

**PERILAKU *PANIC BUYING* DAN PENIMBUNAN BARANG OLEH
KONSUMEN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

RINGKASAN STUDI KASUS



Muhaimin Iqbal Maulana

211830587

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
JUNI 2022**

TUGAS AKHIR

PERILAKU *PANIC BUYING* DAN PENIMBUNAN BARANG OLEH KONSUMEN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAIMIN IQBAL MAULANA

Nomor Induk Mahasiswa: 211830587

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 27 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S. M.)

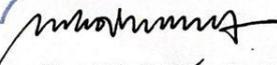
Susunan Tim Penguji:

Pembimbing



Bambang Setia Wibowo, S.E., M.M.

Penguji



Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, Prof., M.Si., Ph.D.

Yogyakarta, 27 Juni 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji perilaku konsumen lebih tepatnya perilaku panic buying dan penimbunan di masa pandemi covid-19. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah masyarakat umum, mahasiswa, dan pelaku usaha di Yogyakarta. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan metode *cluster* yaitu metode yang memiliki ciri yang sama dengan lainnya yang membagi populasi menjadi sub-populasi. Responden yang dipilih yaitu sebanyak 3 mahasiswa, 3 pelaku usaha, dan 3 masyarakat umum. Pengumpulan data menggunakan Teknik wawancara kepada responden dan *telaah literatur* terdahulu dengan sumber dari jurnal yang lampau. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *panic buying* dan penimbunan sangatlah bukan tindakan yang terpuji, banyak pihak yang merasa dirugikan dalam hal ini. Karena pada dasarnya lebih mengarah ke hal yang negatif seperti menipisnya stok, antrian panjang, kecemasan dalam skala besar, hingga secara signifikan berdampak negatif pada pasar.

Kata kunci: perilaku konsumen, *panic buying*, penimbunan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

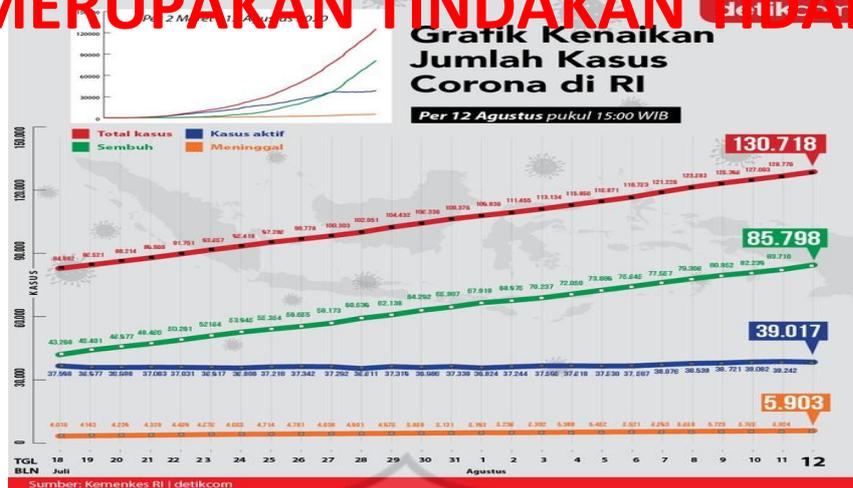
This study aims to examine consumer behavior, more specifically *panic buying* and hoarding behavior during the COVID-19 pandemic. The population used in this study is the general public, students, and business people in Yogyakarta. In sampling the researchers used the *cluster* method, which is a method that has the same characteristics as others which divides the population into sub-populations. The selected respondents were 3 students, 3 business people, and 3 general public. Collecting data using interview techniques to respondents and reviewing previous literature with sources from past journals. The results of this study indicate that *panic buying* and hoarding behavior is not a commendable act, many parties feel aggrieved in this case. Because basically it leads to negative things such as stock depletion, long queues, anxiety on a large scale, to a significant negative impact on the market.

Keywords: consumer behavior, *panic buying*, hoarding.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Covid-19 ialah suatu penyakit menular disebabkan oleh jenis mutasi *coronavirus* yang baru saja ini ditemukan. Awalnya virus ini tidak dikenal sebelum terjadinya wabah di wuhan, tiongkok, bulan desember 2019. Alhasil Covid-19 ini sekarang menjadi wabah pandemi yang dirasakan hampir oleh seluruh negara di dunia. Umumnya Covid-19 ini memiliki gejala seperti demam, batuk kering, dan rasa lelah. Tak jarang juga ada yang mengalami gejala seperti rasa nyeri dan sakit, hidung tersumbat, sakit kepala, konjungtivitis, sakit tenggorokan, diare, kehilangan indera rasa atau penciuman, ruam pada kulit atau perubahan warna jari tangan atau kaki. Virus ini dapat menyebar dari orang ke orang bisa melalui percikan-percikan dari hidung atau mulut yang keluar dari penderita Covid-19. Oleh karena itu pentingnya bagi kita untuk menjaga jarak minimal 1 meter atau disebut *social distancing*. Di Indonesia sendiri Covid-19 pertama kali masuk pada 2 Maret 2020 di Depok, Jawa Barat. Alhasil Presiden Jokowi mengumumkan 2 pasien *corona* pertama di Indonesia.



