

SELEKTIF DALAM MEMILIH PRODUK KONSUMSI KELUARGA DALAM MENINGKATKAN KETAHANAN PANGAN SELAMA PANDEMI COVID-19

Ezra Chica'al Sandya¹, M.Pd, NgabdulMunif, M.Pd¹

¹Universitas Negeri Yogyakarta

ezrachicaal@uny.ac.id

ABSTRACT

Background: The Covid-19 pandemic is currently attracting public attention. It appears that the health and wellbeing behaviors of both health behavior, dietary habits, and food security are evident. **Purpose:** This study aims to look at a picture of people's lives, especially in being selective in choosing family consumption products for food security during the Covid-19 pandemic. **Methodology:** Data collection is done by filling out a questionnaire that was previously created and entered in the Google Form application with 80 respondents. **Results:** Based on data analysis, the most information obtained about Covid-19 was obtained from the social media as much as 56%. The motivation of consumers in buying products is 72.40% because it is to fulfill their needs. 41.3% of places to shop during Covid-19 at the nearest store. Information about buying necessities obtained from individuals (family, neighbors, and acquaintances) was 55.5%. Eating habits, diversity of food methods of obtaining, processed food that learned, and bought food obtained an average of 73.9%. **Conclusion:** Being selective in choosing family consumption products both from increasing eating habits also affects the diversity of food eaten, as well as experiencing an increase in the frequency and number of meals.

Keywords: selective, consumption, food security, Covid-19

ABSTRAK

Pendahuluan: pandemic Covid-19 saat ini menimbulkan kekhawatiran masyarakat. Dampaknya terlihat jelas pada kesehatan dan penurunan perilaku baik dari perilaku kesehatan, kebiasaan makan dan ketahanan pangan. **Tujuan:** penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran hidup masyarakat terutama pada selektif dalam memilih produk konsumsi keluarga untuk meningkatkan ketahanan pangan selama pandemic Covid-19. **Metodologi:** pengambilan data dilakukan dengan cara mengisi kuesioner yang sebelumnya dibuat dan dimasukkan dalam aplikasi Google Form dengan responden sebanyak 80 orang. Penelitian ini dilakukan dengan metode cross sectional study. **Hasil:** berdasarkan analisis data, informasi yang diperoleh mengenai Covid-19 paling banyak diperoleh dari internet/media sosial sebanyak 56%. Motivasi konsumen dalam membeli produk 72,40% dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan. Tempat untuk berbelanja selama Covid-19 sebesar 41,3% di toko terdekat. Informasi membeli kebutuhan diperoleh dari pribadi (keluarga, tetangga dan kenalan) sebesar 55,5%. Kebiasaan makan, keragaman pangan cara mendapatkan, olahan yang dimasak dan membeli makanan hasil yang diperoleh rata-rata 73,9%. **Kesimpulan:** Selektif dalam memilih produk konsumsi keluarga baik dari peningkatan kebiasaan makan juga mempengaruhi pada keragaman makanan yang dimakan, serta mengalami peningkatan frekuensi dan jumlah makan.

Kata Kunci: selektif, konsumsi, ketahanan pangan, Covid-19

PENDAHULUAN

Pandemi global mengenai penyakit coronavirus disease 2019 (COVID 2019) yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (SARS-Cov-2) dimulai di Wuhan, China pada Desember 2019, dan telah menyebarkan seluruh dunia. Per 5 April

tahun 2020 lebih dari 1,2 juta kasus yang dilaporkan dan 69.000 lebih kematian diberbagai negara [1]. Awal mulanya gejala penyakit pneumonia dengan gejala seperti flu, batuk, demam, letih, sesak nafas dan tidak nafsu makan, akan tetapi berbeda dengan influenza. Virus

corona berkembang dengan cepat hingga mengakibatkan infeksi yang lebih parah sehingga mengakibatkan kematian, hal ini terjadi pada pasien dengan masalah Kesehatan sebelumnya [2].

World Health Organization (WHO) pada tanggal 12 Maret 2020 menetapkan virus corona sebagai pandemic. Pandemi merupakan penyakit yang menyerang orang dalam jumlah banyak dan diberbagai tempat, selain menyebar juga bisa menular [3]. Dampak penyebaran virus corona sangat mempengaruhi kehidupan baik ekonomi, sosial dan pangan. Penerapan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 telah ditetapkan dan ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia serta didukung dengan adanya Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) RI Nomor 9 Tahun 2020 mengenai Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 dengan tujuan agar mengatasi masalah penyebaran covid-19.

