

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semenjak Maret 2020 Indonesia telah mengalami wabah Covid-19 yang berasal dari Kota Wuhan di Negara China. Di Indonesia sendiri merupakan negara ketiga dengan kasus terbanyak setelah Brazil dan India (CNN Indonesia, 2021). Satgas Covid-19 menyatakan bahwa hingga tanggal 7 Juli 2021, total kasus di Indonesia telah mencapai 2.379.397 yang terinfeksi Covid-19 dengan total kasus kematian sebanyak 62.908 jiwa. (CNN Indonesia, 2021).

Akibat dari lonjakan kasus infeksi Covid – 19 di Indonesia yaitu sebanyak 38.124 kasus pada tanggal 9 Juli 2021, pemerintah mulai menerapkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat untuk menekan kasus penularan dan di perluas hingga ke luar wilayah Jawa-Bali (Kompas, 2021). Adapun aturan PPKM darurat diantaranya adalah pemberlakuan work from home (WFH), pemberlakuan pembelajaran jarak jauh (PJJ) pada kegiatan pembelajaran, pembatasan jam operasional pada supermarket, pasar tradisional, swalayan, penutupan pusat perbelanjaan, penutupan tempat ibadah, serta layanan *take away* dan *delivery* untuk restoran (Kompas, 2021).

Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan masyarakat melakukan perubahan perilaku (Ludecke, 2020) di mana mereka sangat menerapkan perilaku pencegahan (Yıldırım dkk, 2021) seperti memperhatikan kebersihan pribadi dan tindakan perlindungan lainnya agar terhindar dari paparan virus dan juga mengurangi penyebaran Covid-19. Adapun perilaku preventif yang diterapkan oleh masyarakat meliputi memperhatikan kebersihan tangan, etiket batuk, dan penggunaan masker wajah, menjaga jarak sosial (Gutu dkk, 2021).

Perilaku preventif juga diterapkan oleh konsumen ketika mereka melakukan kegiatan belanja di toko swalayan. Hal ini berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Szymkowiak dkk (2020) yang menghasilkan temuan bahwa konsumen yang melakukan pembelanjaan di toko pada saat pandemi menerapkan perilaku preventif yang meliputi pembatasan kontak, menjaga persediaan makanan, keputusan pembelian produk makanan yang familiar, optimalisasi waktu belanja, menjaga jarak, memilih produk berdasarkan kemasan, membatasi jumlah kunjungan toko, dan keamanan diri. Kemudian, penelitian lainnya yang dilakukan oleh (An, 2021) menunjukkan bahwa ancaman infeksi Covid-19 secara signifikan berhubungan dengan perilaku konsumen yaitu adanya perilaku optimalisasi waktu pembatasan kontak, menjaga jarak, keamanan pribadi, dan kesehatan pola makan pada konsumen China. Di Indonesia, penelitian yang dilakukan oleh Wahyu, dkk, (2021) menunjukkan bahwa masyarakat melakukan pembelian bahan pangan dalam jumlah berlebih untuk menjaga persediaan makanan. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan fenomena bahwa konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi juga menerapkan perilaku perlindungan diri untuk melindungi diri mereka dari infeksi Covid-19.

Perubahan perilaku konsumen selain dari bentuk preventif mereka, namun juga merupakan bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan dasar, sejalan dengan teori hierarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow (dalam Alwisol, 2014) yang meliputi fisiologis, keamanan, cinta, *self-esteem*, dan aktualisasi diri. Kebutuhan fisiologis dan keamanan (dari terinfeksi Covid-19) merupakan hal yang sangat penting pada masa krisis pandemi.

Perilaku preventif yang diterapkan oleh konsumen selama pandemi dapat berdampak negatif pada kesehatan mental konsumen. Pernyataan tersebut berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Usher dkk (2020) yang menghasilkan temuan bahwa bahwa sifat dan perilaku terkait pandemi berdampak negatif pada kesehatan mental. Lebih lanjut, Usher, dkk (2020) menyatakan adanya perubahan perilaku dan pembatasan jarak sosial akibat pandemi dapat menyebabkan timbulnya tekanan psikologis berupa kecemasan, kemarahan, stress dan rasa takut. Berdasarkan hasil

penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menerapkan perilaku terkait pandemi ketika melakukan kegiatan belanja di toko juga berpotensi mengalami tekanan psikologis.

