

Perilaku Konsumsi Makanan Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 di Masyarakat Perkotaan

Kevin Mangoting¹, I Gede Agus Widyadana², Debora Anne Yang Aysia³

Abstract: Food needs are one of the basic needs that must be met every day. Every society has different habits in meeting food needs. The COVID-19 pandemic has changed the habit of meeting food needs, due to restrictions imposed by the government to reduce the spread of the virus. Changes in habits consist of several things, namely change in food or drink. The purpose of this study was to determine changes in the behavior of urban communities in basic food needs during the pandemic. Questionnaires are used to determine changes in the behavior of urban communities in meeting basic needs. The respondents obtained were 407 respondents from Surabaya and Sidoarjo. The data was analyzed using excel software, and IBM SPSS Statistic 22. The data generated were percentage data from frequency, mean, VR or Variation Ratio, p-value from the results of the kruskall-wallis and mann-Whitney to find out whether there are differences sociodemographic and habits in meeting basic needs. The results showed that the habits of the people of Surabaya and Sidoarjo in meeting basic needs had During the pandemic the change food or drink factor during pandemic people prefer to buy fresh food ingredients and process them into ready-to-eat food.

Keywords: pandemic; basic food needs; logistic

Pendahuluan

Organisasi Kesehatan Dunia atau (WHO) menetapkan bahwa COVID – 19 merupakan pandemi global pada pertengahan Maret 2020. Pada saat itu penyebaran virus corona telah mencapai tingkat yang mengkhawatirkan di banyak bagian negara dunia, salah satu contohnya ialah pada negara Qatar. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan (Hassen *et al.* [1]) berjudul *Impact of Covid-19 on Food Behavior and Consumption in Qatar* menunjukkan bahwa keadaan pandemi memiliki pengaruh terhadap kebiasaan masyarakat Qatar dalam memenuhi kebutuhan bahan pangan serta jenis bahan pangan yang dibutuhkan. Penelitian ini akan melanjutkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Hassen, yaitu mengidentifikasi perubahan perilaku konsumen dalam pemenuhan pangan pada masyarakat kota Surabaya dan Sidoarjo (Indonesia). Kota Surabaya dan Sidoarjo merupakan kota yang juga terdampak pandemi covid-19 dan sempat dikategorikan zona merah. Perubahan tersebut meliputi jenis makanan dan minuman yang dibutuhkan Perubahan pada kebiasaan

masyarakat Surabaya dan Sidoarjo dalam memenuhi kebutuhan pangan akan mempengaruhi strategi pemasok untuk memasok kebutuhan bahan pangan.

Metode Penelitian

Metode penelitian dilakukan secara terstruktur dimulai dari pembuatan kuesioner, penyebaran, hingga analisis dan pembahasan data responden mengenai kebiasaan masyarakat Surabaya dan Sidoarjo dalam memenuhi kebutuhan pokok

Pembuatan Kuesioner

Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan dengan survei *online*. Daerah penelitian dilakukan yaitu Surabaya dan Sidoarjo. Kuesioner tersebut dikembangkan dan diadaptasi berdasarkan survei West Michigan University-Food tentang *Consumption Changes 2020* dan juga survei UNSCN COVID-19. Tahapan studi literatur yang digunakan sebagai dasar penelitian ini juga seputar metode yang akan digunakan dari mengumpulkan data hingga mengolah data. Metode yang digunakan yaitu seputar pengolahan data pada kuisoner seperti validitas, reliabilitas, *means*, VR atau *variation ratio*, *Mann-Whitney U Test*, dan *Kruskal-Wallis Test*. Data primer yang dikumpulkan merupakan data yang dihasilkan

^{1,2,3} Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri, Universitas Kristen Petra. Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236. Email: kevinprayeslimangoting@gmail.com, gede@petra.ac.id, debbie@petra.ac.id

dari hasil kuesioner dengan menggunakan *Google Form* yang dibagikan pada masyarakat kota Surabaya – Sidoarjo. Data Sekunder yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah, jurnal, artikel, jurnal, dan studi literatur. Pembuatan kuesioner berdasarkan penelitian sebelumnya (Hassen *et al.* [1]) terdiri dari 22 pertanyaan yang terdiri dari: *Socio-demographics* (7 pertanyaan), *Food purchase and consumption behavior* (11 pertanyaan) yang dibagi atas tiga bagian yaitu *behavior change* (5 pertanyaan), *Change food or drink* (3 pertanyaan), terakhir perubahan kegiatan makan (3 pertanyaan). Kemudian *emotion* (3 pertanyaan), dan kegiatan menimbun makanan (1 pertanyaan).