Dampak pandemi pada kehidupan masyarakat terutama bidang pangan akan terjadi. Ketersediaan pangan menjadi sangat penting karena sistem pangan mencakup semua elemen (lingkungan, orang, infrastruktur, institusi dan lain sebagainya) dan kegiatan yang berhubungan dengan produksi, pengolahan, distribusi, persiapan konsumsi pangan [4]. Dengan adanya pandemi Covid-19 maka terdapat beberapa kendala untuk pemenuhan kebutuhan dalam keluarga. Sebelum membeli dan mengkonsumsi sesuatu, terlebih dahulu seseorang mengambil keputusan mengenai makanan apa, kapan, bagaimana dan dimana makanan tersebut dibeli, dapat diartikan diperlukan suatu proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu makanan.

Pembatasan mobilitas akibat dampak pandemi covid-19 sangat berpengaruh pada pendapatan, daya beli dan segala aktivitas lainnya. Akses makanan mengacu pada terjangkaunya makanan, alokasi serta frekuensi individu dan rumah tangga. Komite PBB mencatat terkait penyebab kelaparan dan kekurangan gizi bukan karena langkanya makanan tetapi ketidak mampuan untuk mendapatkan makanan yang tersedia, biasanya

karena kemiskinan [5]. Hal ini bergantung pada pendapatan keluarga yang cukup untuk membeli makanan dengan harga yang berlaku atau memiliki lahan atau tempat untuk menanam sumber makanan sendiri [6].

Oleh karena itu upaya bersama baik secara ekonomi dan sosial dalam meningkatkan ketahanan pangan dan akses informasi yang terjangkau sangat membantu dalam mengatasi ketahanan pangan terutama selama pandemi covid-19. Pada penelitian ini hanya memberikan gambaran terkait selektif dalam memilih produk konsumsi keluarga dalam meningkatkan ketahanan pangan selama pandemi covid-19.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan desain crosssectional. Penelitian ini dilakukan di Dusun Karangasem, Desa Bulurejo yang terkena dampak covid-19. Sampel mewakili seluruh warga yang berada di Dusun Karangasem. Semua subjek yang memiliki data lengkap sebanyak 80 orang dengan memenuhi kriteria yang telah ditentukan yaitu berupa variabel usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, motivasi, media informasi terkait covid-19. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan melihat persentasi/proporsi responden yang menjawab pada pilihan kuesioner. Metode pengambilan data dengan menggunakan kuesioner yang dibuat dan dimasukkan dalam Google Form. Kuesioner diberikan seperti tertera pada hasil dan pembahasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden yang diperoleh dalam penelitian ini berjumlah 80 orang. Dari 80 orang responden, usia responden dengan distribusi 16-25 tahun sebanyak 16 orang (20%), 26-35 tahun sebanyak 42 orang (52,5%), 36-45 tahun sebanyak 18 orang (23,8%), 46-55 tahun sebanyak 3 orang (3,8%) dan usia diatas 55 tahun sebanyak 1 orang (1,3%). Jenis kelamin responden untuk perempuan sebanyak 64 orang (80%) dan laki-laki sebanyak 16 orang (20%). Pekerjaan yang dimiliki responden untuk ibu rumah tangga sebanyak 40 orang (50%), wiraswasta sebanyak 9 orang (11,3%), pegawai swasta 18 orang (22,5%), pegawai negeri 2 orang (3,8%), pekerjaan lain-lain sebanyak 10 orang (12,4%).

Pendidikan yang dimiliki responden paling banyak tingkat SMA/SMK yaitu sebanyak 48 orang (60%), kedua yaitu tingkat S1 sebanyak 20 orang (25%), ketiga diploma sebanyak 8 orang (10%). Pendapatan yang dimiliki <500.000 sebanyak 23 orang (28,7%), 600.000-2.500.000 sebanyak 34 orang (42,5%), 2.600.000-5.000.000 sebanyak 20 orang (25%), dan pendapatan diatas 5.000.000 sebanyak 3 orang (3,8%).

