

## Perubahan Perilaku Masyarakat Kota Bandar Lampung dalam Membeli Bahan Pangan Segar di Masa Pandemi

### *Changes in The Behavior of The City of Bandar Lampung in Buying Fresh Groceries During The Pandemic*

Dian Rahmalia<sup>1\*</sup>, I Rani Melly Sari<sup>1</sup>, Eka Kashmir<sup>1</sup>, Shinta Tantriadisti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

<sup>2</sup>Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung

\*email: dian.rahmalia@fp.unila.ac.id

Submitted: 1 November 2021 Revised: 18 Maret 2022 Accepted: 18 Juli 2022

#### ABSTRAK

Salah satu kebutuhan pokok masyarakat yang harus terpenuhi adalah kebutuhan atas bahan pangan segar seperti beras, sayur-sayuran, lauk-pauk, rempah, buah-buahan, dan lain-lain. Masyarakat di daerah perkotaan umumnya membeli bahan pangan segar yang dibutuhkan ini secara langsung di pasar tradisional dan modern atau warung sekitar tempat tinggal. Namun, tidak sedikit pula yang membelinya secara online. Perkembangan teknologi kemudian pandemi yang terjadi semakin memicu masyarakat melakukan pembelian kebutuhan hidupnya secara online termasuk kebutuhan bahan pangan segar. Pembelian bahan pangan segar yang sebelumnya dilakukan secara langsung berubah menjadi secara online. Penelitian bertujuan untuk mengetahui perubahan perilaku masyarakat kota dalam membeli bahan pangan segar yang dibutuhkan. Metode penelitian dilakukan dengan metode survey. Pengumpulan data melalui kuesioner dengan aplikasi *google form*. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah telah terjadi perubahan dalam pembelian bahan pangan segar secara online akibat adanya pandemi. Sebelum pandemi, mayoritas masyarakat di Kota Bandar Lampung melakukan pembelian bahan pangan segar secara online sebanyak 1-2 kali dalam sebulan. Setelah pandemi, mayoritas masyarakat di Kota Bandar Lampung melakukan pembelian bahan pangan segar secara online lebih dari 4 kali dalam sebulan.

**Kata kunci:** Pandemi, Bahan pangan segar, Online.

#### ABSTRACT

*One of the basic needs of the community that must be fulfilled is the need for fresh groceries such as rice, vegetables, side dishes, spices, fruits, and others. People who live in urban areas generally buy fresh groceries needed directly in traditional and modern markets or in stalls around the residence. However, not a few also buy it online. The development of technology and then the pandemic that occurred increasingly triggered people to make online purchases for their needs including the need for fresh groceries. The purchase of fresh groceries that was previously done directly changed to online. This research aims to find out whether there is a change in the behavior of city people in buying fresh groceries needed. Research methods are carried out by survey method. Data collection is done through questionnaires using the Google form application. The collected data is analyzed descriptively quantitatively. The result obtained in this study is that there has been a change in the purchase of fresh groceries online due to the pandemic. Before the pandemic, the majority of people in Bandar Lampung City purchased fresh groceries online 1-2 times a month. After the pandemic, the majority of people in Bandar Lampung City purchased fresh groceries online more than 4 times a month.*

**Keywords:** Pandemic, Fresh Groceries, Online.

## PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia yang harus terpenuhi sering disebut sebagai kebutuhan pokok atau kebutuhan primer yang salah satunya adalah kebutuhan atas pangan. Jenis pangan dibagi menjadi dua yaitu pangan segar dan pangan olahan. Pangan olahan selanjutnya digolongkan menjadi pangan olahan tertentu, pangan olahan siap saji, dan pangan olahan tidak siap saji (Nursiah & Haris, 2018). Pangan segar merupakan bahan pangan yang belum dapat dikonsumsi secara langsung atau bahan pangan yang dijadikan bahan baku untuk proses pengolahan lebih lanjut seperti beras, sayur-sayuran, lauk-pauk, rempah, buah-buahan, dan lain-lain. Bahan pangan segar ini membutuhkan perlakuan khusus karena karakteristiknya yang mudah busuk atau cepat rusak.