Sumber: <https://news.detik.com/berita/d5130769/grafik-corona-per-12-agustus>

Dapat dilihat dari grafik tersebut bahwa dari awal kasus Covid-19 muncul kasus semakin hari kian meninggi tentunya hal itu menyebabkan masyarakat panik.

Merebaknya situasi pandemi covid-19 di Indonesia kita ini menyebabkan kepanikan masyarakat yang tak terbandung, terutama di daerah Yogyakarta. Kepanikan di masyarakat terjadi bukan hanya disebabkan sebaran virus, melainkan terkait juga dengan kebutuhan masyarakat yang harus terpenuhi (Widyastuti, 2020). Hal ini disebabkan oleh faktor pandemi Covid-19 yang merupakan suatu virus yang sudah menyebar luas di seluruh dunia, virus ini juga selalu bermutasi secara terus menerus. Situasi ini yang menyebabkan kepanikan dan stres di tengah masyarakat saat ini terutama di daerah Yogyakarta. Oleh karena itu berakibat adanya fenomena *panic buying* yang merupakan bentuk respons dari ketidakjelasan kondisi suplai bahan pokok yang menyebabkan terjadinya kelangkaan.

Panic buying adalah suatu perilaku membeli suatu kebutuhan dan menimbun dalam jumlah yang sangat banyak pada saat terjadi situasi genting ataupun darurat (Taylor, 2019). Dalam artikel covidcare (Indah, 2021) menjelaskan bahwa *panic buying* adalah dampak yang terjadi dari sikap manusia

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang terlalu berlebihan dalam merasakan kekhawatiran, kecemasan, dan ketakutan sehingga melakukan tindakan *panic buying*. Perilaku *panic buying* dapat menjadi malapetaka sendiri bagi orang lain fenomena ini biasanya terjadi dikarenakan suatu isu yang simpang siur. Misalnya produk susu yang katanya dapat mencegah penularan covid 19 yang mengakibatkan masyarakat berbondong bondong untuk melakukan pembelian secara besar besaran. Seperti juga yang dialami baru baru ini yaitu pemerintah menerapkan kebijakan baru harga eceran tertinggi (HET) minyak goreng diharga Rp14.000 per liter sejak awal february 2022. Hal itulah yang memicu kelangkaan minyak goreng di pasaran, seperti di pasar tradisional, swalayan, minimarket maupun super market. Hal itu dikarenakan di pasaran sendiri kerepotan untuk memenuhi permintaan konsumen yang terlalu banyak.

Motivasi saya melakukan penelitian ini dan mengangkat topik mengenai *panic buying* adalah supaya memberikan edukasi maupun saran kepada masyarakat maupun pemerintah agar terhindar dari kelangkaan di era pandemi covid 19 ini. Penelitian ini sangatlah menarik karena fenomena ini sering sekali terjadi di tengah pandemic covid 19 saat ini, oleh karena itu perlunya bagaimana menangani fenomena ini supaya tidak terulang ulang kembali. Hal ini sangat berdampak sangat besar bagi masyarakat kalangan bawah, bagaimana tidak jika semua kebutuhan bahan pangan sudah di timbun ataupun diborong oleh masyarakat kelas atas yang mengakibatkan masyarakat kelas bawah kesulitan ataupun bisa mendapat bahan pangan tetapi dengan harga yang tidak masuk akal. Tentunya masyarakat kelas bawah sangatlah kesusahan untuk mendapatkannya, oleh karena penelitian ini dibuat supaya memecahkan masalah mengenai

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

penimpunan yang terjadi agar pemerintah dapat lebih tegas lagi untuk mengani permasalahan ini yang selalu terjadi di era pandemic covid 19.

