

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era globalisasi sekarang ini dimana banyak tercipta produk produk yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia baik berupa barang maupun jasa. Kebutuhan manusia memang tidak terbatas, namun alat pemuas kebutuhan manusia tersebut yang terbatas. Indonesia masuk ke dalam jajaran negara yang memiliki penduduk terpadat di dunia ternyata memiliki tingkat konsumsi yang relatif tinggi akan kebutuhan minyak goreng sawit. Hal ini terindikasi dari rata sawit di Indonesia setiap dengan adanya peralihan konsumsi minyak goreng tahunnya dapat mencapai 5,5 juta ton, atau 24 persen dari total produksi minyak goreng satu perusahaan yang memiliki kemungkinan besar untuk mendapatkan konsumen setia adalah perusahaan minyak goreng sawit per tahun sebesar 23 juta ton. Minyak goreng bagi masyarakat Indonesia adalah salah satu kebutuhan pokok atau merupakan salah satu dari sembako atau kebutuhan pokok setiap manusia menurut keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan. Dalam kehidupan sehari hari minyak goreng dikonsumsi oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia baik yang berada di perkotaan maupun pedesaan (Amang, 2012).

Buana dalam Utama (2013) Minyak goreng atau disebut RBD (Refined, Bleached, Deodorized) Olein merupakan salah satu hasil olahan kelapa sawit yang menjadi bahan makanan pokok yang mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Minyak goreng dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang

status sosial, ekonomi dan politik. Menurut surat Keputusan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan Nomor : 02240/B/SK/VII/1991 tentang pedoman persyaratan mutu serta label dan periklanan makanan yang dimaksud minyak goreng (cooking oil) adalah minyak yang diperoleh dari atau dengan cara memurnikan minyak nabati, dengan tujuan untuk menghilangkan bahan-bahan logam, bau, asam lemak bebas dan zat-zat warna.

**Tabel 1.1 Produksi Minyak Kelapa Sawit**

| No | Negara       | Produksi<br>(Ton Metrik) |
|----|--------------|--------------------------|
| 1. | Indonesia    | 36,000,000               |
| 2. | Malaysia     | 21,000,000               |
| 3. | Thailand     | 2,200,000                |
| 4. | Kolumbia     | 1,320,000                |
| 5. | Nigeria      | 970,000                  |
|    | <b>Dunia</b> | <b>58,800,000</b>        |

(sumber: Index Mundi Indonesia Investmen 2016)

Minyak goreng merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok yang dimana ketersediaan dalam kebutuhan termasuk cukup penting dan merupakan bahan makanan pokok yang dikonsumsi oleh seluruh masyarakat Indonesia, baik yang tinggal dipedesaan maupun diperkotaan (Novalina Sinurat et al, 2016). Oleh karena itu, minyak goreng dapat pula dikategorikan sebagai komoditas yang cukup strategis. Namun nyatanya bahan pokok bisa juga terjadi sebuah kelangkaan, yang dimana ketersediaan dipasaran sangat sedikit sehingga membuat masyarakat kesulitan untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka.

Kelangkaan adalah suatu keadaan saat manusia ingin mengkonsumsi jauh lebih banyak dari apa yang diproduksi atau suatu keadaan saat apa yang diinginkan manusia jauh lebih banyak dari apa yang tersedia (Rambe dan Kusnadi, 2018).

Kelangkaan bukan berarti barang itu sedikit atau terbatas, tetapi adanya kesenjangan antara kebutuhan manusia dan barang yang tersedia. Sehingga dengan kelangkaan ini pula akan terjadi berbagai dampak khususnya bagi masyarakat, dan bahkan akan membuat masyarakat semakin khawatir bahkan panik saat kebutuhan pokok mereka tidak tersedia, yang biasa disebut dengan panic buying.

