

## Konsumsi Makanan dan Olahraga selama Pandemi Covid 19

Lusy Azizah Hapsari<sup>1\*</sup>, Aprilia Puri Astuti<sup>2</sup>, Aflit Nuryulia Praswati<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen/Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

<sup>2</sup>Akuntansi/Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

<sup>3</sup>Manajemen/Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

\*Email: [b100180553@student.ums.ac.id](mailto:b100180553@student.ums.ac.id)

### Abstrak

#### Keywords:

Covid 19, Makan, Olahraga,

*Pandemi Covid 19 secara langsung maupun tidak langsung membawa dampak tersendiri pada berbagai sector yang ada di msasyarakat. Salah satu dampak dari adanya pandemi covid 19 adalah adanya perubahan pola perilaku konsumsi oleh masyarakat. Pada penelitian ini membahas terkait bagaimana pola perilaku konsumsi masyarakat terkhususnya pada pola makan dan aktivitas olahraga selama berlangsungnya pandemi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik sederhana. Dengan mengambil responden masyarakat rentang usia 18-36 tahun. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tidak ada perubahan signifikan terhadap pola makan masyarakat dari sebelumnya. Hanya saja masyarakat menjadi lebih perhatian terhadap produk yang mereka konsumsi. Tingkat kesehatan dan selera menjadi faktor yang menentukan pilihan konsumsi. Disamping itu, minat masyarakat dalam beraktivitas olahraga cukup bagus selama pandemi. Setidaknya kebanyakan dari masyarakat melakukan olahraga lebih dari 3 kali dalam sebulan.*

### 1. PENDAHULUAN

Pada bulan Desember 2019, suatu penyakit pernapasan akut yang disebabkan oleh virus SARS Cov-2 (Covid 19) mulai menyebar keseluruh dunia, menimbulkan pandemi dan dinyatakan sebagai “*emergency of public health*” oleh organisasi kesehatan dunia (WHO) pada bulan januari 2020. Berbagai negara secara berurutan mulai terkena dampak dari adanya pandemi tersebut. Salah satunya adalah Indonesia. Ancaman penyebaran virus corona di Indonesia mulai terasa sejak Presiden Indonesia mengungkapkan adanya 2 kasus pasien terpapar pada 2 Maret 2020. Mengacu kepada hasil *update* terakhir tertanggal 7 Juli 2020 sudah tercatat 64.978 pasien positif corona.

Penyebaran yang sangat cepat dari virus ini membawa pengaruh yang sangat masif pada berbagai sektor, baik itu kesehatan, perekonomian, sosial masyarakat dan yang lain sebagainya. Pemerintah dalam menekan penyebaran virus ini telah menetapkan berbagai macam kebijakan. Mulai dari pembatasan sosial berskala besar, bekerja dari rumah, belajar dari rumah, bahkan beribadah dari rumah. Adanya kebijakan tersebut sebenarnya bernilai positif dalam menekan laju penularan covid 19, akan tetapi tentu saja hal ini menjadikan jatuhnya roda perekonomian masyarakat. Kondisi ini memaksa para pelaku usaha untuk merubah sistem bisnis mereka menjadi sistem bisnis online. Segala macam jenis

pemasaran yang dilaksanakan secara langsung harus diubah menjadi pemasaran melalui online.

