

PENGARUH KELANGKAAN DAN KENAIKAN HARGA MINYAK GORENG TERHADAP PANIC BUYING MASYARAKAT DI KECAMATAN KOTO TANGAH KOTA PADANG

Sri Ramadhan, MSI
Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
sriramadhan@uinib.ac.id

Wushi Adilla Arsyi
Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
wushiadilla@uinib.ac.id

Mela Marlina
Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang
melamarlina97@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of scarcity and rising cooking oil prices on panic buying in the people of Koto Tangah District. This research is quantitative descriptive. In this study the sampling technique used was random sampling technique, namely this sample technique took as many samples as the number determined by the researcher. Respondents in this study were as many as 100 people. This study uses multiple linear regression using SPSS version 25. The results of this study indicate that scarcity as a variable (X1) has a sig. (0.026) < α (0.05), then partially it has a significant effect on public panic buying, then price increases as a variable (X2) have a sig value. (0.000) < α (0.05), then partially has a significant effect on public panic buying.

Keywords: scarcity, rising prices, panic buying

PENDAHULUAN

Sejak di berlakukannya Permendag Nomor 6 Tahun 2022 tentang penetapan harga eceran tertinggi (HET) minyak goreng sawit. Kemudian diperbaharui pada tahun 2022 dalam Permendag nomor 11 yang mengatur tentang HET minyak goreng curah. Dalam Permendag, HET minyak jelantah Rp 14.000/liter atau Rp 15.500/kg, sebelumnya Rp 11.000/liter. Sementara itu, harga minyak goreng premium kemasan dilepas ke harga pasar sebelumnya Rp 14.000/liter. Berdasarkan pada perubahan harga tersebut berpengaruh kepada ketersediaan minyak goreng yang menjadi langka. Masalah kelangkaan minyak goreng dan kenaikan harga sudah mengemuka dari akhir tahun 2021. Meski kebijakan telah dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatasi masalah tersebut, kelangkaan minyak goreng masih saja terjadi. Kelangkaan minyak goreng ini membuat masyarakat panik, karena bisa dikatakan minyak goreng ini sudah

menjadi kebutuhan pokok dalam konsumsi rumah tangga. Maka menurut pendapat Yuen, perilaku *panic buying* terjadi ketika konsumen berbondong-bondong membeli produk selama atau setelah bencana, atau untuk mengantisipasi kenaikan harga atau kelangkaan. Shadiqi juga menemukan bahwa perilaku *panic buying* disebabkan oleh kecemasan, agitasi, perasaan tidak aman, konflik psikologis, stres, persepsi tidak aman, dan paparan media. Kekhawatiran konsumen akan kelangkaan minyak goreng menunjukkan keinginan masyarakat untuk membeli cadangan produk yang cukup karena ketakutan dan ketidakpastian. Fenomena *panic buying* merupakan bagian dari perilaku konsumen yang disebabkan oleh faktor pribadi (psikologis) dan lingkungan yang mempengaruhi keputusan pembelian (Pristiana Widyastuti, 2020). *Panic buying* merupakan fenomena yang tidak normal dan mencerminkan sikap egois pengguna sehingga menyebabkan harga cadangan minyak menurun.

Fenomena *panic buying* ini juga dirasakan oleh masyarakat Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. Berdasarkan pengamatan sebelumnya di pasar tradisional Kecamatan Koto Tangah ditemui kelangkaan terhadap minyak goreng. Sementara lain halnya yang terjadi pada swalayan atau minimarket yang menjadi rebutan masyarakat untuk mendapatkan minyak goreng. Pasokan minyak yang tersedia di berbagai minimarket dan hypermarketpun juga belum mampu memenuhi permintaan konsumen meskipun persediaan minyak goreng rutin datang di minimarket. Maka dari sinilah munculnya rasa kecemasan masyarakat, sehingga membuat masyarakat panik akan ketersediaan minyak goreng. Oleh karena itu menjadikan masyarakat berbelanja minyak goreng secara berlebihan sehingga banyak masyarakat yang menumpuk minyak goreng dirumah. Penumpukan minyak goreng tersebut menyebabkan ketersediaan minyak goreng menjadi langka di pasaran sehingga berdampak pada kenaikan harga.

