kemampuan mereka.
4.	<i>Over adventure</i>	Kegiatan yang bila dilaksanakan akan menghasilkan efek negatif
5.	<i>Disaster</i>	Kegiatan ini jangan dilakukan.

Sumber : (Kurniawan, 2012)

Dengan model ini pelaku atau peserta didik dapat melihat kegiatan yang dilaksanakan masuk dalam daerah yang mana. Menurut Kurniawan (2012) faktor-faktor yang terlibat dalam membuat penilaian resiko selain potensi bahaya yang sudah diidentifikasi dapat digolongkan menjadi :

Tabel 1.2. Faktor-Faktor Kompetensi Dan Resiko

<b>NO.</b>	<b>KOMPETENSI</b>	<b>RESIKO</b>
1.	Individu	Lingkungan
2.	Kemampuan/ <i>Skill</i>	Situasi
3.	Pengetahuan	Kesulitan
4.	Perilaku	Tantangan

Sumber : (Kurniawan, 2012)

Resiko dalam suatu kegiatan tidak dapat dihindari, tapi setidaknya sebuah resiko dapat diminimalisir keadaannya. Sama halnya dengan aktivitas *outdoor*, resikonya sendiri dapat diminimalisir dengan beberapa cara, salah satunya dengan membuat manajemen perlengkapan. Manajemen perlengkapan adalah salah satu bagian dari manajemen perjalanan yang harus dilakukan oleh pelaku kegiatan atau aktivitas *outdoor*. Karena peralatan dan perlengkapan adalah hal yang penting untuk menunjang keselamatan dan keberhasilan dalam suatu aktivitas atau kegiatan. Salah satu manajemen perlengkapan yang harus diperhatikan yaitu perencanaan dan persiapan alat pra dan pasca kegiatan (Rohim, 2012).

#### 1. Perencanaan

Dalam proses perencanaan ada beberapa hal yang harus diperhatikan pada saat merencanakan suatu peralatan dan perbekalan yang akan dibawa pada saat kegiatan atau aktivitas luar ruangan, diantaranya adalah :

a. Durasi atau lamanya kegiatan serta jumlah peserta kegiatan

Lamanya kegiatan dan banyaknya peserta berkaitan erat dengan jumlah peralatan dan perbekalan yang akan dibawa. Semakin lama dan banyak peserta kegiatan maka akan semakin banyak pula peralatan dan perbekalan yang akan dibawa.

b. Jenis kegiatan.

Jenis kegiatan akan mempengaruhi jenis peralatan yang akan dibawa.

c. Karakteristik wilayah.

Karakteristik wilayah ini juga akan mempengaruhi jenis peralatan yang akan dibawa, misalnya suatu pendakian yang dilakukan di gunung es akan berbeda peralatannya dengan pendakian di gunung tropis.

## 2. Peralatan

Peralatan dalam kegiatan alam bebas pada dasarnya adalah untuk menunjang berjalannya kegiatan, meningkatkan keamanan dan keselamatan, serta memberikan kenyamanan dalam berkegiatan. Secara umum, peralatan yang dibutuhkan pada saat melakukan kegiatan atau aktivitas *outdoor* terbagi menjadi tiga jenis, yaitu :

a. Peralatan dasar

Peralatan dasar yaitu peralatan yang harus atau yang dibawa atau peralatan yang dibutuhkan pada saat mealakukan kegiatan attau aktivitas *outdoor*.

Beberapa jenis peralatan dasar yaitu :

Tabel 1.3. Jenis Dan Nama Alat *Outdoor*

No.	Jenis Alat	Nama Alat
1.	<i>Backpack</i>	<i>Carrier, rucksack</i>
2.	<i>Shelter</i>	Tenda, <i>flysheet</i>
3.	Perlengkapan memasak dan makan	Nesting, kompor, bahan bakar, tempat air
4.	Perlengkapan tidur	Sleeping bag, matras
5.	Pakaian	Pakaian jalan, pakaian tidur, jaket, pakaian ganti, topi lapangan, sarung tangan, kaos kaki, sepatu
6.	<i>First aid kit</i>	Obat-obatan, plester, kain kassa
7.	<i>Survival kit</i>	Pemantik, parafin, kail, senar, pemurni air, pisau serbaguna
8.	<i>Repair kit</i>	Penang, jarum, peniti
9.	Peralatan penerangan	Senter, <i>headlamp</i> , lilin, bohlam, dan baterai cadangan
10.	Perlengkapan sanitasi	Alat mandi, kantong sampah, tisu
11.	Perlengkapan jalan	Golok tebas, <i>webbing</i> , <i>carabiner</i> , jam tangan
12.	Alat komunikasi	<i>Handy talky</i> , <i>hand phone</i>
13.	Peralatan navigasi	Peta, kompas, protaktor, GPS, buku panduan
14.	Peralatan dokumentasi	Kamera, <i>handycam</i> , alat tulis dan buku catatan

Sumber : (Rohim, 2012)

Berikut beberapa merek perlengkapan *outdoor* yang banyak diminati dan dijualbelikan di Indonesia, diantaranya adalah :

Tabel 1.4. Beberapa merek perlengkapan *outdoor* di Indonesia

No	Merek
1.	Eiger
2.	Consina
3.	Rei
4.	Deuter

5.	Oespray
6.	Fjallraven
7.	Avtech

Sumber : (Anjani, 2019)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa ada beberapa merek perlengkapan *outdoor* yang diminati di Indonesia. Setiap merek memiliki perbedaan kualitas masing-masing dan pastinya setiap orang juga mempunyai pendapat yang berbeda mengenai merek-merek tersebut. Dari tujuh merek diatas, merek Eiger adalah merek yang sering dan mudah dijumpai. Eiger sendiri mempunyai banyak jenis produk yang diperjual belikan, diantaranya adalah *carrier*, sepatu, *daypack*, dan jaket. Ada beberapa merek perlengkapan outdoor lain juga yang mempunyai jenis produk yang sama dengan Eiger. Meskipun mempunyai jenis produk yang sama, namun harga yang ditawarkan berbeda-beda.

