

**Analisis Dampak Covid-19 terhadap Perubahan Perilaku Konsumen pada
Keputusan Pembeli secara Online
(Studi Kasus: Masyarakat Kota Medan Penggunaan Layanan Shopee)**

Putri Sepfiani¹ Nuri Aslami²

Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Jl. William Iskandar, Medan, Sumatera Utara, Indonesia
putrisefiani30@gmail.com, nuriaslami@uinsu.ac.id

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic is forcing people to work at home due to government policies to stay at home, including shopping. This study was conducted with the aim of knowing the causes of changes in consumer behavior in the people of Medan City during Covid-19. The approach in this study uses a descriptive qualitative approach with data analysis techniques carried out through the process of interviews, observations and literature studies. The population used in this study are people who often shop using shopee and the sample is the people of Medan city aged 18-40 years who often use shopee. The results of this study indicate that changes in consumer behavior towards purchasing decisions occur due to several factors, namely: Individuals, lifestyle, and convenience that is the cause of this happening. The community admits that the many conveniences provided by shopee in purchasing are the main attraction for the community, as well as new habits that occur during this pandemic such as the policy to stay at home and use the internet to meet daily needs, such as a trend during this pandemic.

Keyword: *Consument behaviour, Online Buying, Shopee, Covid-19*

ABSTRAK

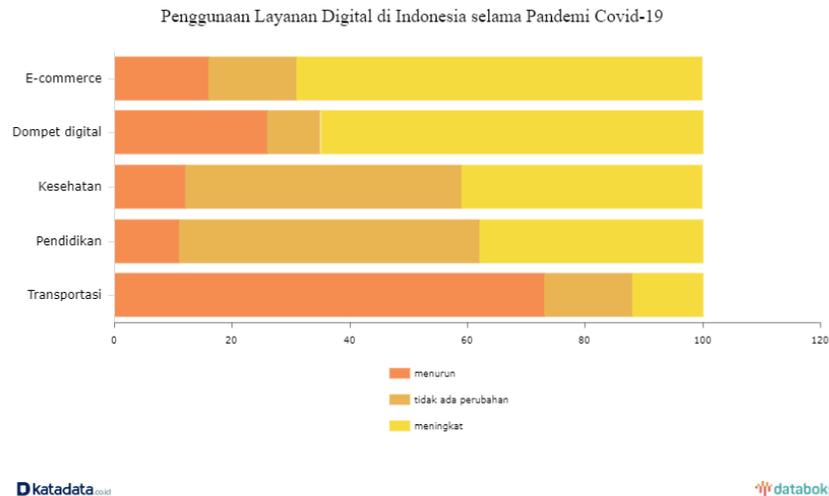
Pandemi Covid-19 memaksa orang untuk beraktivitas di rumah dikarenakan adanya kebijakan pemerintah untuk tetap dirumah, termasuk berbelanja. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui penyebab terjadinya perubahan perilaku

konsumen pada masyarakat Kota Medan selama Covid-19. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis data dilakukan melalui proses wawancara, observasi dan studi pustaka. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah orang yang sering berbelanja menggunakan shopee dan sampelnya adalah masyarakat Kota Medan yang berusia 18-40 tahun yang sering beraktivitas menggunakan shopee Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian terjadi dikarenakan beberapa faktor yaitu: Individu, gaya hidup, dan kemudahan yang menjadi penyebab terjadi. Masyarakat mengaku banyaknya kemudahan yang diberikan oleh shopee dalam pembelian menjadi daya tarik utama pada masyarakat, serta kebiasaan baru yang terjadi pada masa pandemi ini seperti adanya kebijakan untuk tetap dirumah dan memanfaatkan internet untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti menjadi tren pada saat pandemi ini.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Pembelian Online, Shopee, Covid-19

Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak awal tahun 2020 yang telah membawa berbagai dampak yang sangat signifikan bagi kehidupan masyarakat Indonesia dengan penerapan social distancing. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir resiko penyebaran Covid-19 di tempat umum. Eksistensi covid-19 memberikan dampak negatif terhadap segala aspek terutama UMKM, banyak UMKM yang terpaksa tutup dikarenakan kehilangan konsumen. Akan tetapi, selama pandemi berlangsung, masyarakat dihadapkan pada cara alternatif untuk melakukan aktivitas yaitu secara virtual. Dengan memanfaatkan teknologi dan internet yang berkembang pesat pada saat ini, masyarakat dengan mudah beradaptasi dan melakukan aktivitas secara daring (*online*). Contohnya, masyarakat mulai beralih menggunakan platform *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan terhadap barang maupun jasa dalam kehidupan sehari-hari. Adanya *e-commerce* juga melahirkan peluang bisnis dengan cara yang baru yakni penjualan, pembelian serta promosi yang dilakukan secara online.



Dikutip dari databoks.com, pada masa pandemi covid-19 masyarakat lebih memilih melakukan aktivitasnya dari rumah. Penggunaan e-commerce meningkat sebanyak 70%, kemudian diikuti dengan peningkatan wallet sebanyak 65%.¹ Hal tersebut menunjukkan selama pandemi aktivitas berbelanja dan bertransaksi online menjadi kebiasaan baru pada masyarakat dengan segala kemudahan dan manfaat yang ada. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, disebutkan bahwa jumlah pengguna e-commerce paling tinggi di dunia dengan presentase sebanyak 88,1%.² Medan, sebagai salah kota besar di Indonesia juga memanfaatkan keberadaan e-commerce sebagai platform dalam mempermudah transaksi jual beli jasa maupun barang dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat setiap harinya. Selain itu Kota Medan juga bekerjasama dengan salah satu e-commerce yaitu Shopee dengan dibangunnya Kampus UMKM Shopee Medan.³ Dilansir dari Tribun Medan (2021) mengatakan bahwa pada masa PPKM, UMKM mengalami peningkatan penjualan. Mereka menggunakan shopeepay dan media sosial sebagai media promosi sekaligus pemesanan⁴.

¹ Andrea Lidwina, 'Layanan Digital Yang Sering Digunakan Selama Covid-19', *Databoks.Co.Id*, 2020 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/18/apa-layanan-digital-yang-sering-digunakan-selama-covid-19>> [accessed 26 June 2022].

² Bps.co.id, 'Statistik E-Commerce. Diakses Dari', *BPS.Go.Id*, 2021 <<https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>>.

³ F. Ahmad Burhan, 'Shopee Gaet Walikota Medan Sasar Lebih Banyak UMKM', 2022 <<https://katadata.co.id/intannirmala/digital/6232ff325869e/shopee-gaet-walikota-medan-sasar-lebih-banyak-umkm>>.

⁴ Kartika Sari, 'Transaksi Uang Elektronik Selama PPKM, Pedagang Online Shop Raup Untung', *Www.Tribunnews.Com*, 2021 <<https://medan.tribunnews.com/2021/08/28/transaksi-uang-elektronik-meningkat-selama-ppkm-pedagang-online-shop-raup-untung>> [accessed 26 May 2022].

Adapun terdapat penelitian terdahulu serupa, penelitian yang dilakukan oleh Dian Permata Sari pada tahun 2021 Perubahan perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online pada e-commerce di masa pandemi terjadi karena adanya kebijakan dari pemerintah sosialisasi, hal tersebut membuat mereka beralih menggunakan platform online atau e-commerce untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Adanya kemudahan dari e-commerce shopee. Dengan hanya menggunakan aplikasi dan tidak perlu repot keluar rumah serta adanya voucher gratis ongkir, voucher discount, dan promo besar-besaran seperti 12.12 menjadi keuntungan bagi pengguna e-commerce shopee itu sendiri.⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Herniah S, Normiyanti N pada tahun 2022 dalam penelitiannya mengemukakan bahwa adanya perbedaan perilaku konsumen dan keputusan pembelian terhadap perilaku konsumen pada sebelum dan selama pandemi. Perubahan perilaku konsumen selama pandemi terjadi dikarenakan beberapa faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor gaya hidup dan faktor psikologi. Dan faktor yang membuat konsumen berbelanja online yaitu jenis produk yang menarik, pembelian dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, kemudahan menemukan produk berbagai merek, metode pembayaran yang praktis, kepuasan menggunakan shopee.⁶