Melihat kejadian yang menyebabkan kelangkaan dan kenaikan harga minyak goreng yang menyebabkan perubahan terhadap perilaku *panic buying* pada masyarakat, khususnya masyarakat Kecamatan Koto Tangah Kota Padang inilah yang menyebabkan pembahasan ini untuk dihabas lebih lanjut.

TINJAUAN PUSTAKA

1. *Panic Buying*

Panic buying adalah kondisi ketika orang tiba-tiba membeli bahan makanan, bensin, dan lain sebagainya dalam jumlah yang banyak, karena takut sesuatu yang buruk akan terjadi. Selain itu, *panic buying* merupakan perilaku yang ditandai dengan peningkatan volume pembelian yang cepat, yang biasanya berujung pada kenaikan harga suatu produk. *Panic buying* dapat terjadi ketika konsumen membeli produk dalam jumlah besar sebelum atau setelah bencana, atau sebelum kenaikan atau kekurangan harga yang besar. Pembelian panik sering dikaitkan dengan keserakahan versus *panic selling*, yang melibatkan rasa takut.

Dari perspektif makro, *panic buying* mengurangi penawaran dan meningkatkan permintaan, yang menyebabkan inflasi harga yang lebih tinggi. Pada level mikro (misalnya di pasar investasi), *fear of missing out* (FOMO) atau ketakutan akan ketinggalan dan pembelian di bawah tekanan dapat meningkatkan *panic buying* (Warta Ekonomi, 2021). Ada beberapa hal yang menyebabkan *panic buying*; Kecemasan, dipengaruhi oleh tindakan orang lain, dan kurangnya pengendalian diri. Sementara itu (Liya, 2021), faktor yang mempengaruhi *panic buying* adalah perilaku berkerumun, paparan media sosial, kebutuhan dan harga. Itu membuat orang mengendalikan penularan emosi, orang yang kurang mengendalikan diri sehingga terbawa oleh situasi kepanikan.

2. *Kelangkaan*

Kelangkaan muncul dari ketidakseimbangan antara kebutuhan manusia dan faktor produksi yang tersedia secara sosial atau disediakan oleh alam. Sebaliknya, setiap masyarakat selalu mempunyai keinginan yang relatif tidak terbatas untuk menikmati segala jenis barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhannya. Di sisi lain, sumber daya atau faktor produksi yang dapat digunakan untuk memproduksi barang tersebut relatif terbatas. Oleh karena itu, manusia tidak dapat memperoleh dan menikmati segala sesuatu yang mereka butuhkan atau inginkan (Sukirno, 2004). Berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan tersebut, disebutkan

suatu masalah atau masalah yang dianggap sebagai masalah dasar ekonomi, yaitu terbatasnya sumber daya yang disediakan alam untuk pemenuhan kebutuhan manusia.

Masalah kelangkaan ini diperkuat dengan kenyataan bahwa kebutuhan akan barang dan jasa oleh manusia dan masyarakat hampir tidak terbatas. Dengan kata lain, para ekonom percaya bahwa jika kebutuhan masyarakat diungkapkan dengan jujur, itu tidak akan pernah berakhir. Oleh karena itu, ketika merumuskan pendapat tentang masalah ekonomi, muncul dua rumusan utama yang terkait dengan masalah utama ekonomi (Triono, 2011), yaitu:

- a) Kebutuhan manusia tidak terbatas;
- b) Sumber daya atau sumber daya untuk memenuhi kebutuhan manusia terbatas.

