

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Pandemi COVID-19

*Coronavirus Disease* 2019 (COVID-19) adalah virus penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampak pandemi COVID-19 dan sejumlah wilayah yang dinyatakan banyak terjangkit virus corona di Indonesia diantaranya adalah DKI Jakarta, Jawa Barat meliputi Bandung, Bekasi, Depok, Cirebon, Purwakarta, serta Banten, dan Jawa Tengah.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang terkena dampak pandemi Covid-19. Saat ini sebanyak 103 warga Kota Bandung meninggal akibat terpapar Covid-19 yang mayoritas merupakan orang lanjut usia (<https://jabar.inews.id/>, 2020). Selain itu, 30 kecamatan di Kota Bandung juga masuk dalam zona merah atau zona kewaspadaan tinggi penyebaran COVID-19 (<https://news.detik.com/>, 2020). Berdasarkan data di Pusicov Bandung, pada saat ini total kasus terkonfirmasi sebesar 5.951, diantaranya ada 605 konfirmasi aktif, 5.191 konfirmasi sembuh, dan 155 konfirmasi meninggal dunia (<https://covid19.bandung.go.id/>, 2021).

Virus corona juga dapat menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan ([www.nfid.org](http://www.nfid.org), 2020). Berdasarkan bukti ilmiah, Covid-19 dapat menular dari manusia ke manusia melalui percikan batuk/bersin (*droplet*), dan orang yang paling berisiko tertular penyakit ini adalah orang yang mempunyai kontak erat dengan pasien Covid-19 termasuk yang merawat pasien Covid-19 ([www.kemkes.go.id](http://www.kemkes.go.id), 2020).

Gejala-gejala yang paling umum pada COVID-19 adalah demam, batuk kering, dan rasa lelah. Gejala lainnya yang lebih jarang ditemukan dan kemungkinan dialami beberapa pasien diantaranya, meliputi rasa nyeri dan sakit, hidung tersumbat, sakit kepala, konjungtivitis, sakit tenggorokan, diare, kehilangan indera rasa atau penciuman, ruam pada kulit, atau perubahan warna jari tangan atau kaki. Gejala-gejala yang dialami biasanya bersifat ringan dan muncul secara bertahap ([www.who.int](http://www.who.int), 2020).

Untuk menghindari COVID-19 ada beberapa hal yang dapat dilakukan yaitu, menjaga kebersihan dengan selalu mencuci tangan dan menggunakan *hand sanitizer* serta selalu menggunakan masker apabila akan beraktivitas di luar rumah. Menghindari berkumpul bersama dalam kerumunan dan pergi ke tempat yang ramai serta tetaplah menjaga jarak setidaknya 1,8 meter dengan orang lain untuk mencegah resiko penularan virus corona (www.health.detik.com, 2020). Lalu yang terakhir, apabila tidak mempunyai kepentingan yang mendesak, sebaiknya untuk tetap berada dirumah agar terlindungi dari virus corona dan mencegah virus corona berkembang menjadi lebih parah.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Pandemi adalah penyakit yang menular dengan skala besar di wilayah geografis yang luas. Menurut *World Health Organization* (WHO), pandemi merupakan penyebaran penyakit baru yang terjadi hampir di seluruh dunia. Saat ini seluruh belahan dunia sedang digemparkan dengan sebuah kejadian dimana membuat banyak masyarakat menjadi resah yaitu, dikenal dengan virus corona. Virus corona pertama kali terdeteksi di Tiongkok, Wuhan, pada Desember 2019, dan kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019* (COVID-19) (www.who.int, 2020). Virus corona merupakan penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Virus ini diduga berasal dari pasar grosir makanan laut yang banyak menjual spesies hewan hidup. Virus corona dapat menyebabkan seseorang terinfeksi pada saluran pernapasan, mulai dari flu biasa hingga penyakit yang lebih serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan Sindrom Pernafasan Akut Berat atau *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Pada umumnya, virus corona juga menginfeksi hewan dan manusia (www.stoppneumonia.id, 2020).