Dengan adanya kondisi tersebut, banyak terjadi perubahan signifikan pada pola perilaku konsumsi masyarakat. Banyaknya masyarakat yang berdiam diri di rumah akibat adanya kebijakan PSBB mengganggu kebiasaan konsumen dalam berbelanja di pasar. Hal ini menjadikan konsumen mulai berimprovisasi dan mempelajari kebiasaan baru semisal menjadikan toko online sebagai salah satu pilihan dalam berbelanja. Pembelian konsumen mulai bergeser dari pembelian produk yang sifatnya keinginan menjadi ke produk yang sifatnya adalah kebutuhan. Permintaan tertinggi umumnya ada pada produk kebutuhan sehari-hari. Sehingga dapat dikatakan bahwa covid 19 ini membuat pola belanja masyarakat secara online semakin melebar (1). Berdasarkan data impression dari *google analytics* yang dirangkum oleh iPrice selama periode Maret 2020 dan Februari 2020 minat belanja produk kesehatan secara online meningkat sebanyak 1986%. Disamping itu tingginya intensitas *meeting online* dan *video conference* menyebabkan meningkatnya minat belanja webcam sebanyak 1572%. Sektor olahraga pun tak lepas dari adanya perubahan akibat pandemi ini. Minat belanja sepeda meningkat sampai 1036%. Tidak hanya di Indonesia tren peningkatan dan pembelian sepeda juga meningkat di negara Inggris. Dari pelaporan *BBC News* peningkatan pembelian produk sepeda di Inggris mencapai angka 15%. Hal ini mengindikasikan meningkatnya pula minat berolahraga masyarakat Inggris. Dan yang terakhir tren pembelian bahan makanan secara online selama proses *lockdown* atau pembatasan sosial ini sudah bisa diprediksi. Minat belanja meningkat hingga 159%.

Ada beberapa penelitian yang mengungkap perubahan perilaku konsumen selama masa pandemi. Pada penelitian yang dilakukan oleh (2) diketahui bahwa setelah adanya pandemi

ini menjadikan adanya modifikasi terhadap kebiasaan pola perilaku berbelanja lama konsumen. Kebiasaan baru ini akan muncul didukung dengan adanya kemajuan teknologi, perubahan demografi, dan cara cara inovatif yang telah di pelajari oleh konsumen. Kemudian pada tulisan (3) telah dibahas mengenai perilaku konsumen dalam 3 fase yaitu bereaksi (menimbun dan menolak), mengatasi (menjaga hubungan social, perilaku mandiri dan mengubah pandangan merk), dan beradaptasi jangka panjang (misalnya berpotensi perubahan transformatif dalam konsumsi dan identitas social). Untuk selanjutnya (4) memberikan gambaran terkait perilaku konsumen khususnya pada pilihan makanan dan sikap memasak masyarakat Spanyol selama masa karantina darurat covid 19. Dari 600 responden yang menjawab kuisioner dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan pada peningkatan makanan ringan dan konsumsi makanan ultra proses. (5) juga menjelaskan mengenai partisipasi olahraga orang Austria selama masa pandemi covid 19. Meskipun ada pembatasan selama karantina di rumah, responden tetap melakukan olahraga dan meningkatkan kesehatan mereka.

Dijelaskan dalam penelitian (6) masyarakat sekarang cenderung berbelanja secara online menggunakan aplikasi *E-Wallet*. Bahkan untuk mencegah penyebaran pandemi virus covid-19 penggunaan aplikasi belanja online melonjak hingga 300 persen. Lebih lanjut lagi dalam tulisan (7) menjelaskan terjadi perubahan perilaku belanja konsumen. Dari yang sebelumnya mereka melakukan belanja secara *on the spot* kini harus beralih menjadi belanja secara online. Menurut data tayangan dari *google trends* telah terjadi peningkatan tren pencarian mengenai belanja online. ADA juga mencatat peningkatan dalam penggunaan aplikasi produktivitas oleh masyarakat. (8) dijelaskan bahwa kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan kembali transportasi online. Hal ini juga didukung penelitian yang dilakukan oleh (9) memberikan penjelasan bahwa

pandemi covid 19 ini semakin meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat. Oleh karena itu tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui perubahan perilaku makan dan aktivitas olahraga masyarakat selama pandemi covid 19. Di sisi lain dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan kebijakan yang dapat diambil di masa depan.