Indikator utama barang langka adalah kenaikan harga, peningkatan permintaan atau pembeli, perubahan klasifikasi dari dasar menjadi sekunder, dan pemerintah membagikan kuota pembelian (Indah, 2019).

3. Kenaikan harga

Kenaikan harga merupakan masalah keuangan. Dapat dikatakan bahwa harga adalah masalah ekonomi makro. Kenaikan harga dapat mempengaruhi kesejahteraan konsumen dan produsen, termasuk pemerintah. Disudut pandang konsumen, ketika harga naik, daya beli konsumen menurun jika pendapatan tidak meningkat. Masalah daya beli konsumen mengacu pada masalah kemampuan konsumen untuk membeli barang atau jasa yang diperlukan dan diinginkan dengan harga yang meningkat. Jadi, ketika harga suatu barang atau jasa meningkat, permintaan akan barang atau jasa akan menurun, dengan asumsi faktor-faktor lain tetap konstan, semua hal dianggap sama. Ketika jumlah barang atau jasa yang dibeli mengalami kenaikan harga, kepuasan konsumen terhadap barang atau jasa tersebut juga menurun (Salmiati, 2019). Beberapa faktor yang menyebabkan kenaikan harga tersebut antara lain bahan baku, proses produksi, distribusi, permintaan konsumen yang tinggi, sumber pasokan dan kebijakan pemerintah.

Adapun indikator dari kenaikan harga yaitu sebagai berikut (Oktafia, 2020):

- a. Pembelian kebutuhan pokok yang berlebihan, yang meningkatkan jumlah permintaan barang. Hal ini dikarenakan permintaan atau daya tarik masyarakat terhadap barang tersebut biasanya kuat.
- b. Terjadi monopoli pasar antara penjual dan penjual yang saling bersaing untuk menaikkan harga mereka melebihi perkiraan semula. Hal ini dikarenakan kelangkaan barang dan karena faktor kebutuhan konsumen mendorong penjual untuk menetapkan harga yang tinggi.
- c. Perbedaan ketersediaan stok barang di berbagai daerah
Perbedaan ketersediaan stok di berbagai daerah juga memicu penjual menaikkan harga barang. Hal ini menyebabkan kenaikan harga dimana pembeli masih tetap membeli barang (permintaan tinggi) yang disebabkan karena tingkat kebutuhan.
- d. Kenaikan harga barang yang melambung tinggi. Yaitu kondisi dimana melambungnya harga barang yang tinggi yang mengakibatkan konsumen merasa susah untuk dapat memenuhi kebutuhan pokok.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Hal ini disebabkan karena variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) bersifat numerik atau dapat diberi nomor dan dianalisis berdasarkan analisis statistik. Data dalam penelitian ini bersumber dari survei yang dilakukan langsung kelapangan yang diperoleh dari masyarakat Kecamatan Koto Tengah Kota Padang.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah rumah tangga yang berada di Kecamatan Koto Tengah yang berjumlah 3.542 KK (bps.go.id). Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Karena ukuran populasi untuk penelitian ini diketahui, prosedur pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

n = Jumlah sampel.

N = Jumlah populasi.

e = Presentase kelonggaran karena kesalahan karena pengambilan sampel yang ditoleransikan (10%)

$$n = \frac{3542}{1 + 3541(0.1)^2} = 97 \text{ orang}$$

Maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah 97 orang dan digenapkan menjadi 100 orang.

3. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan dua variabel bebas (independen) dan satu variable terikat (dependen). Variabel bebas terdiri dari kelangkaan minyak goreng dan kenaikan harga minyak goreng, sedangkan variabel terikatnya adalah *panic buying*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Koto Tengah adalah sebuah kecamatan di kota Padang di Sumatera Barat. Secara administratif Dewan Bandar Udara Tabing termasuk dalam wilayah itu. Sebelumnya kecamatan ini merupakan bagian dari Kabupaten Padang Pariaman, namun berdasarkan PP No. 17 Tahun 1980 menjadi wilayah administrasi Kota Padang pada tanggal 21 Maret 1980, dengan kota kecamatan terletak di Lubuk Buaja. Kecamatan ini memiliki 13 kecamatan diantaranya Air Pacah, Balai Gadang, Batang Kabung Ganting, Batipuh Panjang, Bungo Pasang, Dadok Tunggul Hitam, Koto Panjang Ikua Koto, Koto Pulau, Lubuk Buaya, Lubuk Minturun, Padang Sarai, Parupuak Tabing dan Pasir Nan Tigo (Wikipedia).

Deskripsi Responden

Data penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan tertulis kepada responden. Data penelitian ini mencakup 100 responden. Deskripsi

responden berdasarkan umur ditunjukkan pada tabel 1. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 100 responden sebagian besar merupakan responden yang berumur 25 - 30 yaitu sebanyak 43 orang (43%), sedangkan sisanya merupakan responden yang berumur 31 - 55 yaitu sebanyak 57 (57 %). Deskripsi responden berdasarkan pendidikan ditunjukkan pada tabel 2. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang tidak sekolah sebanyak 1 orang, berpendidikan SD sebanyak 3 orang, berpendidikan SMP sebanyak 18 orang, berpendidikan SMA sebanyak 53 orang, dan berpendidikan PT sebanyak 25 orang.

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Banyaknya Responden	Presentase%
25-30	43	43,00 %
31-55	57	57,00%
Total	100	100

Sumber : Data primer diolah,2022

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Freq.	Percent	Cum.
S1	25	24.75	24.75
SD	3	2.97	27.72
SMA	53	52.48	80.20
SMP	18	17.82	98.02
Tidak Sekolah	1	1.88	99.01
Total	100	100.00	

Sumber : Data primer diolah,2022

Hasil Analisis Data Penelitian

1. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Tabel 3 menunjukkan hasil uji validitas dari penelitian ini. Berdasarkan tabel tersebut, seluruh item pernyataan dari variabel kelangkaan (X1) , kenaikan harga (X2) , dan *panic buying* (Y) adalah valid. Hasil r hitung pada *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari pada r tabel yaitu 0,2441 yang berarti bahwa

semua butir pernyataannya valid dan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya.

Tabel 3 Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kelangkaan (X1)	Q1	.553**	0,2441	valid
	Q2	.674**	0,2441	valid
	Q3	.510**	0,2441	valid
	Q4	.645**	0,2441	valid
Kenaikan Harga (X2)	Q5	.780**	0,2441	valid
	Q6	.838**	0,2441	valid
	Q7	.781**	0,2441	valid
	Q8	.744**	0,2441	valid
Panic Buying (Y)	Q9	.435**	0,2441	valid
	Q10	.594**	0,2441	valid
	Q11	.269**	0,2441	valid
	Q12	.798**	0,2441	valid
	Q13	.774**	0,2441	valid

Sumber : Data primer diolah,2022

b. Uji Realibilitas

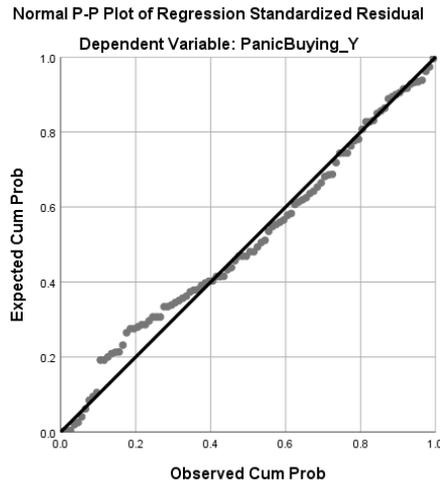
Tabel 4 menunjukkan hasil uji reliabilitas dari penelitian ini. Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa variabel X1 $0,889 > 0,60$, X2 $0,602 > 0,60$, dan variabel terikat (Y) $0,755 > 0,60$. Hal ini menunjukkan ketiga variabel tersebut dapat digunakan untuk keseluruhan responden karena tiap-tiap variabelnya reliabilitas.