Minyak goreng menjadi barang langka di awal tahun 2022 di sejumlah pasar dan toko modern ritel di Indonesia. Meski pemerintah telah memberikan subsidi minyak goreng menjadi Rp14 ribu per liter sejak awal, kelangkaan masih ditemui di berbagai daerah bahkan di kota besar. Antrian warga memburu minyak goreng juga terlihat di beberapa supermarket dan mini market yang ada di setiap daerah. Kelangkaan minyak goreng diperparah dengan kemunculan kasus penimbunan. Terdapat 5 daftar daerah-daerah di Indonesia yang mengalami kelangkaan minyak goreng dan ditemukan kasus penimbunan yaitu di Sumatra Utara, Lampung, Jawa Timur, Sulawesi Selatan dan Serang (Novellino, A. 2022).

Bahkan yang terjadi di lapangan terdapat gerai ritel yang menawarkan harga minyak goreng yang sesuai dengan HET namun menerapkan sistem bak seperti pemilu. Dimana setiap pembeli diwajibkan mencelupkan jari mereka ke dalam tinta untuk menandakan bahwa konsumen tersebut telah membeli maksimal 2 liter, selain itu konsumen juga harus menyertakan KTP dan bukti telah vaksin dengan minimal dosis pertama. Namun hal tersebut bukan semata-mata tanpa adanya tujuan melainkan agar harga minyak goreng murah diperoleh sebanyak-banyaknya warga sesuai ketersediaan sehingga bisa merata.

Kelangkaan yang terjadi tentunya dapat merubah harga dari produk minyak goreng tersebut, dimana Harga minyak goreng di sejumlah toko kelontong dan pasar tradisional di Bandung melonjak hingga Rp25.000 per liter. Kini ada sebagian merek minyak goreng yang sudah tidak ditemui lagi di pasar. Minyak goreng di sejumlah daerah di Bandung semakin sulit dicari. Hanya sedikit penjual yang masih menyimpan minyak goreng kemasan. Namun, mereka menjualnya lebih tinggi ketimbang harga eceran tertinggi (HET) pemerintah, sebesar Rp14.000 per liter.

Dari kelangkaan yang terjadi maka timbulah fenomena panic buying yang hampir disemua daerah di Provinsi Jawa Barat, akibat kelangkaan minyak goreng yang terjadi disetiap daerah yang ada di Provinsi Jawa Barat sebagian besar masyarakat timbul perasaan panik yang berlebihan sehingga menimbulkan minat beli untuk dapat memenuhi kebutuhan minyak goreng secara berlebihan (panic buying). Hal tersebut dilakukan oleh para konsumen karena khawatir akan kekurangan dalam pemenuhan kebutuhannya dimasa depan, juga merasa cemas atas kelangkaan minyak goreng yang masih terus berlangsung dan tak kunjung berakhir sehingga membuat rasa takut para konsumen atas kemungkinan terjadinya krisis dimasa yang akan datang dan secara tidak langsung mendorong konsumen untuk melakukan tindakan konsumsi secara masal.

Orang yang mengalami kecemasan berlebihan cenderung akan melakukan tindakan atau perilaku- perilaku untuk menjaga keselamatannya selama kelangkaan suatu bahan pokok yang berlangsung secara berlebihan. Dalam penelitiannya (Myers, 2012) menyatakan bahwa terdapat gangguan kecemasan yang umum diderita oleh setiap individu ketika menghadapi sebuah stressor. Generalized

anxiety disorder diartikan sebagai gangguan kecemasan di mana seseorang terus menerus tegang, gelisah, dan dalam keadaan rangsangan sistem saraf otonom. Meskipun bersifat umum, Myers juga menjelaskan bahwa gangguan kecemasan tersebut tetap memiliki gejala seperti terus-menerus merasa khawatir, tertekan, dan sering gelisah. Dalam konteks kelangkaan minyak goreng, gejala-gejala kecemasan tersebut yang dapat mendorong keputusan melakukan panic buying agar kebutuhan bahan pokok (minyak goreng) dapat terus tersedia.

Saat melihat konsumen lain melakukan panic buying dalam jumlah yang tidak wajar, akan menimbulkan dorongan untuk membeli lebih dari apa yang dibutuhkan serta membeli produk yang sebelumnya tidak direncanakan. Hal ini dilakukan agar konsumen mendapat rasa aman dari kekhawatiran bila persediaan produk itu habis. Tentu saja hal ini akan mempengaruhi keseimbangan persediaan produk di toko ritel, dan dapat menimbulkan masalah baru.