1.2 Rumusan masalah

- a) Apa yang dimaksud dengan *panic buying*?
- b) Fenomena *panic buying* seperti apa yang terjadi pada pandemi Covid-19?
- c) Kasus penimbunan apa yang terjadi pada pandemi Covid-19?
- d) Bagaimana cara untuk mengantisipasi adanya oknum mafia penimbunan barang pada pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk sarana literasi mengenai fenomena *panic buying*
- b) Untuk memaparkan keadaan yang sebenarnya terjadi akibat fenomena *panic buying*
- c) Untuk menggambarkan bagaimana kasus penimbunan yang selama ini terjadi di masyarakat
- d) Untuk menjadi bahan referensi mengenai antisipasi adanya oknum mafia penimbun barang

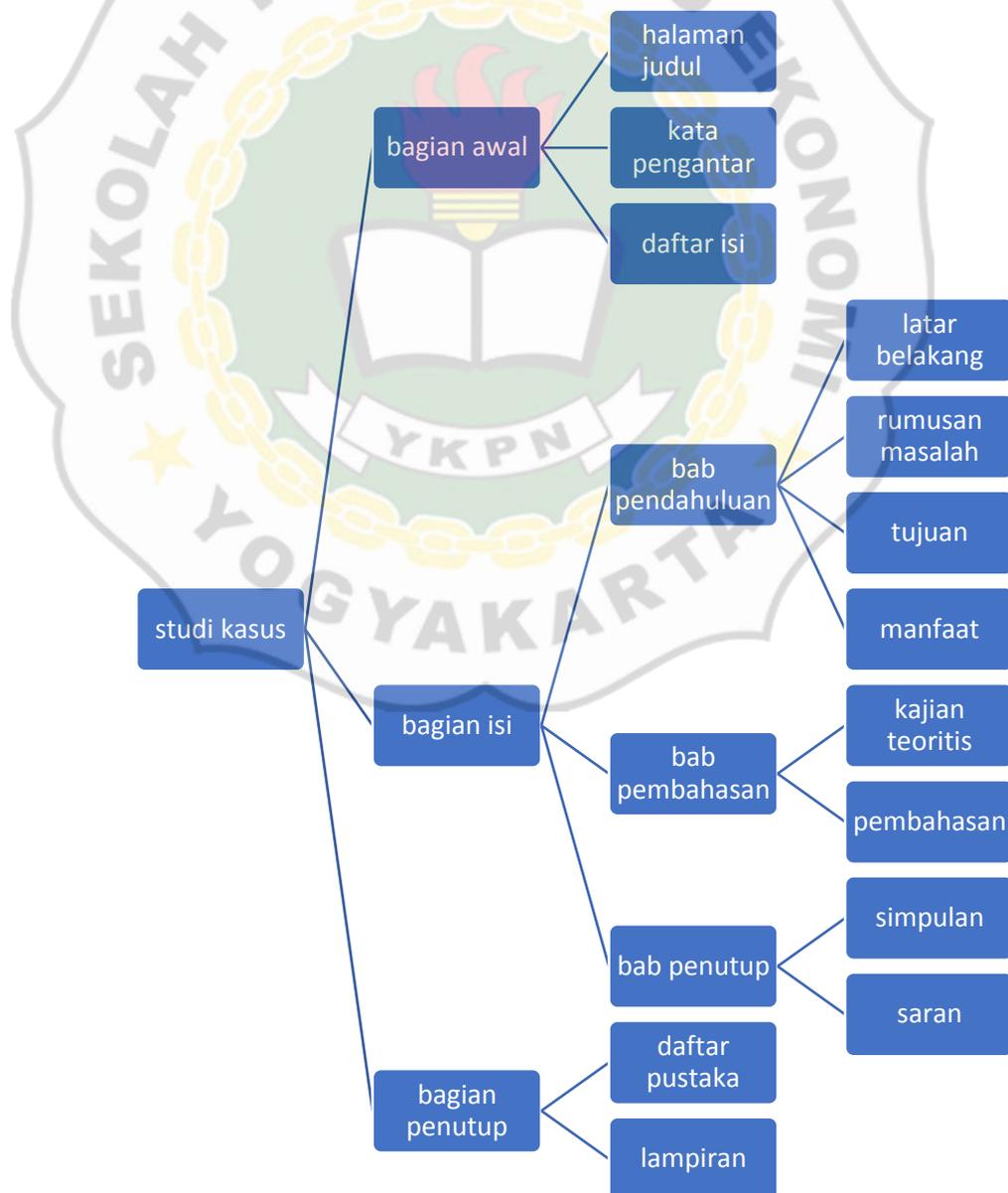
1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- a) Secara organisasional penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada konstitusi terkait agar dapat memberlakukan pendistribusian dengan baik.
- b) Semoga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penerapan regulasi kedepannya.