## 2. METODE

Penelitian mengenai perubahan pola konsumsi makanan dan aktivitas olahraga pada masa pandemi ini menggunakan metode analisis deskriptif. Metode analisis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dengan kata lain penelitian yang menggunakan analisis deskriptif mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah – masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan. Hasil penelitian yang ada selanjutnya diolah dan diambil kesimpulan.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan dukungan hasil kuisisioner sederhana yang didesain khusus. Dimana untuk populasi yang diambil adalah masyarakat usia 18 – 36 tahun yang terkena kebijakan penanganan Covid 19 seperti *work from home*, *School from home*, *Pray from home* dan yang lainnya. Sedangkan untuk sampel diambil sebanyak 160 responden dari kriteria populasi tersebut. Penyebaran dan pengumpulan kuisisioner dilakukan melalui *survey google form* dengan penyusunan pilihan jawaban menggunakan skala likert. Skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan, sangat setuju, setuju, tidak memutuskan, tidak setuju, dan sangat tidak setuju

Hasil dari survey melalui google form tadi kemudian dirumuskan dalam Microsoft excel guna pembahasan lebih lanjut dan penarikan kesimpulan sekaligus saran. Berikut susunan pertanyaan yang dimodifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh (4)

Kode	Pernyataan
Q1	Saya lebih berhati-hati dalam merencanakan pembelanjaan
Q2	Saya menghabiskan lebih banyak waktu untuk memasak
Q3	Walaupun saya hidup dengan keluarga, saya memasak hanya untuk diri saya sendiri
Q4	Saya memasak dengan keluarga/pasangan/teman
Q5	Saya memposting apa yang saya makan/masak di media social
Q6	Saya tidak bekerjasama dalam tugas memasak
Q7	Saya memasak makanan tradisional
Q8	Saya memasak menu makanan baru
Q9	Saya memilih makanan berdasarkan tingkat kesehatannya
Q10	Saya memilih makanan bergantung pada apa yang saya sukai
Q11	Saya rasa cara makan saya sama sekali tidak berubah
Q12	Waktu makan siang lebih dari sekedar kesenangan bagi saya
Q13	Sarapan/makan siang/makan malam adalah salah satu momen terpenting dalam sehari
Q14	Saya menyadari bahwa tingkat rasa lapar saya berkurang dari sebelumnya
Q15	Saya merasa lebih lapar sebelumnya
Q16	Saya lebih sering menggunakan layanan food delivery daripada

	sebelumnya	Q33	Saya mengonsumsi lebih banyak minum stimulant (kopi,teh,dll)
Q17	Saya meningkatkan konsumsi suplemen gizi (vitamin,mineral)	Q34	Saya biasanya menghabiskan waktu untuk menonton komputer, Tv, tablet)
Q18	Akhir-akhir ini suasana hati saya lebih buruk dari biasanya,dan ini mempengaruhi cara makan saya	Q35	Saya membeli bahan/produk yang belum pernah saya coba sebelumnya
Q19	Saya menggunakan internet untuk mencari resep makanan	Q36	Saya membaca/melihat/mengikuti lebih banyak resep makanan dari sebelumnya
Q20	Saya sering pergi ke supermarket	Q37	Saya mengonsumsi lebih banyak alcohol setiap hari(wine,beer,dan yang lain sebagainya)
Q21	Saya pergi ke supermarket sekali dalam seminggu atau kurang	Q38	Saya mendapat resep makanan dari keluarga
Q22	Saya belanja di toko sekitar rumah dan menghindari supermarket	Q39	Saya menghabiskan lebih banyak waktu di dapur
Q23	Waktu makan adalah momen paling penting bagi saya daripada sebelumnya		
Q24	Saya makan lebih banyak daripada sebelumnya (lebih banyak kali perhari)		Pernyataan diatas juga dikombinasikan dengan pertanyaan terbuka sebagai berikut
Q25	Saya lebih banyak makan besar daripada ngemil		1. Apakah anda sering menggunakan aplikasi berbelanja ?
Q26	Secara umum,saya rasa saya lebih banyak makan daripada sebelumnya(kuantitas)		2. Aplikasi belanja apa yang sering anda gunakan untuk berbelanja ?
Q27	Konsumsi produk sehat saya (sayur-sayuran,buah-buahan,dll) telah meningkat		3. Mengapa anda menggunakan aplikasi tersebut ?
Q28	Konsumsi produk olahan atra saya telah meningkat (produk panggang industry,makanan siap saji,dll)		4. Apa keunggulan aplikasi tersebut daripada aplikasi yang lain?
Q29	Saya telah meningkatkan konsumsi makanan ringan (kacang-kacangan, keripik,permen)		5. Apakah anda menggunakan aplikasi pembayaran digital ?
Q30	Saya telah meningkatkan pengeluaran untuk makanan (saya mengeluarkan banyak uang untuk membeli makanan)		6. Jenis aplikasi pembayaran digital apa yang anda gunakan ?
Q31	Saya jadi hobi memasak		7. Seberapa sering anda melakukan olahraga selama pandemi covid 19 ini?
Q32	Saya memasak setiap hari		8. Apakah anda berolahraga di dalam rumah atau di luar rumah ?
			9. Jenis olahraga seperti apa yang anda lakukan selama pandemi ini?
			10. Mengapa anda memilih jenis olahraga tersebut ?
			11. Dengan siapa anda melakukan olahraga tersebut ?
			12. Apakah anda melakukan olahraga tersebut karena diajak atau atas kemauan sendiri?