Akibat fenomena panic buying, banyak oknum yang melakukan penimbungan stok barang seperti Minyak goreng yang membuat harganya melambung tinggi di pasaran, karena tingginya permintaan konsumen yang membuat masyarakat khawatir akan kehabisan nya stok minyak.

Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process.

Salah satu tempat yang akan di bahas oleh peneliti adalah Cv. Putra Karya Sulung Mandiri yang beralamat di jalan Sesko AU Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. CV. Putra Karya Sulung Mandiri merupakan toko atau grosir yang menjual berbagai bahan pokok sembako seperti beras, minyak goreng, dan bahan pokok lainnya. Tidak hanya menjual bahan pokok, di CV. Putra Karya Sulung Mandiri juga menjual berbagai barang untuk jualan di warung warung kecil. Banyak yang berbelanja di grosir ini untuk di jual lagi atau untuk warung warung kecil. Di CV. Putra Karya Sulung Mandiri juga bisa melakukan pemesanan melalui online atau Whatsapp toko. Dan nanti nya barang pesanan nya dikirim oleh pegawai grosir langsung ke rumah konsumen. CV. Putra Karya Sulung Mandiri menjadi tempat penelitian saya, karena tempat ini merupakan grosir yang cukup besar yang berada di daerah lembang dan mempunyai beberapa pelanggan konsumen tetap. Dari latar belakang, penulis melakukan penyebaran kuisisioner awal sebanyak 30 responden secara langsung pada konsumen Cv. Putra Karya Sulung Mandiri. Dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar kecemasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk minyak goreng di masa kelamaan saat ini.

**Tabel 1.2 Survey Awal Variabel (X) Panic Buying**

| No                                       | Pertanyaan   | Jawaban   |           |
|--|--|-----------|-----------|
|  |  | Ya        | Tidak     |
| <b>Kecemasan antisipatif</b>             |  |           |           |
| 1.                                       | Apakah anda membeli produk minyak goreng untuk mengantisipasi kenaikan harga minyak goreng ?           | 14<br>47% | 16<br>53% |
| <b>Ketakutan menular</b>                 |  |           |           |
| 2.                                       | Apakah anda membeli produk minyak goreng karena melihat orang lain juga membeli produk minyak goreng ? | 18<br>60% | 12<br>40% |
| <b>Mentalitas kelompok</b>               |  |           |           |
| 3.                                       | Apakah anda membeli produk minyak goreng karena dipengaruhi oleh orang-orang disekitar anda ?          | 25<br>83% | 5<br>17%  |
| <b>Intoleran Terhadap ketidakpastian</b> |  |           |           |

|                                 |  |            |           |
|---------------------------------|--|------------|-----------|
| 4.                              | Apakah anda membeli produk minyak goreng untuk memenuhi kebutuhan yang tidak pasti ?   | 30<br>100% | 0<br>0%   |
| Tidak terkendali                |  |            |           |
| 5.                              | Apakah anda tidak dapat mengendalikan pembelian produk minyak goreng ?                 | 20<br>67%  | 10<br>33% |
| Informasi yang salah atau rumor |  |            |           |
| 6.                              | Apakah anda membeli produk minyak goreng karena rumor (persediaan barang akan habis) ? | 30<br>100% | 0<br>0%   |

Sumber : data yang telah diolah peneliti, 2022

Dari hasil survey didapat jawaban sebanyak 53% dari 30 responden yang memberikan jawaban membeli produk minyak goreng untuk mengantisipasi kenaikan harga minyak goreng, hal ini tentunya membuat konsumen tidak tentu dalam membeli minyak goreng dikarenakan sebagai konsumen tidak dapat mengantisipasi kenaikan harga karena kenaikan harga tentunya itu tidak tentu kapan saja bisa naik. Dikarenakan pada saat kelangkaan minyak goreng yang bisa membuat berbagai toko atau grosir menaikkan harga minyak goreng. Dan juga menaikkan harga juga berdasarkan kebijakan dari pemerintah juga yang membuat kenaikan harga minyak goreng tersebut.