Table 1. Distribusi Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah	
	n	%
Usia		
18-25 Tahun	16	20,0
26-35 Tahun	42	52,5
36-45 Tahun	18	23,8
46-55 Tahun	3	3,8
>55 Tahun	1	1,3
Total	80	100,0
Jenis Kelamin		
Laki-laki	16	20,0
Perempuan	64	80,0

Total 80 100,0

Pekerjaan

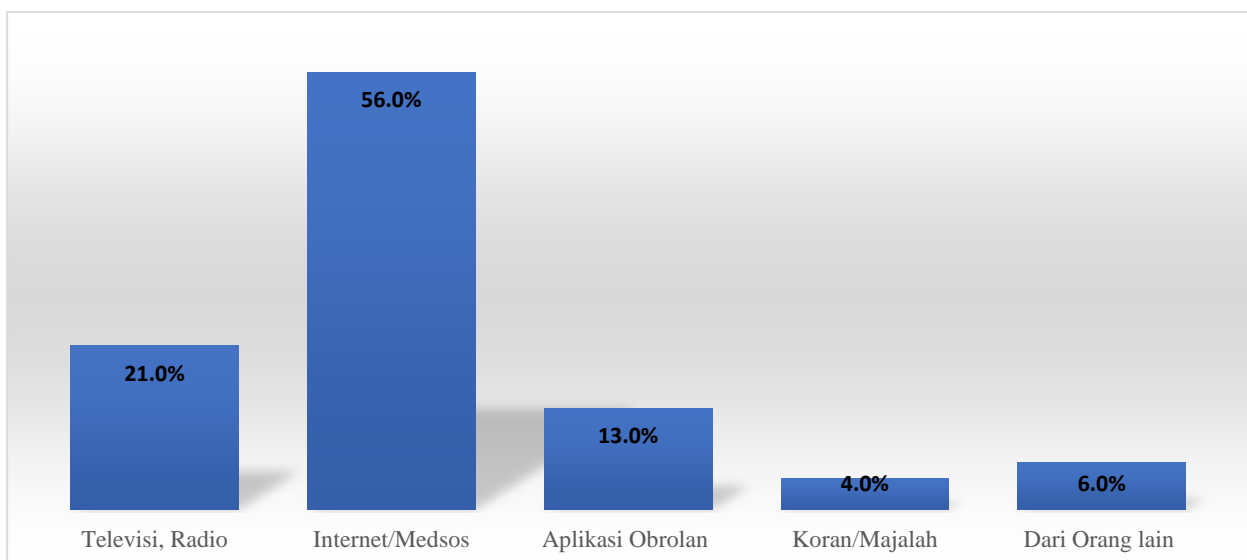
Ibu RumahTangga	40	50,0
Petani	0	0,0
Wirausaha	9	11,3
PegawaiSwasta	18	22,5
Pegawai Negeri	3	3,8
Lain-lain	10	12,4

Pendidikan

SD	0	0,0
SMP	2	2,5
SMA/SMK	48	60,0
Diploma	8	10,0
S1	20	25,0
PascaSarjana	2	2,5

Pendapatan

<500.000	23	28,7
600.000-2.500.000	34	42,5
2.600.000-5.000.000	20	25,0
>5.000.000	3	3,8



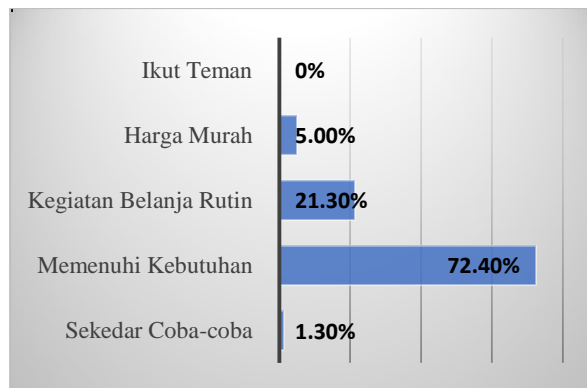
Gambar 1. Grafik Informasi Pandemi Covid-19 (Sumber: data pribadi)

Berdasarkan pada gambar 1. Menyatakan bahwa informasi yang diperoleh mengenai covid-19 paling banyak diperoleh dari internet/ media sosial baik dari line, whatsapp, dan lain lain sebanyak 56%,

televisi/radio 21%, aplikasi obrolan 13%, dan orang lain 6% dan melalui koran sebanyak 4%.