Mayoritas masyarakat di daerah perkotaan berada pada jarak yang cukup jauh dengan lokasi produksi bahan pangan segar, sehingga dalam memenuhi kebutuhan atas pangan terutama bahan pangan segar umumnya dilakukan dengan cara membeli secara langsung di pasar tradisional, pasar modern, atau di toko/warung sekitar tempat tinggal mereka. Dengan adanya perkembangan teknologi, masyarakat di daerah perkotaan mulai memanfaatkan media atau platform digital untuk membeli bahan pangan segar secara online. Hal ini kemudian terjadi Pandemi Covid-19 sejak awal tahun 2020 semakin memicu pergeseran transaksi, dari langsung ke online (Ivan's & Sari, 2021). Pada masa pandemi, masyarakat Indonesia bersikap lebih introvert dengan meminimalisir terjadinya kontak sosial sehingga berbagai aktivitas atau kegiatan termasuk dalam melakukan pembelian kebutuhan memanfaatkan media aplikasi online (Sudirman, 2022). Kondisi Pandemi yang terjadi pada akhirnya semakin memicu masyarakat melakukan pembelian bahan pangan segar secara online untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pada saat pandemi masyarakat dituntut untuk dapat menjaga imun tubuhnya agar tidak terserang virus yang berbahaya. Salah satu upaya untuk menjaga imun tubuh yaitu dengan mengonsumsi makanan yang bergizi dan tidak tercemar oleh bahan-bahan yang dapat mengganggu kesehatan manusia (Puspitasari *et al.*, 2020). Pangan yang memenuhi persyaratan ini diantaranya adalah yang berasal dari bahan pangan segar. Namun diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dilanjutkan dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) berdampak pada terkendalanya logistik dan distribusi bahan makanan. Pasokan yang semakin berkurang dan sulitnya mendapatkan bahan pangan menyebabkan masyarakat atau konsumen mencari berbagai alternatif cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Hutauruk, 2020).

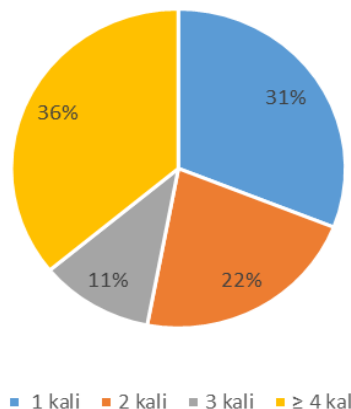
Berdasarkan hasil penelitian Cholilawati & Suliyanthini (2021) bahwa selama pandemi covid-19 terjadi perubahan perilaku masyarakat yaitu terkait dengan pencarian informasi, pembelian barang dan atau jasa, serta penggunaan atas barang atau jasa tersebut. Perubahan perilaku konsumen terkait dengan cara pembelian diantaranya yaitu konsumen melakukan pembelian dengan menggunakan e-commerce. Tutupnya pasar tradisional sebagai bagian dari kebijakan PSBB dan PPKM menyebabkan pengelola kemudian bekerja sama dengan platform digital membuka layanan penjualan secara online (Rohmah, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan perilaku konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung (peningkatan) terhadap pembelian online bahan pangan segar oleh sebelum dan saat terjadinya pandemi covid-19.

## METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini bertempat di Kota Bandar Lampung. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen rumah tangga yang membeli bahan pangan secara online yang berada di Kota Bandar Lampung. Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah responden adalah metode quota sampling. Data penelitian yang digunakan merupakan data primer yang diambil menggunakan metode survey dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengambilan data penelitian dilakukan pada Bulan Juni 2021. Data penelitian dianalisis secara deskriptif kuantitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat sebelum pandemi Covid-19, persentase frekuensi pembelian bahan pangan segar secara online konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung masih rendah dapat disajikan pada Gambar 1.

