

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Minyak goreng merupakan bagian dari kebutuhan pokok masyarakat Indonesia atau bagian dari sembilan kebutuhan pokok (sembako) seperti yang dikatakan oleh keputusan menteri perindustrian dan perdagangan. Dalam kesehariannya minyak goreng tidak bisa terlepas dari kehidupan masyarakat Indonesia baik yang berada di daerah perkotaan maupun pedesaan (Nasution, 2021). Di samping itu minyak goreng juga merupakan *convenience goods* atau barang yang selalu dibutuhkan oleh konsumen dalam pemenuhan kebutuhan sehari-harinya. Sehingga ketika terjadi kelangkaan masyarakat juga tidak bisa menemukan alternatif lain dikarenakan pada kondisi normalnya minyak goreng adalah barang yang dengan mudah didapatkan tanpa usaha yang berat. Sebenarnya minyak goreng kelapa sawit mempunyai alternatif lain seperti minyak goreng kelapa, wijen dan lainnya, namun untuk mendapatkan minyak alternatif ini sangatlah sulit dikarenakan belum diproduksi secara massal dan susah ditemui dipasaran. Yang pada akhirnya tetaplah produk alternatif lain tersebut tidak mampu menjadi alternatif yang sesungguhnya dikarenakan belum bisa menggantikan secara utuh kelangkaan yang terjadi.

Data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada tanggal 29 Oktober 2021 ditemukan bahwa penggunaan minyak goreng terbanyak di Indonesia adalah minyak goreng kelapa sawit. Penggunaan konsumsi rata-rata minyak goreng kelapa sawit pada tingkat rumah tangga di Indonesia periode 2015-2020 mengalami kenaikan sebesar 2,32% pertahun. Di tengah kenaikan

konsumsi akan minyak goreng ini, tetapi kebutuhan akan minyak goreng masih mampu dipenuhi dengan baik (Rahayu, 2022). Namun kondisi yang terjadi saat ini di Indonesia adalah ketidakmampuan hasil produksi minyak goreng untuk menutupi permintaan akan minyak goreng. Sehingga kelangkaan yang terjadi mengakibatkan masyarakat panik dan terjadilah *panic buying* di tengah masyarakat.

Hal ini terjadi diduga karena adanya kartel minyak goreng yang mengakibatkan naiknya harga secara drastis. Temuan ini disampaikan oleh tim investigasi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) yang mengatakan mereka menemukan alat bukti terkait kartel minyak goreng ini. Goppera Panggabean selaku Direktur Investigasi KPPU menyatakan bahwa melalui temuan tersebut, status penegakan hukum dapat ditingkatkan pada tahapan penyelidikan atas dugaan pelanggaran pasal 5 (penetapan harga), pasal 11 (kartel) dan pasal 19 huruf c (penguasaan pasar melalui pembatasan peredaran barang/jasa) (Karunia dan Djumena, 2022). Diakibatkan kelangkaan pada minyak goreng tersebut menyebabkan *Panic Buying Behavior* pada masyarakat.

Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi terjadinya *Panic Buying Behavior* pada masyarakat dalam hal ini pada pembelian minyak goreng yaitu *perceived price*, *perceived scarcity* dan *attitude towards negative E-WOM*. Naik atau turunnya harga minyak goreng ditentukan oleh tinggi atau rendahnya permintaan dan penawaran di pasaran. Ketika penawaran tinggi dan permintaan rendah maka menyebabkan harga turun. Kemudian pada penawaran rendah sedangkan permintaan tinggi, maka akan menyebabkan harga naik. Menurut Sukirno (2016), harga bahan pokok permintaan akan bahan pokok cenderung

stabil (inelastis) terhadap perubahan harga. Harga minyak goreng yang tidak stabil, mengakibatkan pemerintah harus menstabilkan harga minyak goreng.

Ketika harga sudah ditetapkan dengan tepat hal ini akan mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga berujung pada meningkatnya penjualan. Ketidakpuasan konsumen terjadi apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kinerja produk. Ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negatif terhadap produk maupun produsen atau penyedia jasanya (bahkan bisa pula penyalurnya), berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek dan berbagai macam perilaku lainnya (Popy, 2020). Sementara itu hal yang terjadi di daerah Sumatera Barat yang menjadi daerah objek penelitian merupakan daerah dengan perubahan harga tertinggi di Indonesia dibanding wilayah lain (Databooks, 2022). Pada bulan februari sampai april 2021 perubahan harga minyak goreng di Sumatera Barat terjadi sangat drastis dan merupakan yang tertinggi di Indonesia. Perubahan harga ini mengakibatkan masyarakat takut dan melakukan *panic buying* serta menimbun produk minyak goreng sebanyak mungkin.

Panic buying behavior dalam pembelian minyak goreng juga diduga dipengaruhi oleh *perceived scarcity*. *Scarcity* atau kelangkaan pada sumber daya dapat menjadi alasan utama terjadinya *panic buying* (Yoon et al., 2018). Dalam kasus krisis kesehatan, dimana sering terjadi lonjakan permintaan untuk barang-barang penting, pelanggan cenderung mencari petunjuk yang relevan untuk memutuskan apakah mereka harus menimbun (Cannon et al., 2019). Teori psikologi kerumunan menunjukkan bahwa perilaku kerumunan yang *maladaptif* dalam kondisi darurat sering kali terjadi dikarenakan lemahnya seseorang dalam psikologis (Drury, 2013). Hal seperti ini juga terjadi di Sumatera Barat,

kelangkaan minyak goreng terjadi disemua daerah terutama akan ketersediaan minyak goreng curah. Antara (2022), mengatakan hampir di semua pasar di Sumatera Barat para pedagang tidak mendapatkan suplai minyak goreng curah yang cukup sehingga kelangkaan minyak goreng semakin parah dan bahkan ketika ada, masyarakat akan langsung memborong stok persediaan lebih banyak dari biasanya. Faktor kelangkaan inilah yang menjadi salah satu penyebab masyarakat melakukan *panic buying* dengan cara mengumpulkan stok sebanyak-banyaknya demi menghindari kehabisan stok mereka.