Wabah pandemi Covid-19 sekarang ini telah menjadi ancaman bagi kehidupan sehat dan kesejahteraan miliaran orang di seluruh dunia. Saat ini, total kasus orang yang terjangkit virus corona di dunia sebanyak 87.225.457 orang dan yang meninggal sebanyak 1.884.266 orang. Di Indonesia sendiri, total kasus orang yang terjangkit sebanyak 788.402 orang dan yang meninggal sebanyak 23.296 orang (news.google.com, 2021). Selain itu, beberapa wilayah yang berada di Indonesia, salah satunya Kota Bandung saat ini sebanyak 5.951 total kasus terkonfirmasi positif, diantaranya 605 orang terkonfirmasi aktif, 5.191 konfirmasi sembuh, dan 155 orang terkonfirmasi meninggal. Berdasarkan data di Pusat Informasi

COVID-19 Kota Bandung terdapat 10 Kecamatan dan 10 Kelurahan dengan konfirmasi aktif tertinggi. 10 Kecamatan tersebut diantaranya adalah Kecamatan Sukajadi, Coblong, Antapani, Panyileukan, Andir, Arcamanik, Bandung Kulon, Cibeunying Kaler, Ujung Berung dan Cibiru. 10 Kelurahan tersebut juga diantaranya adalah Kelurahan Antapani Kidul, Dago, Cipedes, Sukamiskin, Warung Muncang, Cipadung Kidul, Sadangserang, Situsaer, Samoja, dan Ciroyom (<https://covid19.bandung.go.id/>, 2021).

*Positivity rate* covid-19 di Kota Bandung saat ini berada pada 7,02 persen yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Persentase tersebut melampaui angka maksimal sebesar 5 persen yang telah ditetapkan oleh WHO. *Positivity rate* secara umum mencerminkan tingkat persentase kasus positif penyebaran dari covid-19 di suatu daerah (<https://ayobandung.com/>, 2020). Selain itu, Kota Bandung masih berada di zona merah atau zona resiko tinggi, salah satu penyebabnya adalah tingkat kematian akibat covid-19 masih tinggi dengan skor sebesar 1,7 persen (<https://republika.co.id/>, 2020).

Beberapa orang yang rentan beresiko terinfeksi virus corona adalah orang yang lebih tua, dan orang yang mempunyai kontak erat dengan pasien COVID-19 termasuk yang merawat pasien COVID-19. Virus corona bisa menular antar manusia melalui percikan cairan dari saluran pernapasan yang mengandung virus SARS-CoV-2. Penularan tidak langsung dapat terjadi pada saat cairan dari saluran pernapasan yang mengandung virus corona menempel pada benda yang ada di sekitar, seperti pegangan pintu dan tombol lift ([www.health.kompas.com](http://www.health.kompas.com), 2020).

Saat ini, informasi dan laporan berita tentang penyakit *corona virus* (COVID-19) dengan cepat dipublikasikan dan dibagikan di media sosial dan media massa. Selama *lockdown* dan karantina dirumah, banyak orang menggunakan *platform* media sosial, seperti *twitter*, *facebook*, *instagram* dan media massa, seperti berita pada televisi untuk mendapatkan informasi tentang COVID-19 untuk mengisi waktu kebosanan selama dirumah. Media sosial dan media massa dapat menjadi sumber informasi yang efektif dan efisien untuk tetap mengikuti dan mendapatkan pengetahuan medis yang sangat banyak. Media sosial dan media massa juga dapat mempengaruhi jutaan orang di dunia, termasuk di Indonesia tentang informasi atau hal-hal penting yang harus dilakukan untuk langkah pencegahan virus corona. Maraknya pemberitaan tentang COVID-19 membuat banyak masyarakat mengalami tekanan

mental atau psikologis. Hal ini juga diperparah dengan maraknya berita *hoax* dan menyesatkan yang beredar pada media sosial. Kementerian Komunikasi dan Informatika menemukan adanya 554 berita *hoax* yang tersebar di 1.209 *platform digital*, seperti facebook, instagram, twitter, dan youtube yang tersebar di indonesia. Kominfo menyebutkan *hoax* lebih banyak tersebar di facebook mencapai 861 kasus, disusul dengan twitter mencapai 204 kasus, lalu di instagram dengan 4 kasus dan di youtube dengan 4 kasus (<http://indonesiabaik.id/>, 2020).

Beredarnya berita *hoax* dari media sosial yang dapat menyesatkan juga terjadi di Kota Bandung. Salah satunya, beredar sebuah unggahan di media sosial facebook dengan pemilik akun bernama Cyan Eka Chaniy, yang menyebutkan jika Kota Bandung menjadi zona hitam COVID-19. Informasi yang diunggah pemilik akun facebook tersebut menunjukkan peta wilayah persebaran Kota Bandung berwarna hitam.