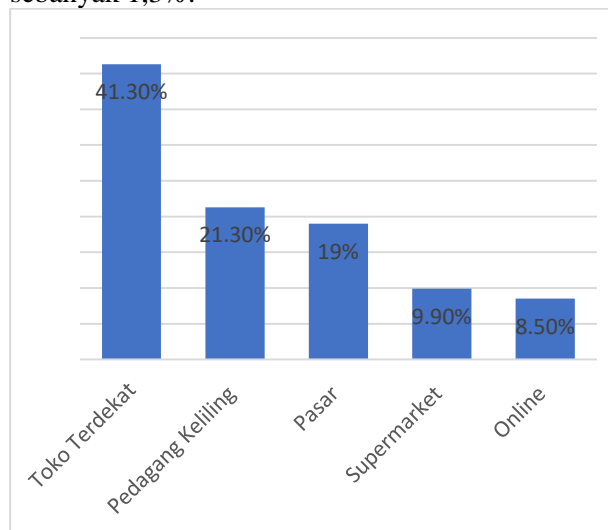
Kurangnya aktivitas sehingga membuat setiap orang hanya di rumah dan bermain smart phone sehingga informasi yang diperoleh sangat cepat melalui internet.

Evolusi penelusuran yang dilakukan orang melalui internet dan karakteristik video melalui Youtube yang paling sering ditonton, serta melalui Twitter adalah terkait Covid-19 dan makanan.



Gambar 2.
Grafik Motivasi Konsumen dalam Membeli Produk
(sumber: data pribadi)

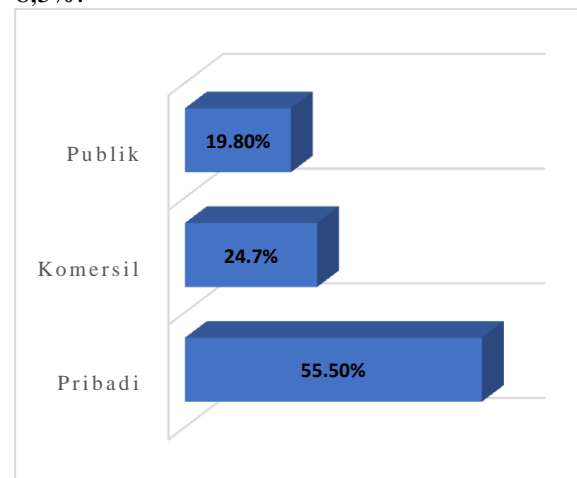
Berdasarkan pada gambar 2 di atas dapat diketahui bahwa dalam pengambilan keputusan untuk motivasi membeli produk konsumsi keluarga, motivasi tertinggi yaitu terjadi karena untuk memenuhi kebutuhan yaitu sebanyak 72,40%, kedua yaitu kegiatan belanja rutin 21,30%, ketiga harga murah sebanyak 5% dan keempat sekedar coba-coba sebanyak 1,3%.



Gambar 3. Tempat Berbelanja Selama Covid-19
(sumber: data pribadi)

Pada gambar 3. Menyatakan bahwa selama pandemi covid-19 responden

berbelanja di toko terdekat yaitu sebesar 41,3%, melalui pedagang keliling 21,3%, pasar 19%, supermarket 9,9% dan online sebesar 8,5%.



Gambar 4.
Grafik Informasi Membeli Kebutuhan Pangan
(sumber: data pribadi)

Selama pandemi berlangsung, berdasarkan pada gambar 4. responden mendapatkan informasi terkait membeli kebutuhan pangan paling banyak melalui pribadi (keluarga, tetangga dan kenalan) yaitu sebanyak 55,5%, komersil (iklan, brosur, tenaga penjual, pedagang) yaitu sebanyak 24,7%, serta melalui publik (media massa, organisasi) sebanyak 19.8%.

Tabel 2.
Selektif dalam Memilih Produk Konsumsi Keluarga Selama Pandemi Covid-19

Variabel	Jumlah	
	n	%
Kebiasaan Makan		
Ya	54	67,5
Tidak	26	32,5
Total	80	100,0
Keragaman Makan		
Ya	41	55,4
Tidak	39	44,6
Total	80	100,0
Cara Mendapatkan Makanan		
Membeli Diluar	11	12,7
Memasak	69	87,3
Total	80	100,0
Olahan yang Dimasak		
Hasil Kebun	15	19,0
Membeli	65	81,0
Total	80	100,0