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Makan adalah salah satu kebutuhan pokok dari manusia. Sumber kekuatan utama manusia berada pada makanan yang mereka konsumsi. Adanya pandemi ini tentunya menjadikan pola makan manusia ada yang berubah seperti kondisi makanan pada masyarakat Italia dalam kondisi darurat covid 19. Terjadi peningkatan konsumsi tepung, telur, susu tahan lama, dan makanan beku. Dibandingkan dengan pengurangan barang makanan segar. Penjualan makanan ringan turut menurun sehubungan dengan produksi roti buatan sendiri(10). Di Inggris dan Spanyol pencarian makanan seperti roti, ayam, susu, tepung dan buah pisang juga mengalami peningkatan. Konsumsi pisang oleh masyarakat Spanyol dan Italia pada masa pandemi nampaknya sangat tinggi. Hal ini diikuti dengan banyaknya pencarian buah, susu dan ayam. Sedangkan untuk telur sendiri menempati posisi paling bawah(11). Disisi lain, China sebagai negara pertama munculnya virus Covid 19 telah membentuk kebiasaan memesan makanan segar secara online dan menggunakan system pengiriman langsung kerumah(12).

Beralih dari pola makan masyarakat pada masa pandemi, olahraga menjadi salah satu hal yang menjadi sorotan. Selama masa karantina, masyarakat Austria kurang terlibat dalam kegiatan olahraga. Namun analisis dalam kelompok mengungkapkan peningkatan partisipasi olahraga dalam kelompok yang kurang aktif saat membandingkan periode pra dan pasca covid 19 (5). Beranjak dari Austria menuju ke Australia, *Australian Institute of Sport* (AIS) telah mengembangkan kerangka kerja untuk menginformasikan kembali dimulainya olahraga. Akan tetapi mereka tetap menerapkan prinsip – prinsip pencegahan untuk menghindari tertularnya virus Covid 19 (13). Sama halnya dengan Spanyol, federasi olahraga, medis dan masyarakat yang terkait dengan olahraga telah mengembangkan protokol yang berbeda untuk meminimalkan dampak covid selama belum kembali ke pelatihan dan kompetisi. Secara khusus Laliga

sebagai otoritas tertinggi, telah menerapkan protokol wajib untuk tim profesional meminimalkan resiko terinfeksi Covid 19 selama pelatihan. Mereka tetap mempertimbangkan semua faktor yang dapat mempertimbangkan staf beresiko(14).