**Gambar 1. 1**

**Berita Hoax Kota Bandung Zona Hitam COVID-19**

*Sumber:* (<https://tasikmalaya.pikiran-rakyat.com/>, 2020)

Ahyani yang merupakan Koordinator Bidang Perencanaan, Data, Kajian, dan Analisa Gugus Tugas COVID-19 Kota Bandung menyebutkan, jika kota bandung masih masuk dalam zona oranye. Oleh karena itu, informasi yang menyebutkan Kota Bandung adalah kota zona hitam COVID-19 dapat dipastikan *hoax* dan masuk ke dalam konten yang menyesatkan

(<https://tasikmalaya.pikiran-rakyat.com/>, 2020). Selain itu, selama pandemi covid-19 tim Jabar Saber Hoaks (JSH) telah menerima 867 aduan masyarakat. Sebanyak 362 aduan atau 36,7 persen berisi informasi terkait dengan covid-19 atau virus korona. Dari 326 aduan tersebut yang telah masuk, JSH telah mengklarifikasi 54 *hoax* terkait virus corona dan juga menghimbau masyarakat untuk tidak mudah dalam mempercayai semua informasi yang sumber dan kebenarannya tidak jelas (<https://bandung.bisnis.com/>, 2020).

Selain itu, sebanyak 64,3 persen dari 1.522 orang masyarakat Indonesia memiliki masalah psikologis cemas atau depresi setelah melakukan pemeriksaan mandiri *via daring* terkait dampak pandemi covid-19 pada kesehatan jiwa yang dilakukan di laman resmi Perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa Indonesia (PDSKJI) (<https://tirto.id/>, 2020). Oleh karena itu, pemerintah Indonesia meluncurkan layanan konseling psikologi bernama Sejiwa. Nama layanan yang merupakan singkatan dari Sehat Jiwa ini diluncurkan di Kantor Staf Kepresidenan melalui telekonferensi yang dipimpin oleh Moeldoko. Program ini dibuat karena banyaknya laporan dari berbagai pihak mengenai dampak psikologis dari masyarakat saat pandemi COVID-19. Diharapkan dengan adanya layanan sejiwa bisa membantu masyarakat Indonesia yang terdampak pandemi COVID-19 dalam aspek kesehatan mental di Indonesia ([www.news.detik.com](http://www.news.detik.com), 2020).

Kerap kali masyarakat tidak sadar setiap membaca sebuah informasi di media sosial atau situs jejaring sosial mengenai virus corona atau COVID-19, dapat memunculkan sebuah kepanikan dan ketakutan. Peredaran informasi yang berlebihan melalui media sosial atau sumber informasi *online* lainnya yang justru menimbulkan kepanikan di masyarakat dewasa saat ini dan membuat mereka stres. Kondisi stres yang diakibatkan kelebihan informasi ini dinamakan kondisi *information overload* (Laato et al, 2020). *Information overload* atau kelebihan informasi adalah keadaan kelebihan kognitif (Laato et al, 2020) yang memicu respons seseorang untuk menjadi stres. Seseorang membutuhkan kemampuan untuk menangani informasi dan menggambarkan apa yang sedang terjadi, jika tidak maka orang tersebut dapat berperilaku tidak optimal (Laato et al, 2020).

Namun, selama situasi pandemi COVID-19 masih berlangsung, sulit bagi individu atau masyarakat untuk memahami semua informasi *online* dengan jelas dan akurat. Selain itu, perusahaan media dan pihak lain yang membuat berita COVID-19 secara *online* mungkin

terburu-buru untuk menerbitkan berita. Karenanya, banyak masyarakat mengalami kelebihan informasi dalam situasi pandemi COVID-19 seperti ini, dan dapat meningkatkan *perceived severity* (Laato et al, 2020). *Perceived severity* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa ancaman seperti penyakit adalah sesuatu yang sangat serius (Laato et al, 2020). *Center for Social Political Economic and Law Studies* (CESPELS) melakukan survei tentang pandangan masyarakat terhadap COVID-19. Mayoritas masyarakat mengetahui informasi mengenai pandemi COVID-19 dan merasa tidak nyaman dengan situasi ini. Direktur Eksekutif CESPELS, Ubedilah badrun mengatakan, jumlah masyarakat yang menilai covid-19 sangat berbahaya cukup tinggi, dengan persentase mencapai 60,3 persen. Studi dari CESPELS juga menyebutkan bahwa 21,9% masyarakat yang sadar bahwa pandemi COVID-19 itu berbahaya mendapat informasi yang berlebihan dari media daring atau *online*. (<https://nasional.sindonews.com/>, 2020). Dapat dikatakan bahwa sebagian banyak masyarakat Indonesia sadar dan menganggap pandemi COVID-19 sangat berbahaya. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived severity* masyarakat Indonesia terhadap covid-19 cukup tinggi.