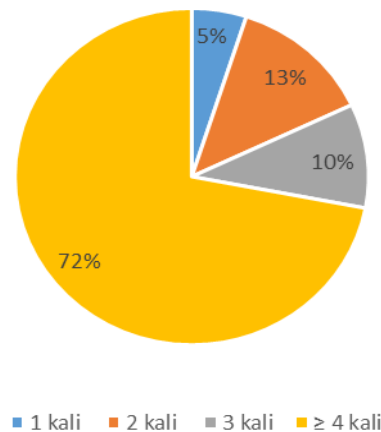


**Gambar 1.** Persentase frekuensi pembelian bahan pangan segar secara online dalam satu bulan saat sebelum pandemi  
Sumber : data diolah, 2021

Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat bahwa sebelum pandemi Covid-19 melanda, sebagian besar konsumen rumah tangga membeli bahan pangan segar secara online hanya 1 sampai 3 kali dalam satu bulan. Konsumen rumah tangga sebelum masa pandemi Covid-19 masih lebih menyukai membeli bahan pangan segar secara langsung ke pasar tradisional maupun pasar modern yang ada di Kota Bandar Lampung. Hal ini disebabkan konsumen rumah tangga dapat melihat dan memilih secara langsung bahan pangan segar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen masing-masing baik dalam segi kualitas dan kuantitas. Konsumen juga tidak khawatir akan pembeliannya tidak sampai ke tangan konsumen dikarenakan maraknya terjadi penipuan yang terjadi pada pembelian secara online.

Setelah terjadi pandemi Covid-19 pada Bulan Maret tahun 2020, maka terdapat kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Republik Indonesia mengenai pembatasan kegiatan masyarakat atau disebut sebagai PPKM. Masyarakat yang tinggal di wilayah Indonesia, termasuk Kota Bandar Lampung harus membatasi kegiatan yang dilakukan di luar rumah agar dapat mengurangi tingkat infeksi virus Covid-19. Hal ini

menyebabkan terjadinya perubahan pada semua sistem yang berlaku di Kota Bandar Lampung termasuk di dalamnya adalah sistem pembelian bahan pangan segar di Kota Bandar Lampung. Persentase frekuensi pembelian bahan pangan segar secara online pada konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung setelah pandemi Covid-19 dapat disajikan pada Gambar 2.

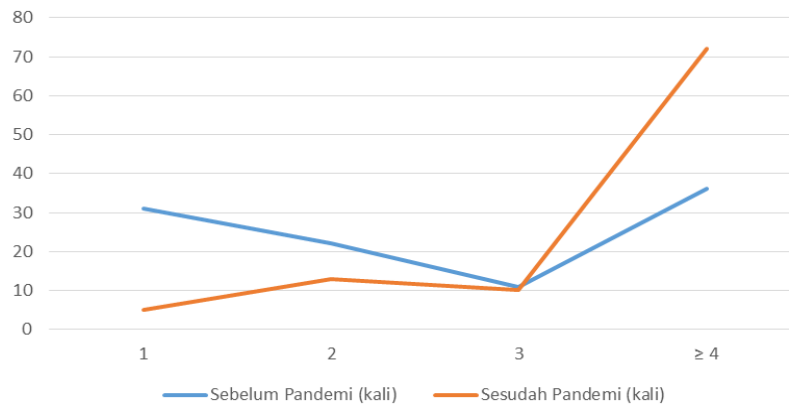


**Gambar 2.** Persentase frekuensi pembelian bahan pangan segar secara online dalam satu bulan saat pandemi  
Sumber : data diolah, 2021

Berdasarkan gambar 2, saat terjadinya pandemi Covid-19, persentase pembelian bahan pangan segar oleh konsumen rumah tangga secara online sebagian besar (72%) dilakukan secara online dengan frekuensi pembelian lebih dari empat kali dalam sebulan. Berdasarkan sebuah survei dari *Prosper Insights & Analytics* di Amerika Serikat, menemukan bahwa 71% konsumen menerapkan jarak sosial, dan bahkan lebih banyak lagi yang menyesuaikan perilaku mereka dengan mengubah perilaku berbelanja langsung di toko menjadi berbelanja secara online untuk melindungi diri mereka sendiri dan keluarga mereka (Cullen, 2020).