Perilaku keamanan diri juga dapat mengakibatkan masalah psikologis berupa rasa takut yang dipertahankan oleh konsumen. Knowles & Olatunji (2021) memaparkan bahwa seseorang yang menerapkan *safety behavior* seringkali mempertahankan rasa takutnya. Semakin tinggi ketakutan terinfeksi yang dirasakan individu, semakin banyak perilaku keamanan yang dilakukan, yang selanjutnya individu tersebut akan semakin meningkatkan rasa takut terinfeksi virus dengan meningkatkan nilai ancaman Covid-19 (Knowles & Olatunji, 2021). Dalam hal ini, peneliti menyimpulkan bahwa adanya perilaku keamanan diri dengan rasa takut terhadap ancaman terinfeksi virus yang dialami oleh konsumen memiliki hubungan yang saling berkaitan satu sama lain. Konsumen yang takut terhadap ancaman virus menerapkan perilaku keamanan diri, lalu konsumen tersebut akan mempertahankan dan meningkatkan rasa takutnya terhadap infeksi virus yang akhirnya juga akan semakin meningkatkan perilaku keamanan dirinya. Contohnya seperti semakin ketat dalam menerapkan social distancing ketika melakukan belanja dan mengenakan masker dua lapis. Ketakutan ini juga berpotensi akan tetap dialami bahkan setelah ancaman berakhir (Knowles & Olatunji, 2021)

Perubahan perilaku konsumen, selain menimbulkan permasalahan kesejahteraan psikologis, juga mengakibatkan adanya perilaku *panic buying* yang dilakukan oleh konsumen. Perilaku *stockpiling* dan *hoarding* yang dilakukan oleh konsumen di Supermarket dalam rangka untuk keamanan stok makanan (*Food Supply Security*) selama pandemi berdampak memunculkan adanya *copied behavior* yang mana konsumen lain yang melihat perilaku tersebut juga ikut melakukan hal yang serupa (Taylor dalam Usher dkk, 2020) sehingga menimbulkan adanya peristiwa *panic buying* yang terjadi di supermarket.

Perubahan perilaku konsumen di toko belanja dalam upaya untuk perlindungan diri merupakan hal yang harus dilakukan untuk mencegah penyebaran virus yang lebih

luas, namun di sisi lain perubahan perilaku yang terjadi berpotensi mengganggu kesejahteraan psikologis baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Tracy dkk, 2011) dan perlu menjadi perhatian agar dapat dilakukan intervensi yang tepat khususnya untuk konsumen. Dengan adanya dampak yang diakibatkan oleh perubahan perilaku konsumen, maka penelitian ini penting untuk dilakukan.

Situasi pandemi Covid-19 selain menimbulkan adanya perilaku preventif, juga mengakibatkan adanya masalah kesehatan mental pada kalangan masyarakat. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) pada tahun 2020, sebanyak 69% responden mengalami masalah psikologis dari total 2364 yang berasal dari 34 provinsi di Indonesia. Sebanyak 64% mengalami cemas, 67% mengalami depresi, dan sebanyak 77% mengalami trauma psikologis. Survey lainnya yang dilakukan oleh PDSKJI menunjukkan sebanyak 80% dari total 182 responden mengalami trauma psikologis. Penelitian lain juga menunjukkan 65.8% dari total 644 responden tenaga medis mengalami kecemasan (Nasrullah, 2020). Hal ini membuktikan bahwa pandemi memberikan dampak permasalahan kesehatan mental di masyarakat, salah satunya adalah kecemasan.

Kecemasan merupakan kondisi emosi dimana terdapat rasa tidak nyaman pada seseorang, dan merupakan pengalaman yang samar-samar disertai dengan perasaan yang tidak berdaya serta tidak menentu yang disebabkan oleh sesuatu yang belum jelas (Annisa & Ifdil, 2016). Definisi lain menurut (Kumbara dkk, 2018) menyatakan bahwa ‘kecemasan merupakan keadaan suasana hati yang ditandai oleh efek negatif dan gejala-gejala ketegangan jasmaniah dimana seseorang mengantisipasi kemungkinan datangnya bahaya atau kemalangan di masa yang akan datang dengan perasaan khawatir.’ Berdasarkan pendapat – pendapat ahli tersebut maka dapat dijelaskan bahwa kecemasan adalah kondisi emosi berupa ketidaknyamanan dan kekhawatiran yang berlebih akibat adanya kemungkinan datangnya bahaya di masa yang akan datang.