Penyebaran Kuesioner

Sebelum dilakukan penyebaran kuesioner secara keseluruhan, kuesioner akan disebarkan terlebih dahulu kepada 30 responden sebagai pilot sampel kuesioner untuk melakukan pengujian awal terhadap reliabilitas dan validitasnya. Uji validitas (Zahra dan Rina [2]), merupakan cara untuk mengetahui pertanyaan yang tersusun dalam kuesioner mencakup semua materi yang akan diukur dengan membandingkan nilai r hitung (hasil perhitungan menggunakan *software SPSS*) dengan r tabel (tabel paten korelasi *Product Moment*). Jika r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabel (Zahra dan Rina [2]) merupakan cara untuk menunjukkan suatu alat ukur kuesioner dapat digunakan. Kuesioner yang dinyatakan *valid* sebelumnya akan dilakukan uji reliabilitas dengan rumus “*Alpha Cronbach*”. Tingkat reliabilitas suatu variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Alpha Crocbach* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika *alpha Cronbach* $>$ 0,60. Menurut BPS Surabaya [3] dan BPS Sidoarjo [4] banyaknya penduduk Surabaya dan Sidoarjo yang berusia 15 tahun hingga 55 tahun yang sudah dan masih produktif bekerja ialah sebesar 2.494.460 dari total seluruh masyarakat Surabaya dan Sidorjo sebanyak 4.109.519 jiwa penduduk atau 60,6%. Perhitungan sampel menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut (Mukhsin *et al* [5])

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)} \quad (1)$$

$$n = \frac{2.494.460}{1+(2.494.460 \times 0,05^2)}$$

$$n = 399,9$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas Kesalahan = 5% = 0,05

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 399,93 \approx 400 responden yang akan dikategorikan kembali menurut karakteristik responden sebagai penduduk Kota Sidoarjo dan Surabaya, berusia minimal 15 – 55 tahun (produktif bekerja), pernah melakukan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pangan. Survei tersebut akan disebarluaskan melalui sosial Media (Whatsapp, Line, Instagram), *email*, dan secara langsung dibagikan ke narasumber.

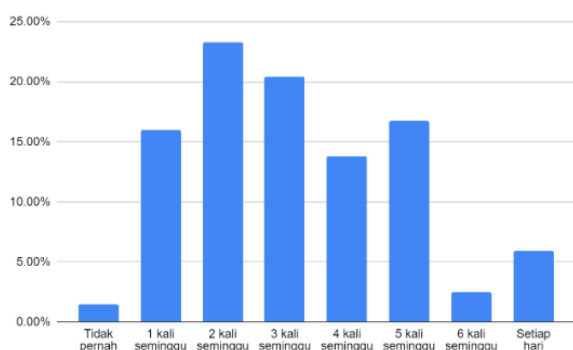
Pengolahan Data

Urutan pengolahan data dalam penelitian ini Dalam pengolahan data dan analisa data akan menggunakan *software SPSS, Excel, dan Google form*. Pada data *means, variation ratio*, frekuensi dan persentase akan masuk pada data deskriptif. Pada data yang menunjukkan *the variation ratio* atau *Freeman index* (VR) digunakan untuk variasi kualitatif. Pengujian selanjutnya dilakukan dengan *The Mann-Whitney U Test*. Test tersebut (Gio dan Caraka [6]) dilakukan untuk melakukan uji non-parametris yang digunakan sebagai perbandingan dua *mean* populasi yang berasal dari populasi yang sama. Test tersebut juga digunakan untuk pertanyaan yang bersifat variabel kategorial sebagai *independent* variabel, contohnya seperti penduduk Surabaya atau Sidoarjo. Pengujian dilakukan kembali dengan *Kruskal-Wallis test*. Test tersebut (Gio dan Caraka [6]) merupakan teknik statistika non-parametrik yang digunakan untuk menguji hipotesis awal bahwa beberapa contoh berasal dari populasi yang sama/identik. Pengujian tersebut digunakan untuk *multi-choice responses* sebagai *independent* variabel. Setelah dilakukan pengolahan data maka selanjutnya akan dianalisa dan dilakukan pembahasan berdasarkan data yang ada untuk mengetahui perilaku masyarakat Surabaya dan Sidoarjo dalam pemenuhan kebutuhan bahan pangan pada sebelum dan saat pandemi. Setelah dilakukan analisa terhadap data yang ada maka akan dilakukan pembuatan kesimpulan tentang penelitian yang dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian. Memberikan saran kepada konsumen terutama masyarakat Surabaya dan Sidoarjo dalam penyesuaian pemenuhan kebutuhan pangan pada saat pandemi.