1.5 Sistematika penulisan



BAB II TINJAUAN TEORI

2.1 Perilaku konsumen

Perilaku konsumen merupakan seorang individu maupun kelompok yang menggunakan barang ataupun jasa untuk keperluannya/diri sendiri, keluarga, masyarakat atau makhluk lain tetapi tidak untuk diperjualbelikan lagi. Yang berarti konsumen ialah orang yang mengambil nilai manfaat dari barang atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2008:166) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

2.2 Perilaku panic buying

Perilaku *panic buying* adalah suatu *problem* psikologis yang biasanya terjadi karena ketidak lengkapan informasi yang diterima oleh masyarakat. Hal ini menimbulkan kecemasan masyarakat dan mendorong Tindakan belanja secara massif sebagai upaya penyelamatan/perlindungan diri (Buana Riksa, 2020). Sebenarnya perilaku panic buying yang terjadi saat ini tidak melulu berdasarkan rasa ancaman akan sesuatu, melainkan Sebagian besar masyarakat kita berbelanja barang kebutuhan secara berlebih-lebihan yang disebabkan oleh *framing* media yang tidak jelas akan kebenarannya. Tentunya di situasi yang mencekam seperti sekarang ini masyarakat akan mudah akan penggiringan opini dikarenakan perasaan *panic*.

2.3 Penimbunan

Penimbunan pada dasarnya lebih sering dilakukan oleh produsen, namun dalam penelitian ini penimbunan dilakukan oleh konsumen. Perilaku penimbunan yang dilakukan oleh konsumen mengacu pada praktik pembelian barang dan penyimpanan untuk sendiri pada saat masa belanja, walaupun pada dasarnya konsumen tidak yakin apakah produk tersebut akan dibeli atau tidak (Byun dan Sternquist, 2011). Perilaku penimbunan oleh konsumen ini disebabkan oleh pola belanja yang berlebihan, keputusan pembelian, perilaku konsumen ataupun untuk berjaga-jaga.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian

Dilakukan setelah keluarnya ijin penelitian, sejak bulan Maret hingga bulan Mei.

Tempat Penelitian

Dilaksanakan dengan menggunakan kriteria tertentu di sekitar daerah:

1. Jl Gedongkuning Selatan, Pelemwulung, Banguntapan, Bantul.
2. Jl Sawojajar, Pringgolayan, Condongcatur, Depok, Sleman.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Jl Ngeksigondo, Prenggan, Kotagede, Kota Yogyakarta.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi ialah keseluruhan objek dalam suatu penelitian dengan kriteria tertentu. Populasi yang akan diangkat dalam penelitian ini yaitu para pelaku UMKM di sekitaran Jl Gedongkuning Selatan, Jl Sawojajar, dan Jl Ngeksigondo.

Sampel

Sebagian kecil dari suatu populasi yang dapat dijangkau dan memiliki sifat yang sama dengan populasi yang diambil sampelnya tersebut. Maka dari itu dalam penelitian kali ini akan mengambil sampel dengan metode random sampling.

3.3 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dalam penelitian ini juga terdapat sumber data tertulis yang telah disampaikan oleh sang narasumber. Data yang telah diperoleh pun apa adanya, tidak melakukan penambahan maupun pengurangan.

Alasan memilih jenis kualitatif ialah agar hasil temuan temuannya dapat disajikan apa adanya tanpa melalui prosedur statistic atau lainnya, karena dalam penelitian ini dilakukannya penyelidikan, penemuan, penggambaran, dan penjelasan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur, maupun digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3.4 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif ialah data yang dapat merincikan sesuatu tertentu yang diamati dan dicatat. Jenis ini yang paling cocok untuk mengungkap fenomena *panic buying* dalam penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan datanya penelitian ini menggunakan beberapa teknik metode diantaranya:

1. Observasi yaitu pengamatan langsung suatu fenomena di lapangan, yang menghasilkan data yang *real*.
2. Wawancara yaitu melakukan komunikasi dengan narasumber dengan kriteria yang sudah di tentukan seperti Mahasiswa, Masyarakat umum, dan Pelaku Usaha agar mendapat data yang akurat.

3.6 Metode analisis data

Analisis yang digunakan penelitian ini meliputi, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan agar data yang diterima dapat lebih akurat karena langsung disampaikan oleh narasumber, observasi digunakan agar peneliti mampu mengetahui kondisi yang terjadi dilapangan bagaimana.

3.7 Variable yang diteliti

Variabel adalah sifat dari organisasi, obyek, orang maupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2016 :68).