Hal ini merupakan dampak dari adanya kebijakan PPKM yang dilakukan pemerintah pusat yang diikuti oleh pemerintah Kota Bandar Lampung. Kebijakan tersebut melarang masyarakat untuk berkerumun dan menghimbau untuk saling menjaga jarak satu sama lain ketika di luar rumah. Oleh karenanya jumlah pengunjung yang diperbolehkan masuk ke dalam pasar tradisional dan modern dibatasi. Selain itu, adanya kebijakan untuk selalu mengenakan masker apabila bepergian keluar rumah juga memiliki dampak terhadap menurunnya keinginan masyarakat untuk pergi keluar rumah karena merasa tidak nyaman menggunakan masker dalam waktu yang cukup lama.

Terdapat perubahan perilaku pembelian bahan pangan konsumen rumah tangga yang berada di Kota Bandar Lampung sebelum dan saat terjadi pandemi Covid-19 yaitu meningkatnya pembelian bahan pangan segar yang dilakukan oleh konsumen rumah tangga secara online. Hal ini sejalan dengan penelitian sejenis yang menyatakan bahwa kondisi pandemi ini berpengaruh positif terhadap *E-commerce* dan perilaku konsumen (Utami et al., 2021). Hasil penelitian mengenai perubahan perilaku frekuensi pembelian bahan pangan segar secara online saat sebelum dan sesudah terjadinya pandemi Covid-19 dalam satu bulan disajikan pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Persentase perubahan frekuensi pembelian bahan pangan segar secara online sebelum dan sesudah pandemi dalam satu bulan  
Sumber : data diolah, 2021

Gambar 3 menunjukkan pada saat sebelum pandemi kurang lebih 50% responden rumah tangga di Kota Bandar Lampung melakukan pembelian bahan pangan segar secara online dengan frekuensi 1 sampai 2 kali dalam sebulan, selanjutnya pembelian dilakukan sebanyak 3 kali sebanyak 11 responden dan pembelian dilakukan  $\geq 4$  sebanyak 36 responden. Kemajuan teknologi yang pesat telah membuat masyarakat mengubah perilakunya dengan memanfaatkan teknologi tersebut untuk mempermudah hidupnya. Termasuk untuk membeli bahan pangan segar yang merupakan kebutuhan penting dalam rumah tangga. Meskipun frekuensi pembelian yang dilakukan belum terlalu sering dikarenakan kurangnya rasa percaya masyarakat terhadap sistem pembelian secara online, tetapi konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung sudah mulai memanfaatkan berbagai platform digital dalam melakukan pembelian bahan pangan segar secara online.

Awal tahun 2019, Indonesia menjadi negara yang turut mengalami pandemi Covid-19. Pandemi ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat Indonesia maupun dunia. Pandemi Covid-19 hampir mempengaruhi seluruh sektor kehidupan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 juga turut mempengaruhi perilaku pembelian bahan pangan segar secara online oleh konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung, yaitu terjadinya peningkatan pembelian bahan pangan segar secara online saat sesudah terjadinya pandemi Covid-19.

Setelah pandemi Covid-19, responden yang paling mendominasi dalam melakukan pembelian bahan pangan segar secara online dengan persentase sebesar 72% dengan frekuensi pembelian  $\geq 4$  kali dalam sebulan. Hal ini diantaranya disebabkan karena adanya himbauan pemerintah kepada masyarakat untuk lebih menjaga diri agar tidak tertular, meliputi pembatasan mobilitas, tidak berkerumun, dan juga dihimbau untuk meningkatkan kesadaran mengenai pola hidup sehat. Mengonsumsi bahan pangan segar merupakan salah satu upaya yang baik dalam menjaga pola makan agar tetap sehat dan pembelian secara online merupakan pilihan yang terbaik untuk mengurangi mobilitas dan menghindari keramaian. Itulah mengapa frekuensi pembelian bahan pangan segar secara online mengalami peningkatan Setelah terjadinya pandemi Covid-19.