Hasil dan Pembahasan

Change Food or Drink Sebelum Pandemi

Change food and drink adalah kebiasaan responden dalam memilih jenis makanan yang dipilih untuk memenuhi kebutuhannya dalam satu minggu. *change food and drink* terdiri dari beberapa karakteristik yaitu frekuensi membeli bahan makanan segar, membeli makanan jadi, dan membeli makanan instan. Disetiap karakteristik *change food and drink* terdapat data tingkat keseringan dari mulai paling jarang hingga yang paling sering untuk dilakukan.



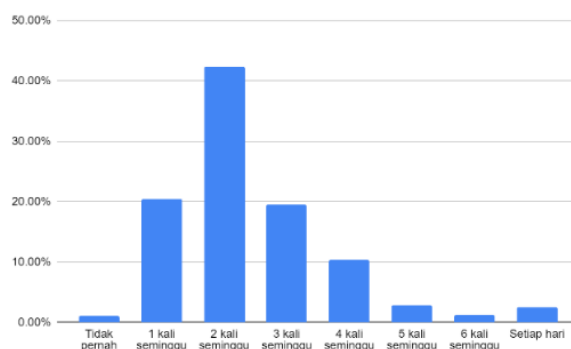
Gambar 1. Frekuensi membeli bahan makanan segar dalam seminggu sebelum pandemi

Gambar 1 menunjukkan bahwa kebiasaan responden memenuhi kebutuhan pokoknya dengan membeli bahan makanan segar sebelum pandemi paling banyak dilakukan sebanyak dua kali seminggu.



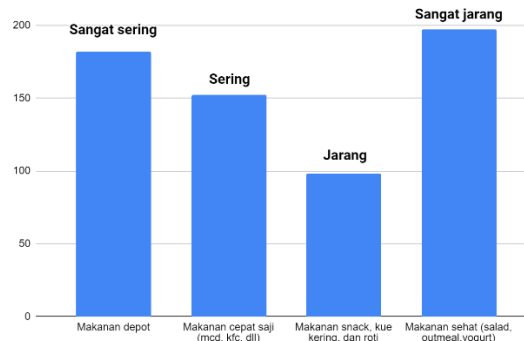
Gambar 2. Tingkat keseringan membeli bahan makanan segar sebelum pandemi

Gambar 2 menunjukkan bahwa kebiasaan responden dalam membeli bahan makanan segar sebelum pandemi, responden paling sering mengkonsumsi sayuran dibandingkan jenis bahan makanan segar lainnya.



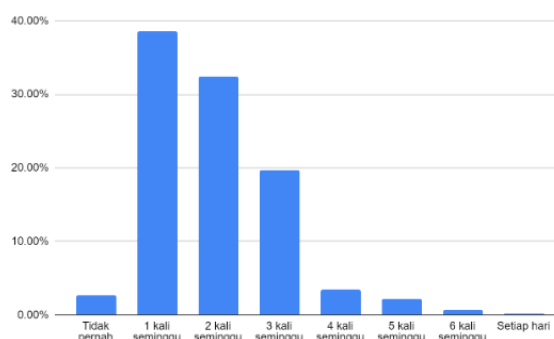
Gambar 3. Frekuensi membeli makanan jadi dalam seminggu sebelum pandemi

Gambar 3 menunjukkan bahwa kebiasaan responden memenuhi kebutuhan pokoknya dengan membeli makanan jadi sebelum pandemi paling banyak dilakukan sebanyak dua kali seminggu.



Gambar 4. Tingkat keseringan membeli bahan makanan jadi sebelum pandemi

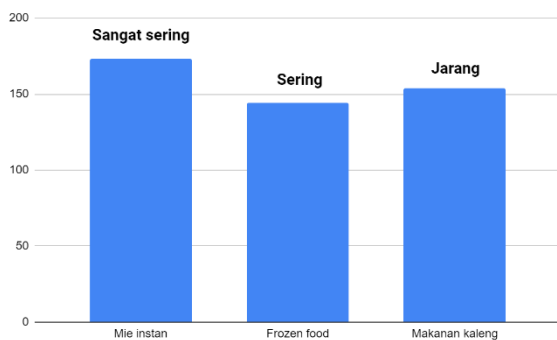
Gambar 4 menunjukkan bahwa kebiasaan responden dalam membeli bahan makanan jadi sebelum pandemi, responden paling sering mengkonsumsi makanan resto.