Tingkat keparahan atau *perceived severity* salah satunya juga dapat dirasakan di wilayah Jawa Barat. Meningkatnya permasalahan kejiwaan di masa pandemi COVID-19 membuat Rumah Sakit Jiwa (RSJ) Jawa Barat meluncurkan dua layanan yang akan membantu mengatasi masalah kejiwaan yang mungkin timbul di masa pandemi COVID-19. Layanan yang pertama yaitu, program Konsultasi Jiwa *Online* (KJOL) sebagai jawaban atas meningkatnya permasalahan kejiwaan di masa pandemic covid-19. Program KJOL dilakukan dengan konsultasi secara *virtual* dengan psikiater atau psikolog dan juga dapat dilakukan *screening* terlebih dahulu melalui *website* seperti, tes kuesioner SDS, kuesioner SCL, kesehatan jiwa, kecanduan *gadget*, deteksi dini bunuh diri dan tes lainnya. Dan layanan yang kedua, Pemrov Jabar sudah menyiapkan *crisis center* di RSJ yang berlokasi di Cisarua, Bandung Barat dan Graha Atma Bandung sebagai respons cepat gawat darurat jiwa seperti, potensi bunuh diri. Berdasarkan survei yang dilakukan Puslitbangkes Kemenkes 2020, sebesar 6,8% masyarakat Indonesia mengalami gangguan cemas, dan 85,3% adalah masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki riwayat gangguan psikiatri. Dari presentasi itu hampir 8% berasal dari Jakarta, Jawa Barat, dan Banten (<https://bandung.bisnis.com/>, 2020).

Kesadaran masyarakat Indonesia tentang bahaya pandemi COVID-19 dapat terlihat dari perubahan perilaku konsumsi saat ini. Selain berdampak pada kesehatan, efek pandemi

COVID-19 ini juga dikaitkan dengan keilmuan pemasaran terkait *purchasing*, salah satunya yaitu pembelian yang tidak biasa atau *unusual purchasing* (Laato et al, 2020). Pembelian tidak biasa dilakukan oleh individu atau masyarakat sebagai konsumen untuk bertahan dalam situasi darurat seperti pembelian yang dilakukan secara berlebihan dalam jumlah banyak, menimbun makanan dan barang-barang lainnya untuk jangka waktu yang lama. Pembelian barang kebutuhan pokok dan sembako dalam jumlah banyak dilakukan masyarakat untuk disimpan di rumah sebagai bentuk persiapan menghadapi pandemi COVID-19. Selain kebutuhan pokok, pembelian dalam jumlah banyak dan penimbunan juga terjadi pada produk masker, *hand sanitizer* dan tisu basah yang dilakukan masyarakat guna melindungi diri dari penyebaran virus corona. Berikut ini merupakan tabel pengelompokkan produk yang paling dicari dan diminati oleh masyarakat Indonesia selama pandemi COVID-19 diantaranya adalah:

No	Jenis Produk	Persentase
1.	Produk Kesehatan	77%
2.	Bahan Makanan	67%
3.	Produk Hiburan dan Media	54%
4.	Produk Restoran dan Makanan Pesan Antar	47%
5.	Perlengkapan Rumah Tangga	32%

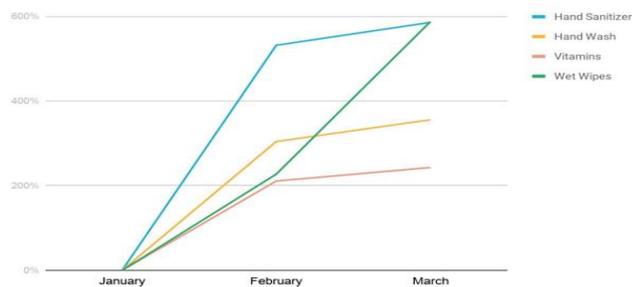
**Tabel 1. 1**

### **Produk yang paling dicari selama pandemi COVID-19**

*Sumber:* (<https://www.liputan6.com/>, 2020)