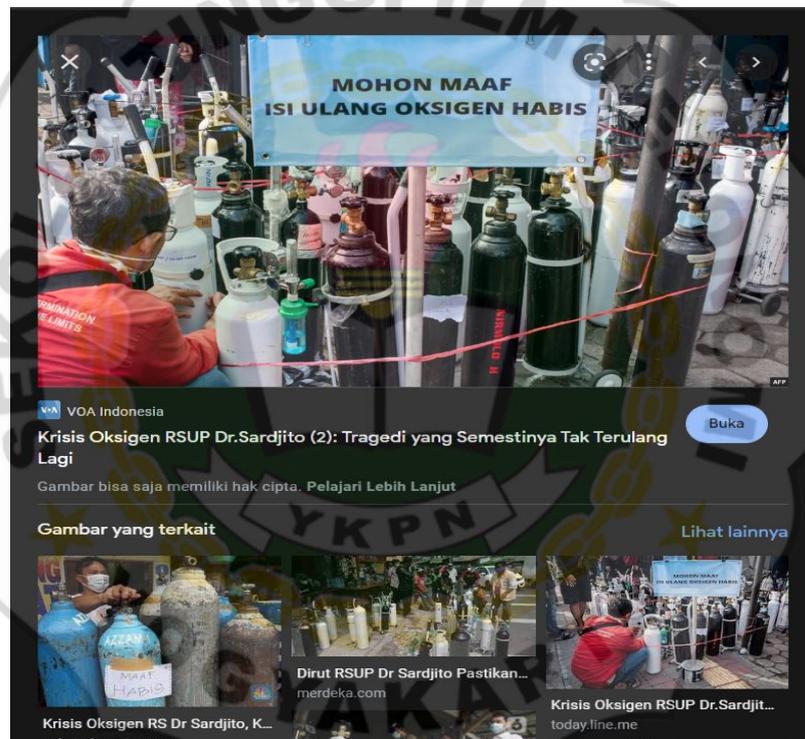
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabelnya yaitu perilaku *panic buying* dan penimbunan (independent) di tengah situasi pandemic Covid-19 (dependent)

BAB IV

ANALISIS

4.1 Pembahasan Fenomena

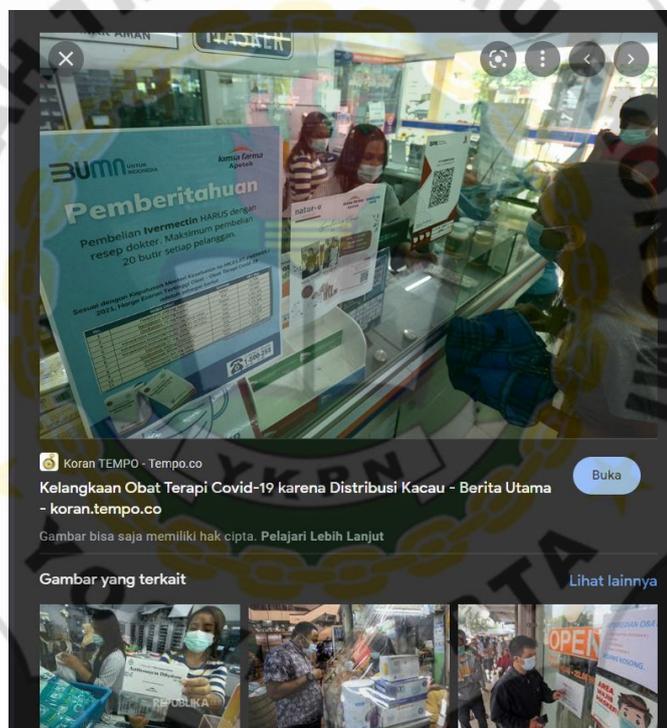


(sumber: <https://www.voaindonesia.com/a/krisis-oksigen-rsup-dr-sardjito>)

Sangat miris sekali saat terjadinya krisis oksigen yang terjadi bahkan di RSUP dr Sardjito yang menyebabkan gagalnya penanganan pasien yang seharusnya secepat mungkin mendapat pertolongan oksigen. Sebenarnya tidak hanya di RSUP dr Sardjito saja yang mengalami kekurangan oksigen, bahkan diseluruh rumah sakit di Yogyakarta juga mengalami hal sama. Saya pernah juga

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

datang ke kantor PMI, Puskesmas, dan tempat pengisian ulang oksigen alhasil ditempat itu juga kosong. Seharusnya pada saat seperti ini masyarakat umum yang memiliki tabung oksigen pribadi dengan bijaknya untuk meminjamkan/memberikannya kepada pasien yang benar-benar sangat membutuhkan pada saat itu.