Gambar 5. Frekuensi membeli makanan instan dalam seminggu sebelum pandemi

Gambar 5 menunjukkan bahwa kebiasaan responden memenuhi kebutuhan pokoknya dengan membeli makanan instan sebelum

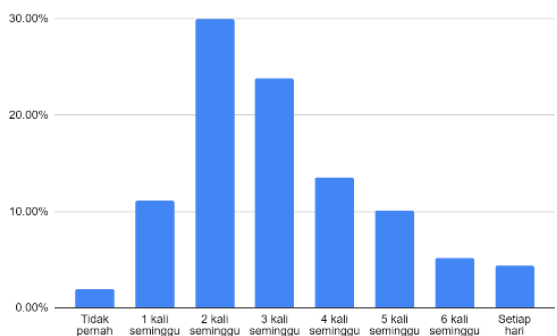
pandemi paling banyak dilakukan sebanyak satu kali seminggu.



Gambar 6. Tingkat keseringan membeli bahan makanan instan sebelum pandemi

Gambar 6 menunjukkan bahwa kebiasaan responden dalam membeli bahan makanan instan sebelum pandemi, responden paling sering mengonsumsi mie instan.

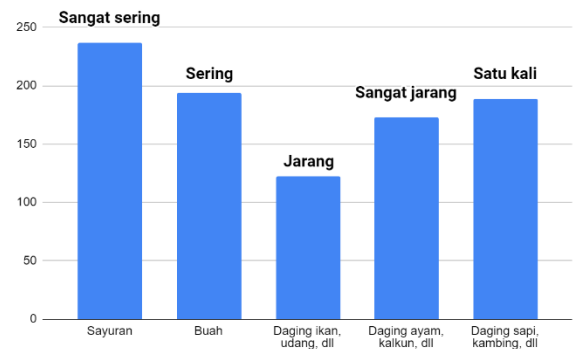
Change Food or Drink Saat Pandemi



Gambar 7. Frekuensi membeli bahan makanan segar dalam seminggu saat pandemi

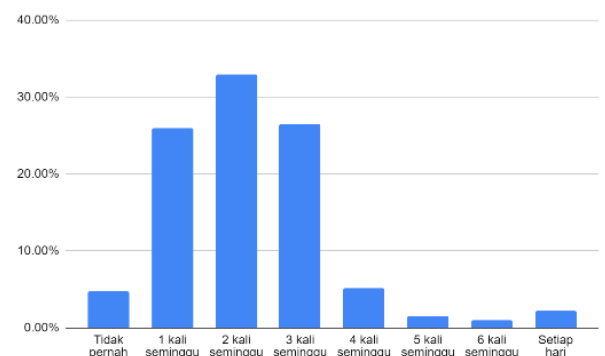
Gambar 7 menunjukkan bahwa kebiasaan responden memenuhi kebutuhan pokoknya dengan membeli bahan makanan segar saat pandemi, dilakukan sebanyak dua kali seminggu. Jika dibandingkan dengan frekuensi membeli bahan makanan segar dalam seminggu sebelum pandemi tidak ada perbedaan atau bisa dikatakan serupa. Rata – rata responden membeli bahan makanan segar dalam seminggu baik sebelum dan saat pandemi ialah 2 kali seminggu. Perbedaan yang terjadi ialah adanya pengurangan responden membeli bahan makanan segar pada 5 kali seminggu. Hal tersebut disebabkan responden memilih untuk membeli bahan makanan segar lebih jarang dan langsung membeli dalam jumlah yang banyak. Karena di keadaan pandemi membuat masyarakat terbatas untuk bisa lebih sering

keluar rumah seperti saat sebelum terjadinya pandemi.



Gambar 8. Tingkat keseringan membeli bahan makanan segar saat pandemi

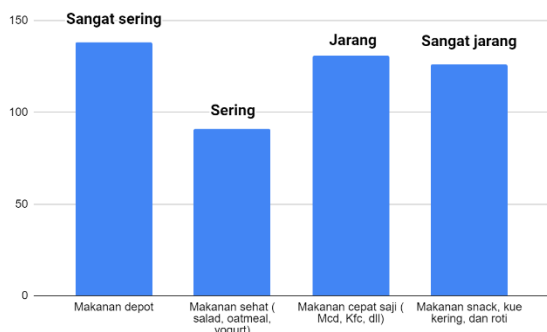
Gambar 8 menunjukkan bahwa pada saat pandemi responden sangat sering membeli bahan makanan segar berupa sayuran. Dapat disimpulkan di saat pandemi responden memilih untuk lebih banyak mengonsumsi makanan sehat seperti sayur dan buah dibandingkan sebelum pandemi. Karena di saat pandemi sayuran dan buah – buahan sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan vitamin sehari – hari untuk memperkuat imun tubuh dan terjauh dari dampak virus