Pada kedua paragraph telah dijelaskan mengenai beberapa kondisi masyarakat dunia dalam perubahan pola makan dan aktivitas olahraga selama pandemi. Beralih dari fenomena dari negara negara asing, berikut hasil penelitian untuk masyarakat yang ada di Indonesia. Dalam penelitian ini, hasil pertanyaan dari kategori memasak menyatakan bahwa 44,7% responden tidak menghabiskan waktunya selama pandemi ini untuk memasak. Hanya ada sekitar 22,4% responden yang minat dalam urusan masak memasak. Responden yang memanfaatkan waktu luangnya untuk memasak biasanya melakukannya bersama keluarga/teman/pasangan. Menu makanan tradisional hasil resep keluarga masih menjadi pilihan utama dari para responden. Walaupun demikian jarang dari mereka yang memposting kebiasaan memasak mereka di media social. Namun disamping hal itu, layanan food delivery pun tidak begitu diminati oleh responden. Hal ini dinyatakan bahwa sebanyak 31,10% responden tidak menggunakan layanan food delivery dan lebih memilih makanan hasil olahan masakan rumahan.

Dari kebiasaan memasak tersebut ada kaitan eratnya dengan pola makan responden selama pandemi melanda. Secara umum tidak ada perubahan signifikan pada pola perilaku makan responden. Responden masih tetap menganggap makan adalah salah satu momen penting yang harus dilakukan dalam sehari. Tidak ada perubahan pada cara makan maupun tingkat kelaparan yang menyebabkan responden harus lebih sering makan dari sebelumnya. Akan tetapi, responden lebih memperhatikan jenis konsumsi makanan selama pandemi ini. Ada 2 hal yang menjadi perhatian utama responden dalam memilih jenis makanan yang akan dikonsumsi yaitu berdasarkan kesukaan dan yang kedua

berdasarkan tingkat kesehatannya. Sebanyak 37,3% responden menyatakan bahwa mereka memilih makanan berdasarkan tingkat kesehatannya dan 48,40% responden memilih makanan berdasarkan pada apa yang mereka sukai. Tingkat kesukaan atau bisa dikatakan selera inilah yang dapat menentukan konsumen dalam memilih makanan yang akan mereka konsumsi apalagi dengan adanya keanekaragaman makanan yang tersedia(15).

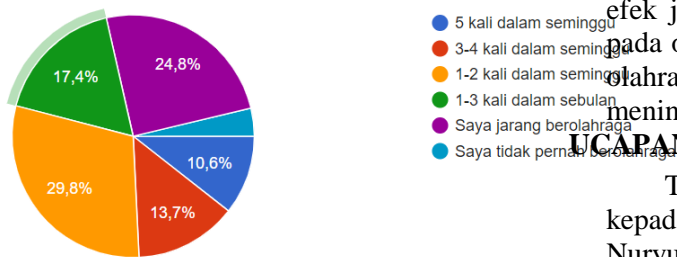
Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah konsumsi sayur responden selama adanya pandemi. Sebanyak 49,70% responden menyatakan bahwa jumlah konsumsi sayur mereka meningkat. Di sisi lain sebanyak 47,2% konsumsi produk makanan hasil olahan ultra mereka tidak meningkat sama sekali. 78,90% responden pun menghindari adanya konsumsi alkohol selama pandemi ini. Konsumsi alkohol dapat meningkatkan resiko terjadinya berbagai masalah kesehatan, seperti ketergantungan alkohol, sirosis hepar, kanker dan luka-luka yang disebabkan pengaruh langsung maupun tidak langsung dari intoksikasi alkohol. Terjadinya berbagai gangguan kesehatan akibat konsumsi alkohol dipicu oleh pengaruh alkohol terhadap tubuh yang menyebabkan terjadinya stres metabolik pada berbagai sistem dalam tubuh (16). Lebih dari 39% responden melaporkan bahwa mereka mengalami penurunan dari konsumsi makanan ringan seperti permen, keripik dan yang lain sebagainya. Disamping itu, konsumsi makanan atau minuman stimulant juga dihindari oleh responden. Sebanyak 36% responden menyatakan bahwa ia tidak begitu suka dengan adanya minuman atau makanan stimulant ini. Hal ini mengindikasikan bahwa responden sangat memperhatikan tingkat kesehatan dari makanan yang mereka konsumsi.