(sumber: <https://koran.tempo.co/read/berita-utama/466633/kelangkaan-obat-terapi-covid-19-karena-distribusi-kacau>)

Pada saat wabah Covid-19 di Yogyakarta juga mengalami terjadinya kelangkaan obat-obatan di apotek. Kelangkaan obat ini terutama jenis obat terapi Covid-19 benar-benar langka di apotek Yogyakarta. Para masyarakat melakukan pembelian yang sangat tidak terkontrol yang menyebabkan pendistribusiannya menjadi sangat kacau. Seharusnya masyarakat dalam melakukan pembelian

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tidaklah berlebihan karena yang membutuhkan obat terapi Covid-19 sangatlah banyak, para pengidap gejala Covid-19 juga banyak jadi seharusnya masyarakat melakukan pembelian secukupnya saja. Pemerintah akhirnya juga memberikan himbuan disetiap apotek agar pembelian obat terapi Covid-19 ini harus dengan resep dokter dan maksimum pembelian 20 butir setiap pelanggan.

Di Yogyakarta juga mengalami terjadi kekacauan akibat pandemi Covid-19. Hal itu terjadi karena kekhawatiran yang berlebihan karena pemberitaan media yang dilebih-lebihkan.



(sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=eFYxwoKOECE>)



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

(sumber: <https://jogja.tribunnews.com/2022/02/18/minyak-goreng-langka>)

Contohnya dalam beberapa berita di atas disebutkan bahwa minyak goreng sangatlah langka di Yogyakarta. Tapi saat saya kunjungan ke pasar, minimarket, dan supermarket untuk berbelanja minyak juga, tidak saya temukan bahwa minyak susah untuk didapat. Bahkan saat pemerintah telah menerepkan peraturan mengenai harga standar minyak yang di harga Rp14.000. saya dengan mudah mendapatkannya. Tapi memang benar jika masyarakat saat itu melakukan pembelian dalam jumlah besar, saat saya tanyakan pun memang benar jika barang tersebut untuk dijual kembali.



(sumber: <https://jogja.tribunnews.com/2021/10/17/bbm-jenis-solar-langka-organda-diy-kehilangan-margin-5-persen-untuk-cari-spbu>)

Dalam kasus di atas memang benar jika mencari Solar saat itu memanglah sangat sulit. Pada saat saya meninjau langsung SPBU di dalam kota hampir semuanya tidak menyediakan, solar biasanya hanya bisa diperoleh di jalan antar kabupaten saja. Itupun SPBU hanya menerima pengisian dalam seminggu sekali.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hal ini tentu memerlukan jika kasus tersebut tidak segera diperbaiki maka akan berdampak pada distribusi kebutuhan pokok yang tertunda karena kejadian solar yang langka.

• Pilihan • Terpopuler | News Lifestyle Indeks

Dampak Virus Corona, Sejumlah Apotek Di Yogyakarta Kehabisan Stok Masker

M Nurhadi | Muhammad Ilham Baktora

Senin, 02 Maret 2020 | 18:54 WIB



(sumber: <https://jogja.suara.com/read/2020/03/02/185435/dampak-virus-corona-sejumlah-apotek-di-yogyakarta-kehabisan-stok-masker>)

Sejumlah apotek di wilayah kota Yogyakarta sampai kehabisan masker yang dijualnya. Itulah sebab permintaan masker yang tinggi efek dari munculnya Covid-19. Tetapi meski permintaan masker yang cukup tinggi pihak apotek tidak menaikkan harga jualnya melainkan tetap diharga yang sama yaitu 10 lembar di harga 8 ribu rupiah. Tetapi tidak jarang juga ada pihak apotek yang menaikkan harganya dengan alasan “dari distributor sendiri harga sudah naik”.

4.2 Hasil wawancara

Hasil wawancara diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan beberapa kategori yaitu:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Mahasiswa berjumlah 3 orang laki-laki yang berposisi di Jl gedong kuning selatan, Jl sawojajar, dan Jl ngeksigondo. Untuk mewakili daerah Bantul, Sleman, dan Yogyakarta
2. Pelaku usaha berjumlah 3 orang laki-laki yang berposisi di Jl gedong kuning selatan, Jl sawojajar, dan Jl ngeksigondo. Untuk mewakili daerah Bantul, Sleman, dan Yogyakarta
3. Masyarakat umum berjumlah 3 orang ada laki-laki dan perempuan berusia kisaran 30-40 tahunan yang berposisi di Jl gedong kuning selatan, Jl sawojajar, dan Jl ngeksigondo. Untuk mewakili daerah Bantul, Sleman, dan Yogyakarta