Gambar 9. Frekuensi membeli makanan jadi dalam seminggu saat pandemi

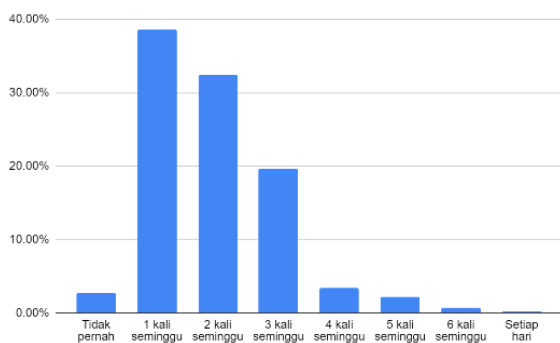
Gambar 9 menunjukkan bahwa kebiasaan responden memenuhi kebutuhan pokoknya dengan membeli makanan jadi saat pandemi, dilakukan sebanyak dua kali seminggu. Jika dibandingkan dengan frekuensi membeli makanan jadi dalam seminggu sebelum pandemi tidak ada perbedaan atau bisa dikatakan serupa. Rata – rata responden membeli makanan jadi dalam seminggu baik sebelum dan saat pandemi ialah 2 kali seminggu. Perbedaan yang terjadi ialah terjadi pengurangan frekuensi responden membeli makanan jadi saat pandemi. Hal tersebut disebabkan pembatas yang diberlakukan oleh pemerintah untuk keluar

rumah sehingga masyarakat lebih memilih membuat makanannya sendiri dan makanan yang akan dikonsumsi jauh lebih aman serta steril dibandingkan harus beli makanan jadi di luar rumah.



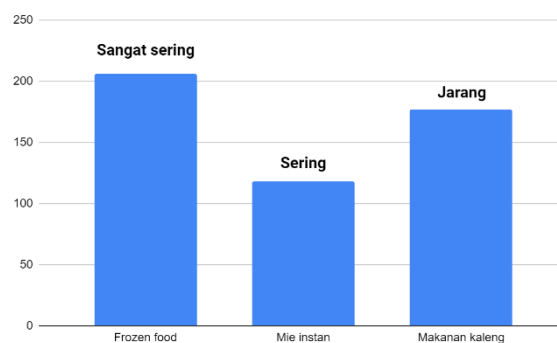
Gambar 10. Tingkat keseringan membeli makanan jadi saat pandemi

Gambar 10 menunjukkan bahwa pada saat pandemi responden sangat sering membeli bahan makanan jadi berupa makanan depot. Akan tetapi, perubahan yang terjadi di saat pandemi ialah makanan sehat mengalami peningkatan. Hal tersebut disebabkan pada saat keadaan pandemi, makanan sehat merupakan hal yang sangat wajib untuk dikonsumsi karena dengan begitu akan meningkatkan imun tubuh.



Gambar 11. Frekuensi membeli makanan instan dalam seminggu saat pandemi

Gambar 11 menunjukkan bahwa kebiasaan responden memenuhi kebutuhan pokoknya dengan membeli makanan instan saat pandemi ialah dilakukan sebanyak satu kali seminggu. Jika dibandingkan dengan frekuensi membeli makanan instan dalam seminggu sebelum pandemi tidak ada perbedaan atau bisa dikatakan serupa. Rata-rata responden membeli makanan instan dalam seminggu baik sebelum dan saat pandemi ialah 1 kali seminggu. Perbedaan yang terjadi ialah pengurangan frekuensi saat pandemi.



Gambar 12. Tingkat keseringan membeli makanan instan saat pandemi

Gambar 12 menunjukkan bahwa pada saat pandemi responden sangat sering membeli bahan makanan jadi berupa makanan depot. Dapat disimpulkan bahwa responden di saat pandemi mengurangi membeli makanan mie instan dan lebih memilih untuk membeli makanan instan berupa *frozen food*. Hal tersebut disebabkan responden di saat pandemi mulai memilah makanan yang akan dimakan dengan memilih makanan yang lebih sehat. Setelah diketahui presentase *change food or drink* maka selanjutnya akan dilakukan pengolahan data menggunakan mean dan VR. (Hassen *et al.* [1])

$$\bar{x} = \frac{\sum(F \cdot x_i)}{n} \quad (2)$$

$$\bar{x} = \frac{((6 \cdot 0) + (16 \cdot 1) + (23 \cdot 2) + \dots)}{407}$$

$$\bar{x} = 3,18$$

Keterangan;
 F : Frekuensi
 \bar{x} : Nilai rata – rata
 x_i : Nilai data ke-i
 n : Banyaknya data

$$VR = 1 - \frac{f_{max}}{N} \quad (3)$$

$$VR = 1 - \frac{94}{407}$$

$$VR = 0,77$$

Keterangan:
 VR : Variation Ratio
 Fmax : Frekuensi terbanyak
 N : Jumlah total kasus

Berikut merupakan perhitungan *mean* dan *variation ratio* pada *change food or drink* pada bagian membeli bahan makanan segar baik sebelum dan saat terjadinya pandemi.