Tabel 4 Hasil Keputusan Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kelangkaan	4	0.889	RELIABEL
2	Kenaikan Harga	4	0.602	REALIBEL
3	Panic Buying	5	0.755	REALIBEL

Sumber : Data primer diolah,2022

Gambar 1
Gambar P-Plot Uji Normalitas



2. Uji asumsi klasik

Uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas merupakan uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini. Dari ketiga uji tersebut menunjukkan bahwa data-data pada penelitian ini terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi di data penelitian ini, dan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Hasil ini ditunjukkan pada tabel 5, 6, dan 7.

Tabel 5 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62004376
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.073
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.118 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 6 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.211	1.461		6.988	.000		
Kelangkaan_X1	.170	.075	.183	2.257	.026	.979	1.021
Kenaikanharga_X2	.439	.063	.561	6.924	.000	.979	1.021

a. Dependent Variable: PanicBuying_Y

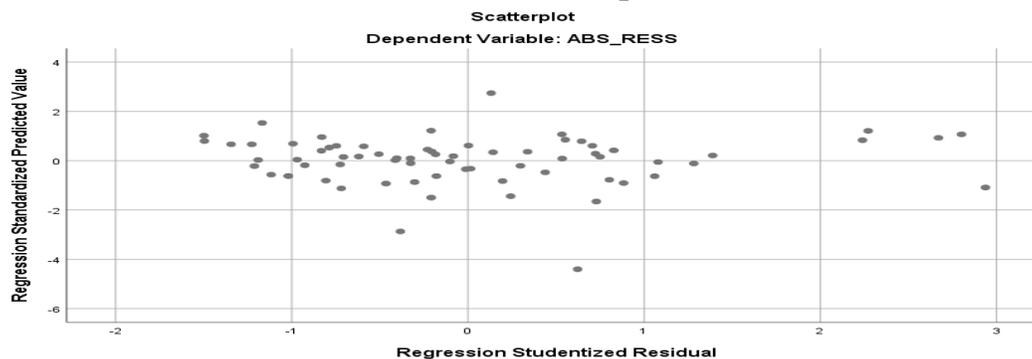
Tabel 7 Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.159	.929		-1.249	.215
Kelangkaan_X1	.075	.048	.156	1.575	.118
Kenaikanharga_X2	.073	.040	.180	1.815	.073

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber :data diolah (2022)

Gambar 2 Scatterplot



3. Regresi Linear berganda

Hasil regresi linear berganda pada penelitian ini diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 10,211 + 0,170X_1 + 0,439 X_2 + e$$

Dari persamaan diatas dapat menjelaskan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 10,211 tanpa di pengaruhi variabel X1 (kelangkaan), dan X2 (kenaikan harga) yang senilai 10,211.

- b. Nilai koefisien regresi dari X1 (kelangkaan) senilai 0,170 yang mana dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap peningkatan satuan kelangkaan akan meningkatkan *panic buying* sebesar 0,170 atau 17,0%.
- c. Nilai koefisien regresi dari X2 (kenaikan) senilai 0,439 yang mana dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap peningkatan satuan kenaikan harga akan meningkatkan sebesar 0,439 atau 43,9%. *Panic buying* dipengaruhi oleh kelangkaan.

4. Uji Hipotesis (Uji t Parsial)

Hasil uji t pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 8 yang dijelaskan sebagai berikut:

1) Variabel X1 (kelangkaan)

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t hitung variabel kelangkaan sebesar 2,257 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = \alpha/3 ; n-2-1 = 0,05 \cdot 2 ; 100-2-1 = 97 = 0,025 ; 97$) di dapatkan nilai t tabel sebesar 1,98 . ilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,257 > 1,98$ dan tingkat signifikasi $t \ 0,026 <$ nilai α sebesar 0,05. Artinya H0 ditolak yang menunjukkan bahwa kelangkaan secara parsial berpengaruh terhadap *panic buying*.