4.2.1 Wawancara mahasiswa

Masyarakat akan takut dengan semakin sedikitnya *supply* yang tersedia dan merasa curiga, karena hal ini akan menjadikan semakin sulitnya memenuhi kebutuhan. Ia juga berpendapat bahwa motif orang melakukan penimbunan itu karena rasa takut berlebihan dan pintar berspekulasi. Contohnya seperti masker medis yang mengalami kelangkaan. Padahal pemerintah sendiri melakukan himbuan untuk selalu menjaga proses salah satunya menggunakan masker. Tapi kenyataannya mencari masker sangatlah sulit. Mereka juga memberikan pesan agar pendistribusian barang pokok haruslah rata dan menjalin kerjasama dengan produsen agar pendistribusian jatuh ditangan yang tepat

4.2.2 Wawancara masyarakat umum

Orang orang melakukan *panic buying* biasanya karena stock barang yang langka, hal itulah yang membuat masyarakat menjadi cemas dan berbondong bondong

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

melakukan pembelian secara besar. Salah satu contohnya adalah kelangkaan minyak. Pemerintah sendiri memang sudah melakukan pemberlakuan pembatasan harga minyak, tapi stock tidak ada dipasaran. Masyarakat merasa dibohongi, mereka juga berasumsi bahwa ada dalang dibalik ini semua. Dibalik harga yang rendah dan permintaan yang cukup banyak itu membuat para oknum bermain peran. Pesan dari mereka ialah agar menstabilkan harga agar para produsen dan konsumen tidak merasa dirugikan supaya mencegah terjadinya penimbunan.

4.2.3 Wawancara pelaku usaha

Aneh saja jika media berita malah membesar besarkan masalah yang padahal biasa saja, ia juga berpendapat pelaku penimbunan ialah oknum yang egois karena tidak mementingkan kebutuhan orang lain melainkan mengambil keuntungan dimasa susah seperti sekarang. Para pelaku usaha merasa terdampak sekali karena dimasa pandemi ini semua harga bahan pokok melonjak drastis. Itu membuat biaya produksi mereka menjadi tinggi alhasil harga jual kembali pun akan naik juga. Para pelaku usaha sedikit demi sedikit kehilangan pelanggan mereka. Memang beberapa pelaku usaha UMKM mendapat bantuan tunai langsung, itu sangatlah membantu bagi mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup sementara. Mereka juga berpesan bahwa sudahi krisis ekonomi ini dan ringkus segala bentuk kecurangan yang terjadi.

Jadi dari hasil wawancara yang didapat dapat dirangkum bahwa dengan adanya *panic buying* dan penimbunan masyarakat akan takut dan tentunya jika ada kesempatan mendapatkan produk yang susah didapat mereka akan cenderung membelinya dengan skala besar.

4.3 Analisis

Dari temuan yang sudah didapat di atas ternyata ada beberapa indikator yang menyebabkan terjadinya perilaku tersebut seperti kecemasan antisipatif, ketakutan menular, mentalitas kelompok, intoleran terhadap ketidakpastian, tidak terkendali, informasi yang salah. Jadi fenomena *panic buying* dan penimbunan ini sebenarnya dipicu oleh faktor psikologis dari individu itu sendiri, karena di masa pandemi ini dunia global juga mengalami krisis hal ini akan membuat psikologis seseorang akan terdorong untuk melakukan hal-hal tak terduga sebagai mekanisme penyelamatan diri di masa krisis pandemi Covid-19. Kepanikan ini sebenarnya juga tercipta karena pola penyebaran berita valid yang tidak merata di dalam masyarakat dan kenyataannya, mereka lebih cenderung mempercayai potongan potongan berita palsu. Jika ditarik garis lurus maka *panic buying* terjadi diawali dari personal yaitu: konflik psikologis, stress, ketakutan, kecemasan, perasaan tidak aman, persepsi ketidakpastian lalu munculah konflik lingkungan yaitu: pandemi Covid-19, paparan media massa, dan jejaring sosial akhirnya munculah perilaku *panic buying* dan penimbunan.

BAB 5

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Panic buying dan penimbunan marak terjadi pada peristiwa wabah penyakit maupun bencana alam, begitu juga pada situasi seperti sekarang ini dimana kita sedang dilanda wabah virus Covid-19. *Panic buying* pada dasarnya lebih mengarah ke hal yang negatif seperti menipisnya stok, antrian panjang, kecemasan dalam skala besar, hingga secara signifikan berdampak negatif pada pasar (Shoun, dkk. 2011). Oleh karena itu perilaku *panic buying* dan penimbunan ini harus sesegera mungkin ditangani secara baik agar tidak semakin berdampak kemana mana. Dunia sedang mengalami krisis jangan sampai di negara tercinta ini malah terjadi *chaos*.