Tabel 1. Mean dan VR *change food or drink* sebelum pandemi

<i>Change food or drink</i>	Mean	VR
Frekuensi makanan segar	3,18	0,77
Frekuensi makanan jadi	2,44	0,57
Frekuensi makanan instan	2	0,6

Pada keadaan sebelum pandemi responden cenderung memenuhi kebutuhan pangannya dengan membeli bahan makanan segar. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai *mean* frekuensi membeli bahan makanan segar dalam seminggu paling tinggi dibandingkan variabel lainnya yaitu 3,18 atau tiga kali seminggu. Kemudian pada variabel frekuensi membeli bahan makanan segar dalam seminggu memiliki nilai VR 0,77 hal tersebut menunjukkan bahwa data tersebut memiliki penyebaran yang cukup besar karena mendekati angka satu. Sehingga kemungkinan frekuensi orang membeli bahan makanan segar bisa kurang atau lebih dari tiga kali seminggu.

Tabel 2. Mean dan VR *change food or drink* saat pandemi

<i>Change food or drink</i>	Mean	VR
Frekuensi makanan segar	3,18	0,77
Frekuensi makanan jadi	2,44	0,57
Frekuensi makanan instan	2	0,6

Saat pandemi responden cenderung memenuhi kebutuhan pangannya dengan membeli bahan makanan segar. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai *mean* frekuensi membeli bahan makanan segar dalam seminggu paling tinggi dibandingkan variabel lainnya yaitu 3,09 atau tiga kali seminggu. Kemudian pada variabel frekuensi membeli bahan makanan segar dalam seminggu memiliki nilai VR 0,7 hal tersebut menunjukkan bahwa data tersebut memiliki penyebaran yang cukup besar karena mendekati angka satu. Sehingga kemungkinan frekuensi orang untuk membeli bahan makanan segar bisa lebih atau kurang dari tiga kali seminggu. Maka dapat disimpulkan bahwa *change food or drink* sebelum pandemi dan saat pandemi tidak mengalami perbedaan dimana responden memilih membeli bahan makanan segar. Hal tersebut disebabkan bahan makanan segar memiliki nutrisi dan vitamin yang sangat baik untuk kesehatan badan. Terutama disaat pandemi dimana nutrisi dan vitamin merupakan asupan pokok untuk menjaga kekebalan imun tubuh dan tak mudah terkena dampak dari virus corona. Setelah dilakukan perbandingan *change*

food or drink dengan mengetahui mean dan VR dari sebelum dan saat pandemi, maka selanjutnya akan dilakukan pengolahan data dan analisa kembali menggunakan mann-whitney dan kruskall-wallis untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara *change food or drink* dengan *sociodemographic* responden. Pengujian *kruskal-wallis* dan *mann-whitney* pada *change food or drink* dilakukan pada frekuensi membeli bahan makanan segar dalam seminggu baik sebelum dan saat pandemi. Hal tersebut berdasarkan perhitungan mean dan VR yang dilakukan sebelumnya dimana responden sebelum pandemi dan saat pandemi memilih untuk memenuhi kebutuhannya dengan membeli bahan makanan segar dibandingkan dengan jenis makanan lainnya.

Tabel 3. Uji *kruskal-wallis* dan *mann-whitney* *change food or drink* sebelum pandemi

<i>Gender</i>	Mann-Whitney U		Kruskal-Wallis		
	Kota tempat tinggal	Umur	Pendidikan	Pengeluaran	Peruntukan bahan pangan
	0,68	0,57	0,00*	0,02*	0,30
					0,01*

Berdasarkan tabel uji *kruskal-wallis* dan *mann-whitney u* pada *change food or drink* sebelum pandemi dapat dilihat terdapat beberapa pasangan faktor yang memiliki nilai p-value di bawah 0,05 hal tersebut menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut memiliki perbedaan yang signifikan. Berdasarkan hasil uji *mann-whitney u* yang dilakukan faktor *gender* dan kota tempat tinggal pada frekuensi membeli makanan segar dalam seminggu sebelum pandemi tidak memiliki nilai p-value dibawah 0,05 maka bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara frekuensi responden memenuhi kebutuhan bahan makanan segar dengan faktor *sociodemographic* responden. Maka selanjutnya pada bagian uji *kruskal-wallis* yang memiliki p-value dibawah 0,05 seperti faktor umur, pendidikan, dan peruntukan bahan pangan akan di uji kembali dengan menggunakan uji mann-whitney untuk mengetahui secara spesifik jenis *sociodemographic* responden mana yang memiliki perbedaan yang signifikan terhadap *change food or drink* pada kegiatan responden membeli bahan makanan segar sebelum pandemi. Tetapi sebelum dilakukan pengujian kembali menggunakan mann-whitney, maka akan dilakukan terlebih dahulu uji kruskall wallis dan mann-whitney *change food or drink* saat

pandemi dengan faktor *sociodemographic* responden.