Sejak pandemi virus corona, pembelian barang-barang khususnya kebutuhan pokok dan produk kesehatan dilakukan oleh masyarakat secara *online*. Hal ini, dilakukan oleh masyarakat demi mengamankan dirinya dari virus corona dan tetap berada di rumah. Peningkatan pembelian terbesar berasal dari produk kesehatan seperti, masker dan *hand sanitizer* pada *marketplace e-commerce*. Bahkan, peningkatan penjualan secara *online* untuk

produk sanitasi seperti masker dan *hand sanitizer* meningkat sampai 500% (<https://inet.detik.com/>, 2020).



**Gambar 1. 2**

**Produk yang mengalami peningkatan pembelian pada bulan Februari dan Maret.**

*Sumber:* ([https://inet.detik.com](https://inet.detik.com/), 2020)

Berdasarkan data awal grafik diatas, pada bulan Februari dan Maret terjadi peningkatan pembelian beberapa produk sanitasi dengan persentase peningkatan sebesar 500% di *e-commerce*. Pada gambar 1.1, dapat dilihat bahwa terdapat empat produk kesehatan dan sanitasi seperti *hand sanitizer*, sabun tangan, tisu basah, dan vitamin mengalami kenaikan pembelian yang paling tinggi di bulan Februari. Peningkatan terbesar terjadi pada penjualan produk sanitasi tangan alias *hand sanitizer*, yaitu peningkatannya mencapai 531 persen pada bulan Februari lalu. Produk sabun tangan atau *hand wash* mengalami peningkatan sebesar 304 persen. Posisi ketiga ditempati oleh produk tisu basah dengan peningkatan sebesar 227 persen. Produk kesehatan dan vitamin juga mengalami peningkatan penjualan yaitu sebesar 210 persen. Angka ini terus meningkat pada bulan Maret (<https://inet.detik.com/>, 2020).

Selain itu, peningkatan pembelian juga terjadi pada salah satu *e-commerce*, yaitu Tokopedia. Selama bulan Maret 2020 terjadi peningkatan pembelian untuk 3 kategori produk favorit yaitu meliputi produk kesehatan, keperluan rumah tangga, makanan dan minuman. Kenaikan transaksi pada produk kategori kesehatan mencapai hampir 3 kali lipat. Berikut untuk nilai penjualan masker meningkat 197 kali. Di sisi lain, pada produk *hand sanitizer* dalam waktu 42 menit, sebanyak 72.000 *hand sanitizer* terjual habis. Lalu, untuk produk disinfektan, tisu, dan *air purifier* menjadi produk yang paling banyak diminati dari kategori keperluan rumah tangga. Sedangkan untuk kategori makanan dan minuman seperti daging sapi, jahe, dan kurma mengalami peningkatan yang signifikan. Sebanyak lebih dari 100 ton

daging sapi dan 60 ton jahe terjual di *e-commerce* tokopedia selama bulan Maret 2020. Berikut merupakan gambar dari kategori produk paling diburu selama pandemi COVID-19 pada *e-commerce* tokopedia:



**Gambar 1.3**  
**Kategori Produk Diburu selama Pandemi COVID-19**

Sumber: (<https://www.tokopedia.com>, 2020)

Permintaan masker semakin meningkat pasca mewabahnya virus corona sejak Januari. Fenomena habisnya masker sekali pakai dan *hand sanitizer* ternyata juga terjadi di Kota Bandung. Pantauan di salah satu Apotek Gita Farma, Kecamatan Bojongloa Kaler, Kota Bandung. Terjadi peningkatan pembelian masker yang dilakukan oleh warga setempat, namun stok masker yang ada sangat terbatas. Untuk mengantisipasi hal tersebut, pihak apotek terpaksa menjual masker dengan harga yang cukup tinggi. Pihaknya sudah mulai kesulitan mendapatkan stok masker sejak beberapa bulan yang lalu ketika kabar terkait COVID-19 sudah mulai menyebar di Indonesia. Pembelian masker terbilang sangat masif pada masyarakat Bandung. Banyak dari warga yang ingin membeli masker dengan jumlah yang sangat banyak, bahkan hingga 5.000 buah. Namun, karena stok masker terbatas, pihak apotek pun membatasi pembelian masker tersebut, dan saat ini hanya menerima pembelian satuan (<https://ayobandung.com/>, 2020).