Membeli Makanan		
Membeli Langsung	62	78,5
Delivery	18	21,5
Total	80	100,0

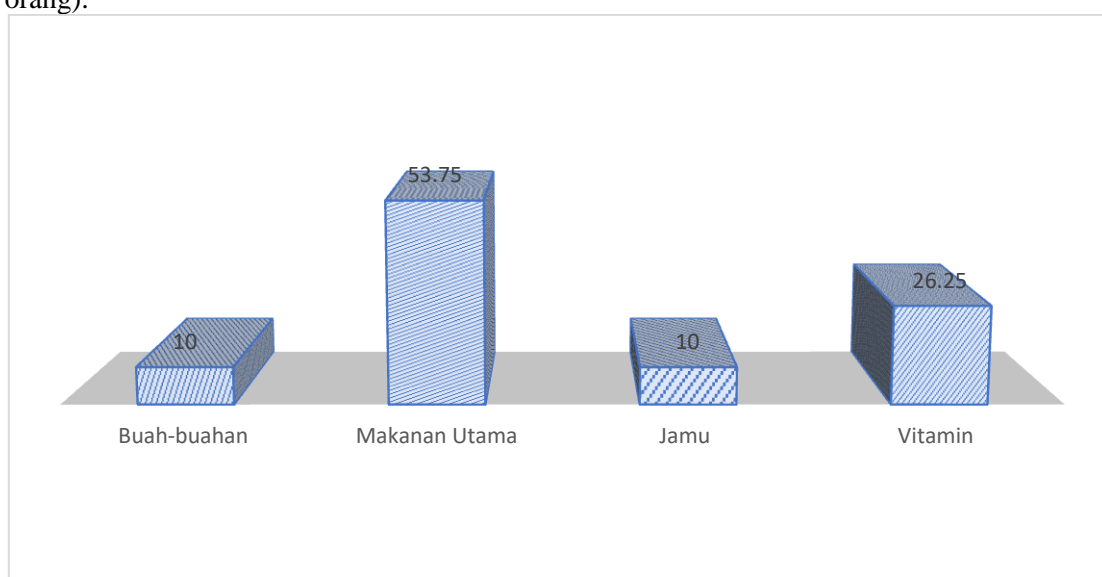
Berdasarkan pada table 2, kebiasaan makan yang terjadi selama pandemic covid-19 mengalami peningkatan yaitu sebanyak 54 orang (67,5%) dan 26 orang (32,5%) tidak mengalami peningkatan kebiasaan makan. Peningkatan kebiasaan makan juga berpengaruh terhadap keragaman makan yang dikonsumsi oleh responden, berdasarkan hasil survei dapat diketahui sebanyak 41 orang (51,25%) mengalami peningkatan keragaman makanan yang dikonsumsi dan sebanyak 39 orang (48,75%) tidak mengalami peningkatan keragaman makanan.

Selama pandemic covid-19 berdasarkan pada table 2, responden dalam mendapatkan makanan untuk dihidangkan keluarga sebanyak 69 orang (86,25%) memasak sendiri dan 11 orang (13,75%) memilih membeli di luar. Olahan yang dimasak pun mayoritas membeli yaitu sebanyak 65 orang (81,25%), sedangkan yang memanfaatkan hasil kebun sebanyak 15 orang (18,75%). Dalam membeli makanan hampir 78,5% (62 orang) membeli makanan langsung ditempat yang menjual makanan tersebut, sedikit sekali yang menggunakan delivery yaitu sebanyak 21,5% (18 orang).

Tabel 3.
Peningkatan Frekuensi Makan Selama Covid-19

Variabel	Jumlah	
	n	%
Peningkatan Frekuensi Makan		
Ya	44	55,7
Tidak	36	44,3
Total	80	100,0
Peningkatan Jumlah Makan		
Ya	54	67,8
Tidak	26	32,2
Total	80	100,0

Berkurangnya mobilitas dan aktivitas mengakibatkan peningkatan frekuensi makan, berdasarkan pada table 3, 44 orang (55,7%) mengalami peningkatan frekuensi makan dan 36 orang (44,3%) tidak mengalami peningkatan. Peningkatan frekuensi makan juga memberikan dampak pada peningkatan jumlah makan yang dimakan, yaitu sebanyak 54 orang (67,8%) mengalami peningkatan makan dan 26 orang (32,2%) tidak mengalami peningkatan.