Tabel 4. Uji *kruskal-wallis* dan *mann-whitney change food or drink* saat pandemi

Mann-Whitney U		Kruskal-Wallis			
Gender	Kota tempat tinggal	Umur	Pendidikan	Pengeluaran	Peruntukan bahan pangan
0,68	0,57	0,00*	0,02*	0,30	0,01*

Berdasarkan hasil uji *mann-whitney u* yang dilakukan faktor *gender* dan kota tempat tinggal pada frekuensi membeli makanan segar dalam seminggu saat pandemi tidak memiliki nilai *p-value* diatas 0,05 maka bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Maka selanjutnya pada bagian uji *kruskal-wallis* yang memiliki *p-value* dibawah 0,05 akan di uji kembali dengan menggunakan uji *mann-whitney* untuk mengetahui secara spesifik jenis *sociodemographic* responden mana yang berbeda terhadap *change food or drink* saat pandemi.

Tabel 5. Uji kedua *mann-whitney change food or drink* sebelum pandemi

Mann-whitney U					
Umur		Pengeluaran		Peruntukan bahan pangan	
15-25	46-55	3,1 – 5 juta	6 juta keatas	Tinggal Sendirian	Keluarga Besar
0,00*		0,00*		0,00*	

Pada sebelum pandemi seperti jenis umur, Pengeluaran, dan peruntukan bahan pangan bahan pangan memiliki perbedaan yang signifikan terhadap frekuensi responden yang membeli bahan makanan segar dalam seminggu. Maka berdasarkan nilai *mean rank* umur yang paling sering belanja bahan makanan segar dalam seminggu saat pandemi yaitu umur 46-55 tahun. Kemudian, responden yang paling sering belanja bahan makanan segar dalam seminggu sebelum pandemi merupakan responden yang memiliki rata – rata pengeluaran per bulannya sebesar 6 juta keatas. Kemudian, responden yang sering belanja bahan makanan segar merupakan responden yang bahan pangannya di peruntukan untuk keluarga besar. Maka dapat disimpulkan responden yang sering membeli bahan makanan segar merupakan responden yang memiliki umur paling tua dibandingkan responden lainnya. Responden dengan umur tersebut cenderung memiliki anggota keluarga yang banyak sehingga pengeluaran yang

dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan pokok seluruh anggota keluarganya juga relatif banyak jika dibandingkan dengan responden dengan umur yang lebih muda.

Tabel 6. Uji kedua *mann-whitney change food or drink* saat pandemi

Mann-whitney U					
Umur		Pendidikan		Peruntukan bahan pangan	
26-35	46-55	Sarjana	Magister	Tinggal Sendiri	Keluarga Besar
0,00*		0,00*		0,04*	

Pada saat pandemi seperti jenis umur, Pendidikan terakhir, dan peruntukan bahan pangan bahan pangan memiliki perbedaan yang signifikan terhadap frekuensi responden yang membeli bahan makanan segar dalam seminggu perbedaan. Maka berdasarkan nilai *mean rank* umur yang paling sering belanja bahan makanan segar dalam seminggu saat pandemi yaitu umur 46–55 tahun. Kemudian, responden yang paling sering belanja bahan makanan segar dalam seminggu saat pandemi merupakan responden yang memiliki Pendidikan terakhir sebagai sarjana. Kemudian, responden yang sering belanja bahan makanan segar merupakan responden yang bahan pangannya di peruntukan untuk keluarga besar. Maka dapat disimpulkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, didapatkan hasil bahwa kebiasaan masyarakat Surabaya dan Sidoarjo tidak memiliki perbedaan dalam memenuhi jenis makanan dan minumannya baik saat sebelum dan saat pandemi. Berdasarkan hasil penelitian masyarakat baik saat sebelum dan saat pandemi lebih memilih untuk berbelanja bahan makanan segar. Berbelanja bahan makanan segar sangat diminati oleh masyarakat karena dengan begitu masyarakat bisa memasak makanannya sendiri tanpa harus mengeluarkan biaya lebih untuk beli makanan dari luar. Sedangkan untuk masyarakat yang memiliki usaha dibidang kuliner pasti akan membeli bahan makanan segar dalam jumlah banyak untuk memenuhi kebutuhan persediaan makanan yang akan dijual. Sedangkan disaat pandemi masyarakat akan memilih untuk membeli bahan makanan segar, karena dengan begitu makanan yang dimasak akan jauh lebih sehat dan steril dibandingkan jika membeli makanan jadi dari luar rumah dan membeli makanan instan. Karena di saat pandemi kebutuhan makanan sehat sangat penting untuk menjaga imun dan terhindar dari dampak terkenannya covid-19.