Pada penelitian Nurul Hanifah 2020, mengemukakan bahwa perubahan perilaku konsumen pada masa pandemi didukung oleh banyaknya layanan online yang menawarkan kemudahan sehingga dapat memenuhi kebutuhan serta tetap mematuhi protokol kesehatan.⁷

Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana dampak covid-19 terhadap perubahan perilaku konsumen, Oleh karena itu berdasarkan latar belakang tersebut, dalam penelitian ini akan dikaji mengenai **“Dampak Covid-19 terhadap perubahan perilaku konsumen dalam penggunaan e-commerce shopee pada masyarakat Kota Medan”**.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai sebuah unit studi yang berisi tentang konsep pembelian maupun proses pertukaran yang di dalamnya melibatkan konsumsi,

⁵ Dian Permata Sari, ‘Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee Dimasa Pandemi Covid-19’, 2021.

⁶ NORMIYATI N HERNIAH S, ‘ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19 STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA MAKASSAR’, *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2.1 (2022), 36–47.

⁷ Nurul Hanifah and Dedi Rianto Rahadi, ‘Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi COVID-19’, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7.November (2020), 112–22 <<https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5490>>.

perolehan, pembuangan dan pemanfaatan jasa atau barang, ide serta pengalaman. Perilaku konsumen menggunakan metode dan prosedur riast yang didasarkan pada ilmu psikologi, ekonomi, sosiologi dan antropologi⁸. J.F Engel mendefinisikan perilaku konsumen sebagai serangkaian kegiatan individu yang dilakukan dalam keterlibatannya untuk mendapatkan, memanfaatkan dan menggunakan barang maupun jasa secara langsung. J.F. Engel juga didefinisikannya sebagai proses yang di dalamnya terdapat pengambilan keputusan hingga penentuan dari berbagai kegiatan antara penjual dan pembeli tersebut.⁹ Perilaku konsumen merupakan teori tentang bagaimana konsumen bersikap dalam memberikan tanggapan atau respon terhadap terjadinya perubahan harga terhadap permintaan barang maupun jasa yang dibutuhkan.¹⁰

E-Commerce

David Baum (1999) menyatakan bahwa E-Commerce merupakan satu set teknologi, proses dan aplikasi dalam bisnis yang bersifat dinamis dalam menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat secara elektronik berkaitan dengan pertukaran barang hingga pertukaran informasi. E-commerce berbasis teknologi digital yang telah membawa transformasi dalam proses perdagangan khususnya berkaitan dengan transformasi digital. Berbeda dengan jual beli konvensional yang mengharuskan pertemuan secara langsung antara pembeli dan penjual, namun dengan e-commerce pembeli dan penjual bisa melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja, dan dapat dilakukan tanpa terbatas waktu, tempat dan jarak di mana pembeli dan penjual dapat melakukannya tanpa perlu bertemu secara langsung. Segala bentuk transaksi di dalamnya bisa dilakukan secara online melalui internet. Keberadaan E-commerce tersebut memunculkan toko-toko online seperti Bli bli.com, Lazada.com, Zalora, Tokopedia, hingga Shopee.¹¹

Shopee

Shopee merupakan salah satu platform e-commerce yang diluncurkan pada tahun 2015 dan menjadi platform belanja online terdepan di kawasan Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee menawarkan pengalaman belanja online komprehensif, dari berbagai pilihan produk hingga ke sebuah komunitas sosial untuk bereksplorasi dan layanan untuk selalu memenuhi kebutuhan konsumen tanpa hambatan. Shopee menyediakan platform yang dapat digunakan baik oleh penjual maupun pembeli dari berbagai wilayah di Asia Tenggara. Shopee juga bertujuan untuk menciptakan dunia yang lebih

⁸ Sunarto, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2006).

⁹ Hani Handoko dan Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPEE, 2000).

¹⁰ Soeharno, *Ekonomi Manajerial* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007).