Gambar 5. Grafik Makanan yang Sering Dikonsumsi Selama Pandemi Covid-19 (Sumber: Data Pribadi)

Perubahan kebiasaan makan selama pandemic covid-19 juga mempengaruhi makanan yang dimakan, berdasarkan pada gambar 5, hasil yang diperoleh 53,75%

PEMBAHASAN

Pendidikan tinggi akan mempengaruhi dalam implementasi pengetahuan dan dalam berperilaku khususnya adalah hal Kesehatan dan kebutuhan gizi untuk tubuh. Dengan demikian jika Pendidikan yang dimiliki rendah akan berpengaruh terhadap sikap dalam penanganan permasalahan terutama dalam hal Kesehatan [7].

Dampak pandemic covid 19 telah meningkatkan kesadaran global mengenai resiko zoonosis yang ditimbulkan oleh perkembangan ekonomi. Karena tidak ada vaksin untuk melindungi dari virus, Tindakan perlindungan melalui alat pelindung diri (APD), jaga jarak dan menjaga kebersihan pribadi dilakukan untuk menghentikan penyebaran penyakit [8] selain itu pada kerawanan pangan dan gizi cenderung signifikan bagi negara berkembang karena bergantung pada pariwisata asing, ketergantungan pada makanan impor dan sistem produksi pangan lokal yang belum berkembang [9].

Selama pandemic berlangsung, perubahan jangka Panjang dapat terjadi dalam cara konsumen membeli produk makanan [10].

Beberapa peneliti terbaru menekankan bahwa konsumen telah mengubah kebiasaan membeli makanan mereka sebagai tanggapan terhadap pandemic [11,12]. Pada awalnya ketidakpastian dan ketakutan akan gangguan pasokan pangan telah memicu perilaku panik untuk membeli dan menimbun barang.

Konsumen menjadi semakin tertarik untuk menyimpan banyak makanan untuk menjaga keberlangsungan hidup selama pandemic [12]. Akan tetapi pada dampak Covid-19 ketika dipengaruhi penurunan pendapatan yang disebabkan oleh pembatasan mobilitas atau kehilangan pekerjaan sementara karena peraturan lockdown, rumah tangga tidak memiliki pilihan selain mengurangi biaya makanan atau beralih ke lebih murah tetapi makanan berkualitas rendah.

responden masih mengonsumsi makanan utama, seperti nasi, lauk dan sayur, 26,25% mengonsumsi vitamin, dan dengan persentase yang sama 10% mengonsumsi buah dan jamu.

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) disertai dengan penerapan protokol Kesehatan ketat, aktivitas di luar rumah sangat dibatasi. Segala kegiatan dilakukan di rumah. Hal ini mengakibatkan meningkatnya kebiasaan makan yang semakin meningkat, karena tidak ada kegiatan yang lainnya. Selain itu keragaman makanan yang dimakan juga semakin bervariasi.

Berdasarkan pada table 2 menyatakan bahwa olah raga yang sering dimasak yaitu 81,9% adalah bahan yang dibeli dipenjual. Tingkat resiko terkena Covid-19 sangat la tinggi, dikarenakan berinteraksi langsung dengan beberapa orang. Pemilihan bahan makanan yang diperoleh di kebun sendiri sangat la sedikit. Hasil penelitian menyatakan bahwa penguatan pangan local atau hasil kebun sendiri ditingkat rumah tangga dan masyarakat sangat bermanfaat untuk menambah asupan pangan segar. Secara logistic, kebun rumah menyediakan akses mudah sehari-hari untuk sayuran dan buah-buahan segar yang mengarah ke polakan yang seimbang dengan melengkapi protein, vitamin dan mineral yang diperlukan untuk daya tahan tubuh [13].

Peningkatan frekuensi makan pada masyarakat membuat sector makanan, termasuk distribusi dan ritel makanan telah tertekan akibat kepanikan masyarakat untuk membeli dan menimbun makanan [14]. Hal ini menyebabkan meningkatnya kekhawatiran tentang kekurangan produk makanan pokok. Berdasarkan survey panic buying telah menghasilkan peningkatan makanan senilai 1 milyar [15].

Gambar 5 menunjukkan bahwa selama pandemic Covid-19 makanan yang sering dimakan adalah makanan utama seperti nasi, lauk dan sayur sebanyak 53,75%, untuk konsumsi buah-buahan, vitamin dan jamu masih termasuk dalam kategori rendah.