Dalam hal pembelian barang responden menghindari pembelian melalui supermarket. Sebanyak 46% responden melaporkan bahwa mereka tidak sering berkunjung ke supermarket dan lebih memilih berbelanja di toko sekitar mereka. Namun disamping hal itu sebanyak 48,4%

mengaku menggunakan aplikasi online dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari. Sisanya 51,6% masyarakat tidak menggunakan aplikasi berbelanja online. Responden yang menggunakan aplikasi online untuk berbelanja hampir 70% dari mereka memilih aplikasi shopee. Alasan masyarakat dalam menggunakan aplikasi ini dikarenakan kemudahan dalam penggunaannya dan tingkat kepercayaan yang tinggi. Aplikasi lain yang juga tak luput digunakan oleh sebagian kecil responden adalah Tokopedia, Buka Lapak, dan OLX. Dalam pembayaran barang pun tak luput masyarakat menggunakan aplikasi digital. Seperti *Shopee Pay*, *Go Pay*, *OVO*, *M-banking*, dan *Dana*. Penjualan dengan sistem *e marketing* ini memang memberikan dampak positif terhadap masyarakat, baik bagi penjual maupun pembeli. Penjual tetap bisa melakukan proses produksi dan distribusi dengan tetap mematuhi aturan social distancing. Penggunaan *e-marketing* melalui *marketplace* dianggap perlu untuk diterapkan apalagi di tengah Pandemi Covid-19 sehingga kegiatan usaha tetap berjalan dan menghasilkan nilai ekonomi(17)

Selanjutnya mengenai aktivitas olahraga responden selama pandemi, sebanyak 29,8% responden melakukan olahraga selama 1-2 kali dalam seminggu, 24% jarang berolahraga, 17% berolahraga sebanyak 1-3 kali dalam sebulan, 13% sebanyak 3-4 kali dalam seminggu, 10% sebanyak 5 kali dalam seminggu dan 3,7% dari responden tidak pernah berolahraga sama sekali. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa minat responden terhadap aktivitas olahraga di masa pandemi ini cukup bagus. Setidaknya dalam 1 bulan kebanyakan responden melakukan olahraga lebih dari 3 kali dalam sebulan. 70% responden yang berolahraga memilih melakukannya di luar rumah daripada di dalam rumah. Jenis olahraga yang dipilih responden pun sangat beraneka ragam. Mulai dari bersepeda, badminton, lari, *volley*, senam, *skipping* dan masih banyak lagi. Pilihan tersebut didasarkan pada hobi dan kemauan dari tiap – tiap responden.

Berikut diagram frekuensi aktivitas olahraga responden.



Gambar 1. Diagram frekuensi olahraga

Responden yang memutuskan olahraga didasarkan atas kemauan mereka pribadi. Mereka pun melakukan olahraga bersama orang-orang terdekat.

#### 4. KESIMPULAN

Pola perilaku makan masyarakat selama pandemi covid 19 tidak mengalami perubahan yang signifikan. Hanya saja yang menjadi perhatian utama di sini, masyarakat menjadi lebih perhatian terhadap menu makanan yang masyarakat konsumsi. Tingkat kesehatan dan kesukaan masyarakat berpengaruh besar terhadap pilihan konsumsi masyarakat. Disamping hal itu masyarakat sudah banyak yang mulai beranjak menggunakan aplikasi belanja secara online. Walaupun kuantitas masyarakat yang menggunakan aplikasi belanja online tidak sebanyak yang tidak menggunakan aplikasi belanja online, selisih dari keduanya sangatlah tipis. Hal ini bukan tidak berarti dimasa mendatang jumlah pengguna aplikasi belanja online akan semakin meningkat. Di sisi lain, aktivitas olahraga masyarakat selama pandemi cukup bagus. Walaupun masih ada sekitar 24% masyarakat yang jarang berolahraga, akan tetapi presentase mereka yang melakukan olahraga lebih besar. Setidaknya masyarakat melakukan olahraga sebanyak lebih dari 3 kali dalam satu bulan.