**Tabel 1.3 Survey Awal Variabel (Y) Keputusan Pembelian**

| No                       | Pertanyaan  | Jawaban    |           |
|--------------------------|---|------------|-----------|
|                          |   | Ya         | Tidak     |
| Pengenalan masalah       |   |            |           |
| 1.                       | Apakah anda membeli produk minyak goreng dikarenakan kebutuhan ?                                    | 30<br>100% | 0<br>0%   |
| Pencarian informasi      |   |            |           |
| 2.                       | Apakah anda bisa mendapatkan informasi mengenai produk minyak goreng dengan mudah ?                 | 12<br>40%  | 18<br>60% |
| Evaluasi alternatif      |   |            |           |
| 3.                       | Apakah anda memiliki pilihan alternatif selain menggunakan produk minyak goreng ?                   | 22<br>73%  | 8<br>27%  |
| Keputusan pembelian      |   |            |           |
| 4.                       | Apakah anda membeli produk minyak goreng karena merasa itu merupakan pilihan yang tepat ?           | 30<br>100% | 0<br>0%   |
| Perilaku pasca pembelian |   |            |           |
| 5.                       | Apakah anda merasa terpenuhi pada saat berbelanja di Cv. Putra Karya Sulung Mandiri pada saat ini ? | 10<br>33%  | 20<br>67% |

Sumber : Data telah diolah peneliti, 2022

Dari hasil survey tersebut didapat jawaban sebanyak 60% dari 30 responden menyatakan kesulitan mendapatkan informasi produk minyak goreng dipasaran atau grosir dikarenakan terjadi kelangkaan produk minyak goreng dari awal tahun 2022 mula nya kelangkaan produk minyak goreng yang di sebab kan oleh berbagai penyebab, ada yang menyebutnya ini kelangkaan minyak goreng dikarenakan naiknya harga minyak nabati dan adapun juga penyebab kelangkaan ini adalah ada masalah di proses distribusi dan logistik. Dari hasil survey tersebut juga didapat jawaban sebanyak 67% dari 30 responden menyatakan bahwa tidak terpenuhi pada saat berbelanja di grosir CV. Putra Karya Sulung Mandiri dikarenakan oleh kelangkaan tadi yang menyebabkan ada di berbagai toko sembako sulit mendapatkan produk minyak goreng dari distributor dan juga di batasnya pengerimian produk minyak goreng oleh distributor. Sulitnya mendapatkan produk minyak goreng juga dikarenakan produk minyak goreng ini naiknya harga nya dari harga biasanya, yang awal nya Rp. 14.000 per liter sekarang bisa menjadi Rp. 25.500 – Rp. 26.000 perliter. Hal tersebut yang membuat konsumen merasa belum terpenuhi berbelanja di grosir CV. Putra Karya Sulung Mandiri, karena minyak goreng merupakan kebutuhan pokok yang digunakan setiap harinya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa diperlukan analisis lebih dalam mengenai keputusan pembelian dengan fenomena panic buying, maka dalam rangka kegiatan penelitian ini, penulis mengambil judul : **“PENGARUH PANIC BUYING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG (SURVEY PADA KONSUMEN CV. PUTRA KARYA SULUNG MANDIRI)”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka dapat diidentifikasi suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Naik nya harga produk minyak goreng tidak dapat di antisipasi oleh konsumen, karena kenaikan harga minyak goreng tidak tentu kapan saja bisa naik. Pada saat kelangkaan minyak goreng yang bisa membuat berbagai toko atau grosir menaikkan harga minyak goreng.
2. Masih kurangnya informasi mengenai ketersediaan produk minyak goreng yang di sebabkan oleh langka nya produk minyak goreng pada awal tahun 2022. Ataupun ada penyebab lain yaitu dikarenakan oleh ada keterlambatan dari distributor.
3. Masih ada Sebagian konsumen yang merasa belum terpenuhi kebutuhannya pada saat berbelanja di CV. Putra Karya Sulung Mandiri akibat sering nya kehabisan minyak goreng dikarenakan terbatasnya ketersediaan produk minyak goreng atau langkanya produk minyak goreng di setiap toko sembako.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang didapatkan maka penelitian ini memiliki rumusan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai kecemasan konsumen pada saat membeli produk minyak goreng di grosir CV. Putra Karya Sulung Mandiri ?