2) Variabel X2 (kenaikan harga)

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t hitung variabel kenaikan harga sebesar 6,924 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = \alpha/3 ; n-2-1 = 0,05 \cdot 2 ; 100-2-1 = 97 = 0,025 ; 97$) didapatkan nilai t tabel sebesar 1,98. Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $6,924 > 1,98$ dan tingkat signifikasi $t \ 0,026 <$ nilai α sebesar 0,05. Artinya, H0 ditolak yang menunjukkan bahwa kenaikan harga secara parsial berpengaruh terhadap *panic buying*.

Tabel 8 Uji t Parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.211	1.461		6.988	.000
Kelangkaan_X1	.170	.075	.183	2.257	.026
Kenaikanharga_X2	.439	.063	.561	6.924	.000

a. Dependent Variable: PanicBuying_Y

5. Koefisien Determinasi

Adapun koefisien determinasi pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 9. Hasil nilai R Square sebesar 0,377, artinya kontribusi dari variabel kelangkaan minyak goreng dan kenaikan harga minyak adalah 37,7% terhadap *panic buying* masyarakat. Berarti sebesar 63,3% lagi dipengaruhi oleh variabel lain di luar variable penelitian yang digunakan.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614 ^a	.377	.364	1.59928

a. Predictors: (Constant), Kenaikanharga_X2, Kelangkaan_X1

b. Dependent Variable: PanicBuying_Y

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji statistik yang digunakan menggunakan alat bantu program aplikasi SPSS menyatakan bahwa *panic buying* (Y) dipengaruhi oleh kelangkaan (X1), dan kenaikan harga (X2).

1. Pengaruh kelangkaan terhadap *panic buying* masyarakat di Kecamatan Koto Tangah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien dari X1 (kelangkaan) senilai 0,170 yang mana dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap peningkatan satu satuan kelangkaan akan meningkatkan *panic buying* sebesar 0,170 atau 17,0%. Selanjutnya, nilai signifikansi $0,026 < 0,05$ menunjukkan bahwa kelangkaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *panic buying*.

Kelangkaan menyebabkan masyarakat susah memperoleh minyak goreng sehingga harganya menjadi meningkat. Demikian juga yang terjadi pada masyarakat Kecamatan Koto Tengah yang mengalami *panic buying*. Masyarakat datang ke toko ritel secara beramai-ramai untuk membeli minyak goreng karena khawatir persediaan minyak goreng baik di swalayan, maupun di warung-warung tradisional habis. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Asrindah Nasution yang meneliti tentang pengaruh *panic buying* masyarakat terhadap kenaikan harga dan kelangkaan minyak goreng di kota Medan Denai.

2. Pengaruh kenaikan harga minyak goreng terhadap *panic buying* masyarakat di Kecamatan Koto Tengah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien X2 (kenaikan minyak goreng) senilai 0,439 yang mana dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap peningkatan satu satuan kenaikan harga akan meningkatkan *panic buying* sebesar 0,439 atau 43,9%. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa kenaikan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *panic buying*. Hal ini disebabkan jika terjadi kenaikan harga minyak goreng maka akan menyebabkan masyarakat menjadi *panic* sehingga masyarakat berbelanja minyak goreng secara berlebihan sebagai upaya mengantisipasi kehabisan persediaan minyak goreng.