Berkaitan dengan fenomena kecemasan yang terjadi di masyarakat. Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab kecemasan selama pandemi Covid-19.

Menurut Asyura dkk (2021) faktor jenis kelamin perempuan, durasi karantina yang lama, kekhawatiran akan terinfeksi, status pendidikan (semakin tinggi tingkat pendidikan akan semakin buruk), status kesehatan, manajemen emosional yang rendah, dan jarak tempat tinggal dari zona infeksi merupakan faktor-faktor yang berpotensi menjadi penyebab gejala-gejala depresi serta kecemasan. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Maroufizadeh dkk., 2020) pada populasi umum negara Iran menghasilkan temuan bahwa salah satu faktor kecemasan selama pandemi adalah memikirkan Covid-19 dalam waktu yang lama. Pada penelitian ini, penulis akan mempersempit fokus gangguan kecemasan di saat pandemi, yaitu gangguan kecemasan yang disebabkan Covid-19. Adapun definisi kecemasan digunakan menggunakan definisi gangguan kecemasan umum (*generalized anxiety disorder*) merupakan kecemasan dan kekhawatiran yang berlebihan tentang sejumlah peristiwa atau kegiatan (“Diagnostic Stat. Man. Ment. Disord. 5th Ed.,” 2013) dengan fokus kecemasan yang disebabkan oleh pandemi, yaitu kecemasan Covid-19 (Silva dkk, 2020).

Penelitian ini akan menggunakan subyek ibu rumah tangga. Alasan peneliti menggunakan subyek tersebut adalah ibu rumah tangga memiliki peran utama dalam belanja kebutuhan pokok untuk dikonsumsi oleh keluarganya. Selain itu, ibu rumah tangga merupakan kelompok konsumen terbanyak di ritel modern menurut survey yang dilakukan oleh marketeers (2020).

Ibu rumah tangga juga kelompok konsumen yang mengalami kecemasan terkait Covid-19. Pernyataan ini berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Rahayu (2020) menemukan bahwa 50,5% ibu rumah tangga mengalami *state anxiety* yang tinggi dan 77% *trait anxiety* yang tinggi serta berada pada intensitas yang cukup sering terhadap pemberitaan Covid-19. Selain itu, hasil survey yang dilakukan oleh Populix (2020), menunjukkan sebanyak 43% dari total 404 responden ibu rumah tangga masih cemas saat mendengar berita tentang Covid-19 yang dibaca dari media sosial atau berita di internet. Maka, berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat fenomena di mana ibu rumah tangga mengalami kecemasan terkait dengan Covid-19.

Berdasarkan survey dan penelitian terdahulu yang telah dikaji, peneliti berasumsi bahwa gangguan kecemasan terhadap Covid-19 yang dialami ibu rumah tangga memiliki hubungan pada perilaku pembelian di toko belanja sebagai tindakan untuk menjaga dan menyelamatkan diri dari bahaya Covid-19 perilaku tersebut merupakan perilaku terkait pandemi di toko menurut Szymkowiak dkk (2020) yang meliputi pembatasan kontak (*contact limitation*), menjaga persediaan makanan (*food supply security*), keputusan pembelian produk makanan yang familiar (*product familiarity*), optimalisasi waktu belanja (*shopping time optimization*), menjaga jarak (*keeping distance*), memilih produk berdasarkan kemasan (*product packaging*), membatasi jumlah kunjungan toko (*number of stores*), dan keamanan diri (*personal security*) pada konsumen.

Peneliti memilih DKI Jakarta sebagai lokasi pengumpulan data. Hal ini dikarenakan, DKI Jakarta merupakan provinsi dengan kasus Covid-19 tertinggi di Indonesia dilansir dari Kompas.com. Selain itu, kasus gejala gangguan kecemasan umum banyak terjadi di DKI Jakarta, didukung oleh survey yang dilakukan Suriastini dkk (2020) yang menghasilkan temuan bahwa DKI Jakarta yang merupakan salah satu provinsi kasus Covid-19 tertinggi memiliki tingkat gejala gangguan kecemasan umum lebih tinggi dibandingkan provinsi lain yang memiliki kasus Covid-19 lebih sedikit di saat pandemi. Hal ini menjadi dasar peneliti untuk memilih DKI Jakarta sebagai lokasi pengambilan sampel.