Tabel 1.5. Harga beberapa merek perlengkapan *outdoor*

No	Merek	Jenis Produk			
		<i>Carrier</i>	Sepatu	<i>Daypack</i>	Jaket
1.	Eiger	Rp. 944.100	Rp. 699.000	Rp. 425.000	Rp. 512.100
2.	Consina	Rp. 792.000	Rp. 545.000	Rp. 385.000	Rp. 375.000
3.	Rei	Rp. 599.000	Rp. 549.000	Rp. 299.000	Rp. 345.000

Sumber : (Elevenia, 2020)

Pada negara Indonesia sudah banyak tersebar toko-toko resmi milik perusahaan Eiger. Toko tersebut ditempatkan pada masing-masing daerah yang berpotensi baik untuk penjualan perlengkapan *outdoor*. Salah satu daerah yang juga ditempati untuk penjualannya adalah Jawa Timur. Hal ini disebabkan karena pada daerah Jawa Timur banyak lokasi yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk

melakukan aktivitas *outdoor*. Menurut Cristian (2018) dalam wawancaranya, kontribusi Jawa Timur terhadap total keseluruhan penjualan Eiger adalah sebesar 15% atau urutan ketiga setelah Jakarta dan Jawa Barat yang masing-masing menyumbang 40%, dan 5% untuk provinsi lainnya (Lestari, 2018).

Tabel 1.6. Persentase penjualan beberapa merek *outdoor* di Indonesia

No	Merek	Persentase
1.	Eiger	27,2%
2.	Carvil	23.1%
3.	Bata	16,2%
4.	Nike	9,2%
5.	Homyped	5,7%
6.	Adidas	5,3%
7.	Kickers	5,1%
8.	Avtech	4,4%
9.	Cross	3,8%
	<b>Jumlah</b>	<b>100%</b>

Sumber: (Top Brand Award, 2019)

Pada daerah Jombang terdapat beberapa toko *outdoor*, yang satu diantaranya adalah toko resmi milik Eiger. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat daerah Jombang juga memiliki ketertarikan terhadap produk-produk perlengkapan *outdoor*. Adanya toko yang menjual perlengkapan *outdoor* di daerah Jombang ini adalah untuk mempermudah masyarakat dalam mendapatkan barang yang diinginkan. Beberapa produk *outdoor* yang dijual tidak hanya dibeli untuk kepentingan aktivitas *outdoor* agar lebih bisa menjamin keselamatan, namun juga



untuk memenuhi kepentingan pribadi sebagai gaya hidup untuk mendapatkan popularitas. Beberapa orang juga beranggapan bahwa perlengkapan *outdoor* yang memiliki harga cukup tinggi juga memiliki kualitas yang baik sehingga dapat bertahan pada jangka waktu yang cukup lama.

Setiap orang mempunyai alasan tersendiri dalam membeli suatu produk yang diinginkannya, beberapa alasan tersebut dapat dikatakan sebagai motif pembelian. Motif pembelian yaitu motif yang mendorongnya untuk membeli suatu produk (Keyla, 2016). Menurut Ubay (2019) Motif sendiri adalah faktor intern yang membangun, mengarahkan dan mengintegrasikan tingkah laku seseorang. Motif pembelian atau *buying motives* ada tiga macam, yaitu *primary buying motives*, *selective buying motives*, dan *patronage buying motives*. *Primary buying motives* adalah motif untuk membeli yang sebenarnya, sedangkan *selective buying motives* adalah pemilihan terhadap barang, dan *patronage buying motives* adalah *selective buying motives* yang ditujukan kepada tempat atau toko tertentu (Yuliantari, 2015). Pada penelitian ini, penulis akan mencari tahu tentang bagaimana motif pembelian selektif atau *selective buying motives* dari konsumen saat membeli produk *outdoor* merek Eiger.

## **1.2. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah dorongan atau motif yang mengarahkan terbentuknya perilaku untuk membeli perlengkapan *outdoor* merek Eiger daripada merek lainnya.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Ditinjau dari fokus penelitian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Mengapa konsumen memilih membeli produk perlengkapan *outdoor* merek Eiger daripada merek lainnya?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pandangan dan opini konsumen tentang motif pembelian pada saat memilih produk perlengkapan *outdoor* merek Eiger. Secara lebih detail, tujuan dari penelitian ini adalah Mengungkap dan memahami motif pembelian yang mendasari atau menjadi alasan pada saat membeli produk perlengkapan *outdoor* merek Eiger.

### **1.5. Batasan Masalah**

Agar masalah yang diteliti tidak terlampau luas, maka penulis membatasi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa yang telah membeli perlengkapan *outdoor* merek Eiger dengan usia 20 sampai 30 tahun di sekitar Jombang
2. Motif yang hendak diteliti adalah motif pembelian selektif atau *selective buying motive*.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

### 1. Teoritis

Secara teoritis manfaat dari penelitian ini adalah sebagai sarana untuk pengembangan ilmu pendidikan dan penambahan wawasan bagi peneliti dan pembaca umum, serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

### 2. Praktis

Secara praktis manfaat dari penelitian ini adalah dapat dijadikan rujukan untuk mengetahui apa motif pembelian dari konsumen saat membeli produk *outdoor* merek Eiger