Bukan hanya masyarakat saja yang mencari produk seperti masker dan produk sanitasi lainnya melainkan *reseller* juga mencari produk tersebut untuk dijual kembali. Seperti halnya pada Apotek K-24 Padalarang, distributor masker sudah tidak memberikan suplai masker sejak tiga minggu yang lalu. Stok terakhir yang tersedia, tidak lebih dari satu box. Masyarakat Bandung banyak memburu produk *hand sanitizer* dan multivitamin imunitas untuk anak dan

dewasa serta suplemen curcuma. Peningkatan pembelian suplemen tersebut dalam sehari mencapai 4 kali lipat dari biasanya (<https://jabarekspres.com/>, 2020).

Selain pembelian produk sanitasi seperti masker dan *hand sanitizer*, pembelian tidak biasa atau *unusual purchasing* juga terjadi pada produk obat herbal dan jamu. Produk obat herbal dan jamu mengalami peningkatan saat pandemi COVID-19. Masyarakat tampaknya sedikit demi sedikit mulai menyadari pentingnya menjaga kesehatan di tengah pandemi COVID-19. Mengonsumsi produk obat herbal dan jamu yang didalamnya terdapat campuran rempah seperti jahe, ampuh mencegah COVID-19. Selain itu, jahe juga memiliki manfaat penting bagi tubuh, antara lain meredakan nyeri, menurunkan glukosa darah, memperkuat sistem kekebalan imun, serta menangkal infeksi bakteri dan virus (<https://health.kompas.com/>, 2020).

Salah satu produk jamu yang didalamnya mengandung jahe adalah produk jamu tolak angin sido muncul. Tolak angin sido muncul adalah produk herbal terstandar untuk masuk angin yang diformulasikan pada tahun 1930. Kandungan bahan-bahan rempah didalamnya antara lain seperti jahe, daun mint, adas, kayu ules, daun cengkeh dan madu. Produk tolak angin sido muncul juga telah lulus uji pra klinik. Hal ini terbukti pada khasiatnya yaitu, dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan aman dikonsumsi dalam jangka panjang (<https://sidomuncul.co.id/>, 2020).

Produk dari sido muncul, tolak angin, meningkat permintaannya sejak pandemi virus corona. Informasi bahwa, produk tolak angin terbukti meningkatkan sel-T yang merupakan indikator peningkatan daya tahan tubuh, juga menjadi faktor pendukung meningkatnya permintaan produk tersebut. sel-T ini sendiri mempunyai fungsi yang sama dengan vaksin untuk melawan virus covid-19. Namun, tidak secara spesifik melainkan hanya melalui peningkatan imunitas tubuh (<https://news.detik.com/>, 2020).

Kebutuhan masyarakat akan produk obat jamu herbal di masa pandemi COVID-19 tidak bisa diabaikan. Ditambah dengan kondisi cuaca yang ekstrem melanda dunia membuat seseorang menjadi rentan terinfeksi virus corona (<https://health.detik.com/>, 2020). Pilihan konsumen untuk menggunakan obat jamu herbal sebagai bentuk pencegahan virus corona menjadi faktor pendukung produk tolak angin sido muncul masih merajai pasar obat jamu

herbal untuk obat masuk angin. Berikut ini ranking merek obat masuk angin di Indonesia menurut *Top Brand Index* (TBI).

### OBAT MASUK ANGIN

<b>BRAND</b>	<b>TBI</b>	
	<b>2020</b>	
Tolak Angin Sido muncul	<b>48.3%</b>	<b>TOP</b>
Antangin	<b>40.6%</b>	<b>TOP</b>
Bintang Toedjoe	<b>5.0%</b>	

**Tabel 1. 2**

#### **Brand Index Tolak Angin Sido Muncul**

*Sumber:* (<https://www.topbrand-award.com/>, 2020)

Berdasarkan gambar 1.2 pada tahun 2020, produk tolak angin sido muncul menduduki peringkat pertama dengan persentase sebanyak 48,3%. Dan merek tolak angin sendiri masih menduduki peringkat teratas pasar produk obat masuk angin dari merek antangin dan bintang toedjoe. Hal tersebut membuktikan bahwa, tolak angin bisa bersaing dengan produk antangin dan bintang toedjoe. Tolak angin merupakan *market leader* dalam kategori produk jamu yang terus berusaha direbut posisinya dari para pesaingnya. Tolak angin yang merupakan produk berkualitas dan produk andalan perusahaan sidomuncul juga telah memasuki pasar *global*. Produk ini telah menembus pasar ASEAN, Eropa, Amerika, Timur Tengah, hingga Afrika ([www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com), 2020).