5.2 Saran

Agar penelitian ini lebih bermanfaat akankah lebih baik penulis memberikan saran akan permasalahan tersebut. Beberapa saran implikasi praktis menghadapi *panic buying* dan penimbunan, yaitu:

5.2.1 Saran untuk konsumen

1. Lakukanlah pembelian secukupnya
2. Jangan terlalu panik menanggapi pemberitaan di media
3. Bertanggung jawab atas pembelian barang dan tidak menyalahgunakan
4. Patuhi himbuan pemerintah dalam melakukan pembelian

5.2.2 Saran untuk pelaku penimbunan

1. Jangan melakukan pembelian dengan skala besar

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2. Patuhi hukum yang ada karena menimbun barang merupakan pelanggaran terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dan Peraturan Pemerintah

5.2.3 Saran untuk Pemerintah

1. Jajaran pemerintah harus sering melakukan sidak ke pasaran
2. Melakukan himbauan pembatasan pembelian suatu barang
3. Menguatkan otoritas distribusi dan penindakan tegas pelaku penimbunan
4. Menindak tegas pemberitaan di media yang melakukan *framing* dan *hoax*
5. Mengawasi dari hulu ke hilir pendistribusian bahan pokok

Melalui artikel tugas akhir ini, semoga dapat menjadi bahan literatur. Penulis juga memohon maaf jika terdapat kekurangan, dikarenakan keterbatasan hasil riset yang dikutip. Bahkan kami juga belum menemukan resit riset *panic buying* yang menjelaskan efektivitas kebijakan-kebijakan dilaksanakan untuk menghadapi wabah pandemi ini.

5.3 Rekomendasi

Adapun rekomendasi supaya dapat menjadi referensi bagi masyarakat maupun pemerintah diantaranya: bangun kepercayaan sosial yang tinggi agar setiap individu akan lebih kooperatif dan perhatian dengan tidak menimbun berbagai persediaan terbatas, edukasi masyarakat diberbagai media untuk mencegah adanya ketertinggalan informasi atau ketidakpastian dan *hoax*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Octaviani, A., & Akhrani, L. A. (2020). *COVID-19: Assessing the Role of Citizen Trust to Governments on Panic Buying Behavior in the COVID-19 Pandemic*. *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 12(2).
- Shadiqi, M. A., Hariati, R., Hasan, K. F. A., I'anah, N., & Al Istiqomah, W. (2021). *Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi*. *Jurnal Psikologi Sosial*, 19(2), 131-141.
- Aprilia, C. S. (2021). *Perilaku Panic Buying dan Berita Hoaks Covid-19 di Kota Bandung*. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 11-26.
- NUGROHOHO, F. Y. (2012). *Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Perilaku Konsumen Rumah Makan Gudeg Pawon di Janturan Umbulharjo)* (Doctoral dissertation, UPN VETERAN YOGYAKARTA).
- Mulyana, M., & Syarif, R. (2007). *Analisis Sikap dan Prilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk, Studi Kasus Produk Susu Kental Manis Coklat Indomilk pada Konsumen Jakarta*. *Jurnal Ilmiah Kesatuan Nomor*, 2.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan)*. In *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia* (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).
- Mulia, K. D. A. (2020). *Pertanggungjawaban Pidana Korporasi Dalam Tindak Pidana Ekonomi Di Bidang Perdagangan Berupa Penimbunan Barang Tertentu* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- ILIS, M. (2021). *Telaah Pemikiran Yusuf Al-Qardhawiy (Studi Literatur Tentang Perilaku Penimbunan Barang di Masa Covid 19)*. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 193-197.
- Aprilia, C. S. (2021). *Perilaku Panic Buying dan Berita Hoaks Covid-19 di Kota Bandung*. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 11-26.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Shadiqi, M. A., Hariati, R., Hasan, K. F. A., I'annah, N., & Al Istiqomah, W. (2021). *Panic buying pada pandemi COVID-19: Telaah literatur dari perspektif psikologi. Jurnal Psikologi Sosial, 19(2)*, 131-141.

Suprihatin, W. (2020). *Analisis perilaku konsumen wisatawan era pandemi Covid-19 (Studi kasus pariwisata di Nusa Tenggara Barat). Bestari, 1(1)*, 56-66.