Kesadaran akan kesehatan masih perlu ditingkatkan untuk menjaga tubuh agar terhindar dari virus Covid-19. Berdasarkan pada pernyataan yang disampaikan oleh WHO 2020 dan beberapa sumber lainnya disampaikan bahwa harus mencuci tangan dengan sabun dan air, jangan keluar rumah kecuali pengecualian, hindari menyentuh mata, hidung dan mulut, menggunakan masker dan disinfektan. Selain itu juga disampaikan agar mengonsumsi suplemen vitamin, makan buah terutama buah pisang, banyak minum minuman panas, konsumsi lebih banyak bawang putih dan jahe. Berkumurlah dengan air hangat dan lemon. Oleh karena itu masyarakat perlu menerapkan beberapa poin yang telah disampaikan oleh beberapa sumber dan perlu Kerjasama dengan pemerintah setempat untuk mengencangkan Gerakan sehat dalam pencegahan penyebaran Covid-19 [16].

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey melalui pengisian kuesioner yang dilakukan, memperoleh hasil bahwa informasi yang diperoleh melalui internet sebanyak 58%, motivasi memberliproduk adalah 72,40% untuk memenuhi kebutuhan, tempat berbelanja selama Covid-19 di toko terdekat sebesar 41,3%, informasi pembelian produk berasal dari pribadi sebesar 55,5%. Peningkatan kebiasaan makan juga mempengaruhi pada keragaman makanan yang dimakan, serta mengalami peningkatan frekuensi dan jumlah makan.

REFERENSI

- Zhu N, Zhang D, Wang W, et al; China Novel Coronavirus Investigating and Research Team. A novel coronavirus from patients with pneumonia in China, 2019. *N Engl J Med.* 2020;382(8):727-733. doi:10.1056/NEJMoa2001017
- Mona, Lailul. Konsep Isolasi dalam Jaringan Sosial untuk Meminimalisasi Efek Contagious (Kasus Penyebaran Virus Corona Di Indonesia). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan.* <https://doi.org/10.7454/jsht.v2i2.86>. Vol 2, No 2 (2020) Vokasi UI.AC.ID
- A. M., Dumar (2009). *Swine Flu: What You Need to Know.* Wildside Press LLC. hlm. 7. ISBN 9781434458322.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- HLPE. (2017). *Nutrition and food systems.* Rome: A report by the High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security.
- United Nations Committee on Economic, Social, and Cultural Rights (1999). *The right to adequate food.* Geneva: United Nations.
- Atmarita, Fallah. 2004. *Analisis situasi gizi dan kesehatan masyarakat.* Dalam Soekirman et al., editor. *Widyakarya Nasional Pangan dan Gizi VIII "Ketahanan Pangan dan Gizi di Era Otonomi Daerah dan Globalisasi";* Jakarta 17-19 Mei 2004. Jakarta : LIPI.
- Bhatta A., 2020. Choice of Food: A Preventive Measure during Covid-19 Outbreak. *Europasian Journal of Medical Sciences,* 2(1), Article 1. <http://doi.org/10.46405/ejms.v2i1.49>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism,* 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Richards T.J., Rickard B., 2020. COVID-19 impact on fruit and vegetable markets. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue Canadienne d'agroeconomie,* 1–19. <https://doi.org/10.1111/cjag.12231>
- Kolodinsky J., Sitaker M., Chase L., Smith D., Wang W., 2020. Food Systems Disruptions: *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development,* 9(3), 5–8. <http://doi.org/10.5304/jafscd.2020.093.013>
- Schmidt C., Goetz S., Rucker S., Tian Z., 2020. Google searches reveal changing consumer food sourcing in the COVID-19 pandemic. *Journal of Agriculture, Food*

- Systems, and Community Development, 9(3), 1–8.
13. Galhena, D. H., Freed, R., & Maredia, K. M. (2013). Home gardens: A promising approach to enhance household food security and wellbeing. *Agriculture and Food Security*, 2(1), 8. <https://doi.org/10.1186/2048-7010-2-8>
 14. MPs in plea to government over UK's Covid-19 stockpiling. <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/21/mps-plea-government-uk-covid-19-stockpiling-coronavirus> World news | The Guardian [Internet]. [cited 2020 Mar 23].
 15. Jack S. BBC News; 2020 Mar 22. What Are Shops Doing about tockpiling?<https://www.bbc.com/news/business-51737030>
 16. Laguna, L., Fiszman, S., Puerta, P., Chaya, C., & Tárrega, A. (2020). The impact of COVID-19 lockdown on food priorities. Results from a preliminary study using social media and an online survey with Spanish consumers. *Food Quality and Preference*, 86(July), 104028. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104028>