Dalam penelitian ini tentu masih banyak yang perlu dikembangkan. Terlebih fokus dalam penelitian ini periode waktunya hanya dilakukan selama pandemi covid 19. Untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan mengenai bagaimana pola makan masyarakat dan

aktivitas olahraganya sebelum, selama, dan sesudah adanya pandemi covid 19. Disamping itu, masih perlu menyelidiki efek jangka panjang dari krisis Covid 19 pada olahraga serta sejauh mana kebijakan olahraga diukur yang mungkin dapat meningkatkan partisipasi olahraga(5).

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada dosen pembimbing ibu Aflit Nuryulia Praswati S.E.,MM yang sudah membimbing penulis dalam menyelesaikan artikel ini.

#### REFERENSI

##### Jurnal, Bulletin, dan Majalah Ilmiah

- [1] Yusup DK, Badriyah M, Suyandi D, Asih VS. Pengaruh Bencana Covid-19 , Pembatasan Sosial , dan Sistem Pemasaran Online Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Retail.
- [2] Sheth J. Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *J Bus Res* [Internet]. 2020;117:280–3. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.059>
- [3] Kirk CP, Rifkin LS. I'll trade you diamonds for toilet paper: Consumer reacting, coping and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. *J Bus Res* [Internet]. 2020;117(May):124–31. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.028>
- [4] Romeo-Arroyo E, Mora M, Vázquez-Araújo L. Consumer behavior in confinement times: Food choice and cooking attitudes in Spain. *Int J Gastron Food Sci*. 2020;21(May).
- [5] Schnitzer M, Schöttl SE, Kopp M, Barth M. COVID-19 stay-at-home order in Tyrol, Austria: Sport and exercise behaviour in change? *Public Health* [Internet]. 2020; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2020.06.042>
- [6] Penggunaan D, Indonesia EDI. No Title. :1–10.
- [7] Lestari AP, Jakarta PN, Syarweni N,

- Jakarta PN. Covid-19 mengubah perilaku konsumen masyarakat.
- [8] Lestari I. TERHADAP NIAT UNTUK MENGGUNAKAN KEMBALI LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE DI ERA PANDEMI COVID-19. 2020;9(1):27–35.
- [9] Amanah D. Konsumtifkah Masyarakat Indonesia saat Pandemi Covid-19? 2020;(May).
- [10] Bracale R, Vaccaro CM. Changes in food choice following restrictive measures due to Covid-19. *Nutr Metab Cardiovasc Dis* [Internet]. 2020;(xxxx). Available from: <https://doi.org/10.1016/j.numecd.2020.05.027>
- [11] Laguna L, Fiszman S, Puerta P, Chaya C, Tárrega A. 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 Qual Prefer* [Internet]. 2020;104028. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104028>
- [12] Fei S, Ni J, Santini G. Local Food Systems and COVID-19: An Insight from China. *Resour Conserv Recycl* [Internet]. 2020;105022. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105022>
- [13] Hughes D, Saw R, Perera NKP, Mooney M, Walleth A, Cooke J, et al. The Australian Institute of Sport framework for rebooting sport in a COVID-19 environment. *J Sci Med Sport* [Internet]. 2020;23(7):639–63. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2020.05.004>
- [14] Yanguas X, Dominguez D, Ferrer E, Florit D, Mourtabib Y, Rodas G. Returning to Sport during the Covid-19 pandemic: The sports physicians' role. *Apunt Sport Med*. 2020;55(206):49–51.
- [15] Yuliati U. Faktor -faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian makanan jajan tradisional di Kota Malang. *J Manaj Bisnis*. 2011;1(1):7–20.
- [16] Tritama TK. Konsumsi Alkohol dan Pengaruhnya terhadap Kesehatan. *J Major*. 2015;4(8):7–10.
- [17] Awali H, Rohmah F. Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak COVID-19. *Balanc J Ekon dan Bisnis Islam*. 2020;2:1–14.

#### **Website**

- [1] Available from: <http://standards.globalspec.com/std/1517884/cen-en-589>