Kegiatan Menimbun makanan dan *Emotion*

Tabel 7. Menimbun makanan dan *Emotion*

Menimbun makanan	Frekuensi	Persentase
Iya	188	46,2 %
Tidak	219	53,8 %

Item	Mean
Khawatir	3,47
Depresi	2,84
Bosan	3,81

Mengenai kegiatan menimbun, responden lebih banyak tidak melakukan penimbunan makanan saat pandemi. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai presentasi sebesar 53,8 % atau sebanyak 219 responden. Penyebab masyarakat Surabaya dan Sidoarjo tidak melakukan penimbunan makanan berdasarkan keadaan yang terjadi pemerintahan perkotaan Surabaya dan Sidoarjo tidak memberi peraturan *lockdown* atau peraturan tidak bisa keluar rumah sama sekali kepada masyarakat. Sehingga hal tersebut menjadi dasar masyarakat Surabaya dan Sidoarjo cenderung tidak menimbun makanan. Kemudian, responden cenderung paling sering mengalami perasaan bosan. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai *mean* perasaan bosan paling besar dibandingkan variabel yang lainnya yaitu 3,81 atau bisa dikategorikan sering mengalami.

Profiling Behavior sebelum dan saat pandemi

Maka profil responden Surabaya dan Sidoarjo dalam pemenuhan kebutuhan pangannya saat pandemi cenderung mengelolah bahan makanan segar yang sudah dibeli. Bahan makanan segar yang paling sering dibeli ialah sayuran, dilihat dari *bar chart* tingkat keseringan responden membeli bahan makanan segar. Masyarakat Surabaya dan Sidoarjo yang membeli bahan makanan segar merupakan masyarakat yang memiliki usia 46–55 tahun yang dimana masyarakat dengan umur tersebut memiliki perekonomian mapan dan memiliki keluarga besar serta peduli dengan kesehatannya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang sudah dilakukan, maka kebiasaan masyarakat

perkotaan Surabaya dan Sidoarjo dalam memenuhi kebutuhan pangan memiliki persamaan perilaku, Sebelum dan saat pandemi masyarakat Surabaya dan Sidoarjo lebih sering memilih untuk membeli bahan makanan segar yang nantinya akan diolah sendiri hingga menjadi suatu makanan siap saji. Makanan segar yang dibeli oleh masyarakat Surabaya dan Sidoarjo merupakan bahan makanan segar berupa sayuran. Mayoritas masyarakat yang membeli bahan makanan segar berupa sayuran ialah masyarakat dengan umur 46–55 tahun dengan rata - rata pengeluaran bahan baku sebesar 6 juta keatas. Karena masyarakat dengan umur tersebut sudah memiliki perekonomian yang mapan dan memiliki anggota keluarga yang banyak, serta peduli dengan kesehatannya, Hal ini menunjukkan bahwa pada masyarakat dengan umur 46–55 tahun merupakan konsumen terbesar untuk bahan makanan segar. Hal ini menunjukkan bahwa ada peluang besar untuk penyedia bahan makanan untuk fokus terhadap kualitas dan kuantitas bahan makanan segar yang dijual.

Daftar Pustaka

1. Hassen, T. B., Bilali, H. E., and Allahyari, M. S., Impact of Covid on Food Behavior and Consumption in Qatar, *International Journal of Sustainability*, 12(17), 2020, pp. 69–73.
2. Zahra, R. R., dan Rina. N., Pengaruh Celebrity Endorse Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung, *Jurnal Lontar*, 6(1), 2018, pp 43–57.
3. BPS Surabaya., *Kota Surabaya Dalam Angka 2021*. BPS Jawa Timur, 2021, retrived from <https://surabayakota.bps.go.id> on 14 Januari 2022.
4. BPS Sidoarjo., *Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2021*. BPS Jawa Timur, 2021, retrived from <https://sidoarjokab.bps.go.id> on 14 Januari 2022.
5. Mukhsin, R., Mappigau, P., Tenriwaru. A. N., Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kelompok Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Makassar, *Jurnal Analisis*, 6(2), 2017, pp. 188–193.
6. Gio, U., dan Caraka, R., *Pedoman Dasar Mengolah Data Dengan Program Aplikasi Statistika STACTCAL (disertai perbandingan hasil dengan SPSS dan MINITAB)*., USU Press, Medan, 2018.