Faktor lain yang juga sangat berpengaruh yaitu mudahnya konsumen dipengaruhi oleh tindakan orang lain karena mereka percaya bahwa keputusan orang lain dibuat berdasarkan informasi yang orang lain miliki tapi tidak mereka miliki. *Electronic word of mouth* seperti ini diyakini memiliki pengaruh yang kuat terhadap sikap konsumen khususnya dalam pengambilan keputusan (Ardyan, 2021). Selama pandemi COVID-19, banyak orang berkomentar negatif tentang masalah ini. E-WOM negatif bertebaran di berbagai media sosial. Banyak orang takut dan memberikan penilaian negatif terkait isu yang beredar di media sosial. Orang yang percaya pada komentar di internet akan membuat sikap positif terhadap komentar tersebut (Zainal et al., 2017). *Review* yang dilakukan konsumen akan berdampak pada peningkatan informasi dan sikap terhadap *review*. *Review online* sangat bermanfaat dan memiliki jangkauan yang luas karena dapat menjangkau lebih banyak orang daripada *review offline*. Semakin objektif dan kuat pesannya, semakin efektif pesan tersebut disampaikan kepada orang lain (Ardyan, 2021). Sementara itu berita-berita yang beredar baik itu di koran, televisi dan media massa yang ada di Sumatera Barat bahkan Nasional

hampir setiap harinya memberitakan harga minyak goreng yang semakin hari semakin naik dan langka, juga menjadi faktor yang memperparah psikis masyarakat. Selain berita yang beredar, hal lain yang juga sangat berpengaruh adalah isu atau komentar hoax terkait minyak goreng seperti ribuan ton minyak goreng tumpah kelautan atau berita tentang minyak goreng yang dicampur dengan solar. Hal inilah yang mengakibatkan masyarakat berbondong-bondong menyetok minyak goreng dan terjadilah *panic buying*. Pandangan ataupun komentar yang beredar di tengah masyarakat terutama yang bersifat negatif akan membuat masyarakat menjadi jauh lebih waspada dan takut akan kondisi yang terjadi semakin parah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Perceived price*, *Perceived Scarcity* dan *Attitude Towards Negative E-WOM* Terhadap *Panic Buying Behavior* pada konsumen minyak goreng di Sumatera Barat”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *perceived price* terhadap *panic buying behavior* pada konsumen minyak goreng di Sumatera Barat?
2. Bagaimana pengaruh *perceived scarcity* terhadap *panic buying behavior* pada konsumen minyak goreng di Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh *attitude towards negative E-WOM* terhadap *panic buying behavior* pada konsumen minyak goreng di Sumatera Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh *perceived price* terhadap *panic buying behavior* pada konsumen minyak goreng di Sumatera Barat.
2. Untuk menguji pengaruh *Perceived Scarcity* terhadap *panic buying behavior* pada konsumen minyak goreng di Sumatera Barat.
3. Untuk menguji pengaruh *attitude towards negative E-WOM* terhadap *panic buying behavior* pada konsumen minyak goreng di Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pihak produsen dan pemasar bahwa pentingnya untuk memahami bahwa konsumen memiliki keterlibatan tinggi dalam membuat keputusan pembelian minyak goreng yang ada di pasaran. Bagi pihak pemerintah khususnya diharapkan untuk melakukan upaya penyesuaian langkah antisipatif untuk dapat menjaga kestabilan harga minyak goreng, sehingga tidak mengakibatkan kelangkaan minyak goreng di pasaran.

2. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari hasil penelitian ini bisa menjadi bahan bacaan, informasi serta kajian untuk masa mendatang atau penelitian selanjutnya. Kemudian hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan ataupun acuan informasi ketika ingin melakukan pembelian atau konsumsi minyak goreng.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Variabel *Perceived Price*, *Perceived Scarcity* dan *Attitude Towards Negative E-WOM* terhadap *Panic Buying Behavior* pada konsumen minyak goreng di Sumatera Barat. Objek dari penelitian ini adalah masyarakat Sumatera Barat.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam lima (5) bab yang terdiri dari beberapa sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi mengenai penjelasan konsep dan teori dasar acuan penelitian serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini terdiri dari desain penelitian, populasi sampel, teknik pengambilan sampel, sumber dan metode pengumpulan data, definisi operasional variabel serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan deskripsi objek penelitian yang dipakai beserta hasil yang didapatkan dari olah data dan interpretasi dari hasilnya.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Didalam bab lima (5) ini terdapat saran terkait hasil penelitian atau hasil pengolahan data yang dilakukan serta saran untuk pihak-pihak yang bersangkutan dengan penelitian ini dan juga saran untuk penelitian selanjutnya. Kemudian di dalam bab ini juga terdapat kesimpulan terkait hasil penelitian yang dilakukan.