Selain permintaan produk jamu yang mengandung rempah-rempah seperti tolak angin yang terjadi di beberapa negara, permintaan rempah-rempah juga terjadi Indonesia contohnya di Kota Bandung. Pembelian rempah-rempah seperti, jahe dan temulawak juga meningkat di Kota Bandung. Contohnya, di Kota Cimahi saat ini banyak masyarakat memburu jahe merah dan temulawak. Akibatnya, komoditas rempah-rempah tersebut harganya naik signifikan, bahkan sulit ditemukan di sejumlah pasar tradisional akibat tingginya permintaan. Masyarakat Kota Bandung beranggapan bahwa rempah-rempah seperti jahe dan temulawak dipercaya dapat menangkal virus corona (<https://daerah.sindonews.com/>, 2020).

Dari pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa terjadi *intention to make unusual purchases* atau niat untuk melakukan pembelian yang tidak biasa berdasarkan pengaruh informasi *online* yang berlebihan dan tingkat keparahan sebagai rangsangan individu atau masyarakat Indonesia khususnya masyarakat yang tinggal di Kota Bandung yang terdampak secara langsung dan tidak langsung selama pandemi COVID-19 yang kemungkinan diakibatkan oleh beberapa faktor diantaranya, *information overload* dan *perceived severity*.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis hendak melakukan penelitian terhadap **“PENGARUH INFORMATION OVERLOAD TERHADAP INTENTION TO MAKE UNUSUAL PURCHASES MELALUI PERCEIVED SEVERITY PADA MASYARAKAT KOTA BANDUNG SELAMA PANDEMI COVID-19”**

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *information overload* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19?
2. Bagaimana *perceived severity* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19?
3. Bagaimana *intention to make unusual purchase* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19?
4. Seberapa besar pengaruh *information overload* terhadap *perceived severity* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19?
5. Seberapa besar pengaruh *perceived severity* terhadap *intention to make unusual purchases* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19?
6. Seberapa besar pengaruh *information overload* terhadap *intention to make unusual purchases* masyarakat Kota Bandung selama pandemic COVID-19?
7. Seberapa besar pengaruh *information overload* terhadap *intention to make unusual purchases* melalui *perceived severity* pada masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Mengetahui *information overload* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19.
2. Mengetahui *perceived severity* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19.
3. Mengetahui *intention to make unusual purchases* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19.
4. Mengetahui seberapa besar pengaruh *information overload* terhadap *perceived severity* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19.
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh *perceived severity* terhadap *intention to make unusual purchases* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19.
6. Mengetahui seberapa besar pengaruh *information overload* terhadap *intention to make unusual purchases* masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19.
7. Mengetahui seberapa besar *information overload* terhadap *intention to make unusual purchases* melalui *perceived severity* pada masyarakat Kota Bandung selama pandemi COVID-19.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Bagi mahasiswa sendiri, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya untuk memahami perilaku masyarakat terhadap paparan sumber informasi *online* dan melakukan pembelian yang tidak biasa pada masa pandemi COVID-19. Selain itu, dengan pengaplikasian teori-teori yang ada serta sebagai tambahan bagi penelitian sebagai referensi penelitian selanjutnya.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu pertimbangan keputusan masyarakat dalam melakukan pembelian serta memilah informasi yang ada mengenai pandemi COVID-19 di Indonesia. Selain itu, untuk perusahaan yang menyediakan produk untuk kebutuhan konsumen selama pandemi COVID-19 dapat menjadi masukan dan pemecahan masalah yang dihadapi oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Dan untuk mahasiswa lainnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk

penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan atau berhubungan dengan masalah dalam penelitian ini.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu periode penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang jenis penelitian, variabel operasional tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan dari analisis data.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan bab akhir, dalam bab ini akan disajikan kesimpulan dari hasil penelitian penulis dan beberapa saran penulis bagi pihak yang berkepentingan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka merupakan daftar bacaan yang akan menjadi sumber, atau referensi atau acuan untuk membuat kutipan yang disajikan dalam isi tugas akhir