Kondisi pandemi Covid-19 mengubah pola hidup masyarakat, baik cara berperilaku ketika berada di luar rumah, hingga kepada pola hidup sehari-hari. Selain itu diikuti dengan semakin canggihnya perkembangan teknologi dan mengingat pandemi Covid-19 yang masih belum berakhir, sehingga dapat membentuk suatu kebiasaan baru untuk masyarakat untuk melakukan pembelian secara online karena dirasa praktis dan lebih aman. Maka dapat dilihat bahwa kedepannya prospek untuk konsumen rumah tangga untuk melakukan pembelian melalui secara online masih dapat meningkat. Oleh karenanya, apabila penjual ingin usahanya di masa yang akan datang dapat bertahan dan berkembang maka harus dapat menyesuaikan diri dengan sistem pembelian secara online. Perlu adanya strategi pemasaran khusus untuk melakukan penjualan secara online karena terdapat perbedaan faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam membeli barang secara offline dan online. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh [Mujiyana & Elissa \(2013\)](#), bahwa faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian secara online oleh konsumen adalah program periklanan dan bagaimana penjual mampu membangun kepercayaan konsumen terhadap penawaran yang dilakukan oleh penjual.

### **SIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi perubahan perilaku pembelian atas bahan pangan segar secara online. Pada masa pandemi Covid-19 frekuensi pembelian bahan pangan segar secara online telah mengalami peningkatan dibandingkan sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Peningkatan frekuensi pembelian bahan pangan segar secara online ini dapat menjadi masukan bagi para pelaku usaha yang terlibat untuk menjadikan distribusi secara online sebagai salah satu strategi dalam menyalurkan bahan pangan segar tersebut.

### **SANWACANA**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Lampung yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung, mulai dari penyusunan proposal, penyebaran kuesioner, pengumpulan dan pengolahan data, penyusunan laporan serta publikasi hasil. Terima kasih juga diucapkan kepada tim redaksi OST atas kesempatan yang diberikan untuk mempublikasikan penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cholilawati, A., & Suliyanthini, D. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Equilibrium Jurnal Pendidikan*, 9(1), 18-24. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v9i1.4316>
- Cullen, K. (2020). 3 ways the coronavirus is impacting consumers' shopping behavior. NRF | 3 ways the coronavirus is impacting consumers' shopping behavior
- Hutauruk, M. R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Faktor yang Menentukan Perilaku Konsumen untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok di Samarinda. *Jurnal Riset Inossa*, 2(1), 1-15. <https://ojs.samarindakota.go.id/index.php/jri/article/view/17>
- Ivan's, E., & Sari, N. A. (2021). Potret Perbandingan Kebijakan Harga Pangan dengan

- Realita Harga Beras, Gula dan Kedelai di Tahun Pertama Pandemi Covid-19, Indonesia. *Indonesian Journal of Science and Technology*, 1(1), 82-104. <https://doi.org/10.33292/ost.vol1no1.2021.11>
- Mujiyana, Elissa, I. 2013. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *Jurnal Teknik Industri Universitas Diponegoro*, 8(3), 143-152. <https://doi.org/10.12777/jati.8.3.143-152>
- Nursiah, A., & Haris, R. (2018). Perilaku Konsumsi Pangan. *UNM Environmental Journals*, 1(3), 72-76. <https://doi.org/10.26858/uej.v1i3.8071>
- Puspitasari, L., Sulistiono, W. R., Sasongko, L. A. (2020). Pengawasan Keamanan dan Mutu Pangan Segar Asal Tumbuhan (PSAT) di Peredaran di Provinsi Jawa Tengah. *Mediagro: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 16(2), 46-58. <http://dx.doi.org/10.31942/md.v16i2.3757>
- Rohmah, A. (2020). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya terhadap Perilaku Konsumen di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1373-1378. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.247>
- Sudirman, S. (2022). Rekonstruksi Pola Perilaku Ekonomi dan Krisis Pesona yang Dihadapi Produsen di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 24(1), 73-80. <http://dx.doi.org/10.29264/jfor.v24i1.10385>
- Utami, A. T. S., Ahmad, Y., Jatmika, R. T. D., (2021). Perilaku Konsumen Akibat Pandemi Covid-19 Dan Perkembangan E-Commerce. *Jurnal Agrita*, 3(2), 96-118. <https://jurnal.unsur.ac.id/agrita/article/view/1926/1509>