Sesuai dengan hasil penelitian Nicola dkk., menyatakan bahwa sektor makanan, termasuk pedagang grosir dan pengecer, berada di bawah tekanan akibat perilaku *panic buying*. Hal ini meningkatkan kekhawatiran masyarakat terhadap kekurangan pangan. Dengan demikian, fenomena *panic buying* merupakan bagian dari perilaku konsumen yang disebabkan oleh faktor personal (psikologis) dan lingkungan yang mempengaruhi keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kelangkaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *panic buying* masyarakat di Kecamatan Koto Tengah. Kemudian, kenaikan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *panic buying* masyarakat di Kecamatan Koto Tengah. Dari hasil penelitian ini diharapkan kepada produsen untuk

megatur dan menyesuaikan penyaluran minyak goreng kepada distributor dan memastikan tidak terjadi kekosongan persediaan minyak goreng di swalayan maupun warung-warung tradisional. Selain itu, diharapkan kepada pemerintah agar menerapkan harga eceran tertinggi yang berlaku secara nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Condro Triono, "Ekonomi Islam Madzhab Hamfara, Jilid I Falsafah Ekonomi Islam ,Cet. II", (Bantul: Irtikaz, 2011), hal. 163.
- Inda Liya, Pengaruh Panic Buying Terhadap Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid 19 Dengan Perilaku Konsumen Muslim Sebagai Mediator", Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2021, Hal. 48
- Liputan 6, "18 Kasus Penyelewengan Minyak Goreng, Dari Penimbunan Sampai Di Oplos Air Kuning", Di akses melalui artikel online <https://www.liputan6.com/news/read/4944263/18-kasus-penyelewengan-minyak-goreng-dari-penimbunan-sampai-dioplos-air-kuning>, pada 19 Juni 2022.
- Nasution, Asrindah, "Panic Buying Masyarakat Terhadap Kenaikan Harga Dan Kelangkaan Minyak Goreng Di Kota Medan Denai", *Jurnal Bisnis Corporate*, Vol. 6, No. 2, Desember 2021.
- Nur, Siti Khayisatuzahro "Panic Buying Di Masa Pandemi Dan Relevansinya Dengan Ikhtikar Dalam Padangan Islam", Vol. 1 No.2. Oktober 2019, ISSN: 2685-2802.
- Oktafia, Renny. "Kenaikan Harga Kebutuhan Pokok Menjelang Lebaran", *Skripsi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 2020.
- Peraturan Menteri Perdagangan tahun 2022, di akses melalui <https://jdih.kemendag.go.id>, pada 26 Maret 2022.
- Qardhawi, Yusuf, "Norma dan Etika Ekonomi Islam, diterjemahkan oleh Zainal Arifin", Jakarta : Gema Insani, 1997.
- Qing-Hua Mao, "Dynamic Impact of the Perceived Value of Public on Panic Buying Behavior during COVID-19", *Sustainability* 2022, 14, 4874. <https://doi.org/10.3390/su14094874>, h.15
- Ramadhani Purnama Indah, "Pengaruh Harga, Kebutuhan, Dan Kelangkaan Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Gas LPG- 3 kg Jalan Udang Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat.
- Salmiati,"Dampak Kenaikan Harga Sembilan Bahan Pokok Terhadap Daya Beli Masyarakat Di Kecamatan Bengo Kabupaten Bone", Skripsi Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019, hal. 14
- Sukirno, Sadono,"*Pengantar Teori Mikroekonomi, Edisi III*", Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Utami, Fajria Anindya, "Apa itu Panic Buying", di akses melalui <https://WWW.Wartaekonomi.co.id/read280798/apa-itu-panic-buying>., pada 5 januari 2022.

Widyastuti, Pristiana, “Analisis Keputusan Pembelian: Fenomena Panic Buying Dan Service Convenience (Studi Pada Grocery Store Di Dki Jakarta)”, *Proceeding SENDIU*, 2020 ISBN: 978-979-3649-72-6.

Wikipedia, “Koto Tengah, Padang”, Diakses melalui https://id.wikipedia.org/wiki/Koto_Tengah,_Padang pada hari Sabtu 16 Juli 2022 pada pukul 14.30.

www.padangkota.bps.go.id diakses pada tanggal 18 Juni 2022.