¹¹ BPPTIK, 'E-Commerce', *Kominfo.Go.Id*, 2014 <<https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>>.

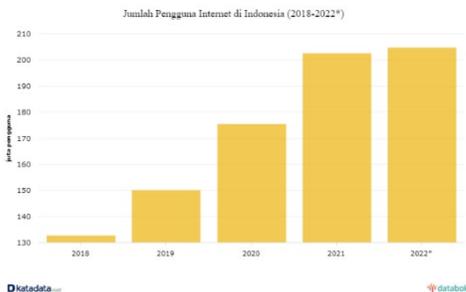
baik dalam bidang perdagangan barang dan jasa melalui transformasi teknologi konvensional menjadi teknologi digital.¹²

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Adapun wawancara yang dilakukan secara online dan offline yang dilakukan di Kota Medan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah orang yang sering berbelanja menggunakan shopee dan sampelnya adalah masyarakat Kota Medan yang berusia 18-40 tahun yang sering beraktivitas menggunakan shopee.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku konsumen pada masa pandemi covid-19 menurun sebab faktor finansial yang diakibatkan dari adanya pandemi itu sendiri, sehingga masyarakat harus memikirkan pengeluaran mereka dengan berbelanja produk yang murah dan tetap harus menaati protokol kesehatan. Hal tersebut menyebabkan masyarakat yang pada awalnya berbelanja *offline* berubah menjadi *online*. Indonesia merupakan negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan *We aAre Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia. Maka dari itu masyarakat indonesia sudah tidak asing dengan penggunaan e-commerce.¹³ Teknologi digitalisasi dan situasi covid-19 mendukung peningkatan masyarakat menggunakan e-commerce. (databoks.katadata.co.id)



Berdasarkan hasil observasi serta wawancara dengan 4 narasumber, 2 orang merupakan mahasiswa dan 2 orang merupakan ibu rumah tangga. Wawancara dilakukan secara online menggunakan WhatsUp sebagai medianya dan offline dilakukan di Medan Marelan. Berikut hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan narasumber:

¹² Careers, 'Shopee Karier', *Shopee.Co.Id*, 2020 <<https://careers.shopee.co.id/about>>.

¹³ Databoks, 'Ada 204,7 Juta Pengguna Internet Di Indonesia Awal 2022', *Databos.Katadata.Co.Id*, 2022 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Indonesia merupakan salah satu negara,%2C03%25 dibandingkan tahun sebelumnya.>> [accessed 5 July 2022].

“Covid-19 memberikan perubahan. Dimasa pandemi, saya yang tadinya belum pernah berbelanja online jadi sering menggunakannya. Adanya shopee ini memudahkan untuk berbelanja. Hanya tinggal klik klik saja dan beberapa hari kemudian barang yang kita beli sampai dirumai.”

“Tentu ada perubahan, selama pandemi semua kegiatan saya lakukan dirumah jadi saya terbiasa dan malas juga untuk keluar rumah jadi saya lebih memilih e-commerce terutama shopee untuk berbelanja kebutuhan sehari hari”

“Tidak terlalu. Karena sebelum ada pandemi, saya juga sudah sering berbelanja online apalagi di shopee. Tetapi kalau di lihat selama pandemi shopee makin banyak ngasih cashback, voucher ongkir dan promo lain jadi buat saya makin sering berbelanja di shopee”

“Ada tentunya. Saya yang tadinya jarang berbelanja di shopee, terus dikarenakan banyak di media sosial yang ngasih referensi barang bagus dan murah juga jadi saya tertarik untuk beli di shopee. Sekarang shopee jadi alternatif saya untuk berbelanja”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, menunjukkan bahwa terjadi perubahan perilaku konsumen pada masyarakat Kota Medan selama pandemi Covid-19. Adanya perubahan perilaku tersebut dikarenakan:

1. Individu, selama covid-19 banyak masyarakat lebih terbiasa dengan adanya teknologi dan internet sehingga mereka dapat meng-*Upgrade* diri dengan mencoba hal seperti melakukan pembelian di e-commerce shopee. Pengaruh sosial media, sosial media menjadi daya tarik dengan banyak promosi meningkatkan intensi masyarakat untuk membeli suatu barang. Individu
2. Gaya hidup, selama pandemi masyarakat lebih banyak berada dirumah, mereka lebih sering membuka gadget mereka dikarenakan beberapa keperluan sehingga lebih memilih hal hal alternatif yang mempermudah.
3. Kemudahan, menggunakan e-commerce shopee masyarakat diberikan banyak kemudahan. Dengan hanya duduk dirumah, pemesanan melalui *smartphone* kemudian barang sampai tujuan serta banyaknya promo seperti *voucher* gratis ongkir, *discount*, *cashback* dan promo khusus untuk tanggal tentu menjadi perhatian masyarakat untuk lebih memilih berbelanja online menggunakan shopee.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa terjadinya perubahan perilaku konsumen selama masa pandemi Covid-19, hal itu dikarenakan beberapa faktor yaitu: Individu, gaya hidup, dan kemudahan. Kehadiran covid-19 tidak selamanya memberikan dampak negatif, tetapi juga memberikan dampak positif dengan memberikan kesempatan baru kepada

masyarakat untuk menggunakan teknologi dan internet untuk menjalani kegiatan sehari-hari dan memenuhi kebutuhan sehari-hari.

SARAN

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka ingin menyampaikan saran. Adapun saran yang dapat disampaikan yaitu:

1. Kepada pengguna shopee atau e-commerce lainnya agar lebih waspada dan memilah toko yang baik dalam berbelanja di Internet untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.
2. Kepada perusahaan shopee, tetap pertahankan kualitas, apabila ada seller toko yang melakukan hal jahat segera ditindak lanjuti agar tetap terjaga kepercayaan dari para konsumen. Serta pertahankan promo dan merchandise yang ada agar lebih banyak menarik minat konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- BPPTIK, 'E-Commerce', *Kominfo.Go.Id*, 2014
<<https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>>
- Bps.co.id, 'Statistik E-Commerce. Diakses Dari', *BPS.Go.Id*, 2021
<<https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>>
- Burhan, F. Ahmad, 'Shopee Gaet Walikota Medan Sasar Lebih Banyak UMKM', 2022 <<https://katadata.co.id/intannirmala/digital/6232ff325869e/shopee-gaet-walikota-medan-sasar-lebih-banyak-umkm>>
- Careers, 'Shopee Karier', *Shopee.Co.Id*, 2020 <<https://careers.shopee.co.id/about>>
- Databoks, 'Ada 204,7 Juta Pengguna Internet Di Indonesia Awal 2022', *Databos.Katadata.Co.Id*, 2022
<<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022#:~:text=Indonesia merupakan salah satu negara,%2C03%25 dibandingkan tahun sebelumnya.>> [accessed 5 July 2022]
- Hanifah, Nurul, and Dedi Rianto Rahadi, 'Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi COVID-19', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7.November (2020), 112–22 <<https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5490>>
- HERNIAH S, NORMIYATI N, 'ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI COVID-19 STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE DI KOTA MAKASSAR', *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 2.1 (2022), 36–47

- Lidwina, Andrea, 'Layanan Digital Yang Sering Digunakan Selama Covid-19',
Databoks.Co.Id, 2020
<<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/18/apa-layanan-digital-yang-sering-digunakan-selama-covid-19>> [accessed 26 June 2022]
- Sari, Dian Permata, 'Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada E-Commerce Shopee Dimasa Pandemi Covid-19', 2021
- Sari, Kartika, 'Transaksi Uang Elektronik Selama PPKM, Pedagang Online Shop Raup Untung',
Www.Tribunnews.Com, 2021
<<https://medan.tribunnews.com/2021/08/28/transaksi-uang-elektronik-meningkat-selama-ppkm-pedagang-online-shop-raup-untung>> [accessed 26 May 2022]
- Soeharno, *Ekonomi Manajerial* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007)
- Sunarto, *Perilaku Konsumen. Yogyakarta:* (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2006)
- Swasta, Hani Handoko dan Basu, *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPEE, 2000)