2. Bagaimana tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada saat membeli produk minyak goreng di grosir CV. Putra Karya Sulung Mandiri ?
3. Seberapa besar pengaruh kecemasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada saat membeli produk minyak goreng di grosir CV. Putra Karya Sulung Mandiri ?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, adapun maksud penelitian yang hendak dicapai adalah mengetahui bagaimana perilaku panic buying yang dilakukan konsumen saat membeli produk minyak goreng, penyebab terjadinya fenomena panic buying, serta pengaruh panic buying terhadap keputusan pembelian produk minyak goreng.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Ada pun tujuan yang ingin dicapai dalam melaksanakan penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kecemasan konsumen pada saat membeli produk minyak goreng di grosir CV. Putra Karya Sulung Mandiri.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada saat membeli produk minyak goreng di grosir CV. Putra Karya Sulung Mandiri.

3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kecemasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada saat membeli produk minyak goreng di grosir CV. Putra Karya Sulung Mandiri.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dalam pelaksanaan penelitian tugas akhir ini, tentunya memiliki kegunaan bagi pihak penyusun dan pihak pendukung dalam menyusun tugas akhir ini yaitu bagi penulis pribadi dan bagi perusahaan tempat penulis melakukan penelitian. Berikut merupakan kegunaan penelitian tugas akhir yang disusun oleh penulis.

##### 1.4.1 Kegunaan Praktis

- Bagi Peneliti
  - Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dalam menyelesaikan penelitian ini yang berguna di masa yang akan datang.
  - Dapat mengubah pola pikir mengenai wawasan yang Peneliti dapatkan, sehingga dapat mengembangkan wawasan tersebut lebih baik lagi.
- Bagi Universitas/ Pendidikan
  - Dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran dari mahasiswa yang berguna untuk membantu pengembangan kampus.
- Bagi Perusahaan/ Pemasar
  - Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk bisa lebih memahami tentang peran ilmu psikologi dalam membantu penyusunan strategi pemasaran, sehingga lebih tepat sasaran.

#### 1.4.2 Kegunaan Akademis

- Memberikan sumbangan pemikiran ilmiah ataupun ilmu pendidikan bagi siapapun yang membutuhkannya.
- Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.
- Mengimplementasikan hasil dari pembelajaran selama masa perkuliahan di Universitas Komputer Indonesia.

### 1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Tempat : CV. PUTRA KARYA SULUNG MANDIRI

Alamat : Jl. Sesko AU No. 06 Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat,  
Jawa Barat.

#### 1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan biasanya memakan waktu cukup lama. Agar penelitian dapat dilakukan secara efisien dan efektif, maka jadwal penelitian harus direncanakan terlebih dahulu. Penelitian yang penulis lakukan telah terjadwal dalam beberapa tahap dan disertai dengan lama waktu penelitian yang dibutuhkan. Adapun lamanya penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1.4 Waktu Penelitian**

| No | Uraian | Waktu Kegiatan |
|----|--------|----------------|
|----|--------|----------------|

|   |                          | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei |   |   |   | Juni |   |   |   | Juli |   |   |   | Agustus |   |   |   |  |  |
|---|--------------------------|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---------|---|---|---|--|--|
|   |                          | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 |  |  |
| 1 | Survey Tempat Penelitian |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |  |  |
| 2 | Melakukan Penelitian     |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |  |  |
| 3 | Mencari Data             |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |  |  |
| 4 | Membuat Proposal         |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |  |  |
| 5 | Seminar                  |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |  |  |
| 6 | Revisi                   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |  |  |
| 7 | Penelitian Lapangan      |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |  |  |
| 8 | Bimbingan                |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |  |  |
| 9 | Sidang                   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |         |   |   |   |  |  |