Perubahan yang diakibatkan gangguan kecemasan terhadap Covid – 19 yang dianggap berbahaya dan mengancam membuat maskarakat terpaksa beradaptasi dengan menerapkan sebuah new normal atau sebuah kegiatan normal baru didalam menjalankan kehidupan sehari – hari yang mana kebersihan dan kesehatan menjadi fokus baru dalam kesehariannya, termasuk di dalamnya perilaku preventif yang dilakukan oleh konsumen Ibu rumah Tangga yang pada umumnya berperan dalam konsumsi pangan pada keluarga, berpotensi mengalami gangguan kecemasan sehingga menyebabkan perubahan perilaku pembelian di toko swalayan.

Keterkaitan antara gangguan kecemasan dan perilaku preventif dapat ditunjukkan pada beberapa penelitian yang telah dilakukan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Lim dkk, (2020) menghasilkan temuan bahwa bahwa kecemasan yang lebih tinggi memiliki hubungan dengan respons perilaku pencegahan yang lebih positif responden Italia dan Singapura, adapun perilaku tersebut meliputi perilaku kebersihan pribadi dan tindakan perlindungan lainnya. Lalu, penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Liao dkk, 2014) menunjukkan bahwa kekhawatiran spesifik terhadap virus A/H1N1 memiliki hubungan yang signifikan dengan *protective behavior*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Dani dkk (2021) terhadap responden di Cirebon menunjukkan hal sebaliknya, di mana kecemasan dan upaya preventif Covid-19 tidak menunjukkan adanya hubungan. Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai kecemasan dan upaya pencegahan membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian Hubungan Kecemasan terhadap Covid-19 dengan Perilaku Preventif Ibu Rumah Tangga Saat Berbelanja di Toko Swalayan selama Pandemi Covid-19 di DKI Jakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan informasi mengenai gangguan kecemasan terhadap Covid-19 dan hubungannya dengan perilaku preventif ibu rumah tangga ketika berbelanja toko swalayan di DKI Jakarta pada saat pandemi Covid-19. Dengan Penelitian ini, penulis berharap dapat menjadi referensi kepada seluruh stake holder, seperti pemerintah sebagai pemangku kebijakan dan regulasi, pelaku bisnis yang dapat menyesuaikan dan berinovasi dalam produknya yang memiliki target pasar ibu rumah tangga, dan masyarakat yang bisa beradaptasi dengan era new normal.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku preventif konsumen ibu rumah tangga pada saat berbelanja di toko swalayan saat ini?
2. Bagaimana tingkat gangguan kecemasan terhadap Covid-19 pada ibu rumah tangga saat ini?

3. Apakah terdapat hubungan antara gangguan kecemasan terhadap Covid-19 dengan perilaku preventif Ibu rumah tangga saat berbelanja di toko swalayan di DKI Jakarta?

1.3 Pembatasan Masalah

Permasalahan pada dalam penelitian ini dibatasi pada gangguan kecemasan terhadap Covid-19 dengan perilaku preventif konsumen di toko belanja selama pandemi Covid-19 dengan sasaran subyek penelitian ibu rumah tangga di DKI Jakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan antara gangguan kecemasan terhadap Covid-19 dengan perilaku preventif ibu rumah tangga saat berbelanja di toko swalayan selama pandemi Covid-19 di DKI Jakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu hubungan gangguan kecemasan terhadap Covid-19 dengan perilaku preventif konsumen di toko belanja selama pandemi Covid-19.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai gangguan kecemasan terhadap Covid-19 dan perilaku preventif konsumen pada era pandemi Covid-19 di Indonesia.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pengelola Toko Swalayan

Penelitian ini dapat menjadi informasi mengenai perilaku preventif konsumen sebagai akibat dari gangguan kecemasan terhadap Covid-19 selama pandemi sehingga pengelola dapat membuat kebijakan penerapan protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah selama pandemi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menjadi referensi khususnya untuk penelitian dengan tema gangguan kecemasan terhadap Covid-19 dan perilaku preventif konsumen selama pandemi.

