



## Pengaruh Pandemi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam E-commerce

**Selfiana Dewi**

Universitas Malikussaleh

Email: [selfiana.220420030@mhs.unimal.ac.id](mailto:selfiana.220420030@mhs.unimal.ac.id)

**Rayyan Firdaus**

Universitas Malikussaleh

Email: [rayyan@unimal.ac.id](mailto:rayyan@unimal.ac.id)

Jl. Kampus Unimal Bukit Indah, Balng Pulo, Kec. Muara Satu, Kota Lhokseumawe, Aceh 24355

Korespondensi penulis: [selfiana.220420030@mhs.unimal.ac.id](mailto:selfiana.220420030@mhs.unimal.ac.id)

**Abstract.** *The coronavirus is the cause of the COVID-19 pandemic. The government is implementing policies that limit community activities to reduce the number of positive cases. The community experiences many effects, especially the lack of access to buy daily necessities. As a result, many people switch to online shopping rather than shopping directly in shops, markets, supermarkets, and so on, one of which is e-commerce. It is hoped that this article will be able to find out how the corona pandemic affects e-commerce and consumer behavior. The results show that the corona pandemic can have a positive impact on e-commerce, consumer behavior and e-commerce.*

**Keywords:** *E-commerce, Consumer Behavior, Pandemic*

**Abstrak.** Virus corona adalah penyebab dari pandemi COVID-19. Pemerintah memberlakukan kebijakan yang membatasi aktivitas masyarakat untuk mengurangi jumlah kasus positif. Banyak efek yang dialami oleh masyarakat, terutama minimnya akses untuk membeli kebutuhan sehari-hari. Akibatnya, banyak orang beralih ke belanja online daripada berbelanja langsung di toko, pasar, supermarket, dan sebagainya, salah satunya adalah dengan adanya e-commerce. Artikel ini diharapkan bisa untuk mengetahui bagaimana pandemi corona mempengaruhi e-commerce dan perilaku konsumen. Hasilnya menunjukkan bahwa pandemi corona dapat berdampak positif terhadap e-commerce, perilaku karyawan, dan e-commerce. (Utami, Ahmad, & Jatmika, 2021)

**Kata kunci:** E-commerce, Perilaku Konsumen, Pandemi

### PENDAHULUAN

Digitalisasi semakin berkembang terhadap salah satu kegiatan bisnis yang sudah ada di era kontemporer. Termasuk kegiatan bisnis modern yang sudah berkembang pesat yaitu e-commerce. Yang dapat didefinisikan termasuk jual beli online saat ini, bertambah populer dan sekarang menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat. E-commerce yaitu kejadian di mana konsumen membeli atau menjual barang-barang dengan online dan menggunakan kemampuan digital atau perangkat elektronik untuk perantara dalam jual beli bisnis.

Selain itu, e-commerce juga dapat menjadi pilihan terbaik untuk jual beli secara tidak langsung karena adanya pandemi yang memaksa orang untuk tetap di rumah. Sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan (Kusumastuti, 2020), enam puluh satu persen konsumen yang menggunakan e-commerce selama pandemi ini mengatakan bahwa mereka terus meningkat. Selain itu, konsultan manajemen McKinsley memperkirakan pertumbuhan e-commerce di

Indonesia pada tahun 2022 menjadi 55-65 miliar dolar. Ini dapat menghasilkan e-commerce sebagai kekuatan ekonomi baru.

Platform atau aplikasi jual beli melalui komputer seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan Blibli, yang memiliki jumlah pemakaian tertinggi sebesar 97 juta, mendukung e-commerce sebagai media jual-beli online. Setiap bisnis berusaha untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan, dan ada persaingan yang ketat di antara mereka. Bisnis dapat memengaruhi keputusan konsumen mereka untuk membeli barang dengan berbagai hal, termasuk dengan menyediakan kebutuhan barang yang berkualitas tinggi serta mengadakan promosi yang menarik. (Sudaryano & Efana, 2020)

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen ialah suatu cara untuk melihat, menggunakan, mengevaluasi dan bergerak untuk kebutuhan produk, jasa ataupun cara untuk dapat memenuhi kehidupannya (Schiffman & Kanuk, 2000). Keputusan untuk karyawan ini bersifat dinamis dan menyesuaikan dengan lingkungannya. Jenis dari perilaku konsumen yaitu bersifat rasional dan irasional. Rasional adalah untuk mengedepankan pemikiran dan logika yang dipunyai para konsumen, sedangkan sifat irasional didorong oleh keinginan semata seperti melihat barang yang sedang murah mereka akan membelinya tanpa berfikir panjang

### **Pandemi Covid-19**

Wabah Virus Corona ialah suatu virus yang muncul akibat virus SARS-CoV-2 dan menurut analisi filogenetik virus ini mempunyai metode yang signifikan dari penyakit menular yaitu bernama kelelawar. Penyebab pertama virus ialah batuk, demam, dan kelelahan dan pertanda lain termasuk limfopenia. Dikarenakan penyakit ini cukup tergolong baru, jadi untuk mengobati virus ini masih dilakukannya analisa yang sepadan

### **E-commerce**

E-commerce merupakan suatu industri yang terus berkembang dan melibatkan konsumen yang membeli atau menjual barang secara online dan dari bisnis ke bisnis dengan menggunakan computer atau elektronik device. Semenjak pandemi, banyak masyarakat yang memenuhi kebutuhannya dengan berbelanja online, maka dari itu menggunakan aplikasi e-commerce ini sangat dibutuhkan selama masa pandemi. (Ainur, 2020)

## **METODE PENELITIAN**

Artikel ini menerapkan metode penelitian deskripsi kualitatif. Ini bertujuan untuk mengidentifikasi perubahan sosial yang terjadi pada tradisi e-commerce dan risiko dari kegiatan yang biasanya e-commerce lakukan terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Dengan menyatukan teori dan data yang relevan, artikel ini memberi penjelasan perubahan sosial terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Bagaimana masyarakat melihat kegiatan transaksi online telah berubah, itu termasuk salah satu dampak yang paling signifikan. Dengan diterbitkannya e-commerce ini, manusia dapat melakukan transaksi secara online tanpa harus menggunakan metode konvensional berkat kemajuan teknologi informasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Karena pandemi virus corona (COVID-19), kebijakan PSBB, atau keterbatasan berinteraksi yang besar telah diberlakukan, terutama dalam hal berbelanja untuk mengisi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Pandemi ini telah mendorong orang untuk berbelanja secara online. Karena mereka tidak memiliki kemampuan untuk membeli barang-barang penting langsung dari toko, usaha kecil tidak mampu memenuhi kebutuhan peralatan produksi. Akibatnya, masyarakat tidak mampu memenuhi kebutuhan pokok seperti makanan dan sembako. (Indonesia, 2020)

Belanja offline tidak disarankan dan akan menghambat pembelian kebutuhan sehari-hari. Namun, dengan kemajuan teknologi, e-commerce juga mendorong masyarakat dalam situasi yang kritis seperti ini. Semakin banyak pengusaha, termasuk yang berjalan di kegiatan produk pertanian, mereka sudah menawarkan produknya secara luring melalui e-commerce. Ini mencakup berbagai produk yang dicari konsumen, seperti peralatan produksi yaitu benih, bibit, pupuk, mesin pertanian, hingga produk pertanian seperti hasil pertanian seperti sayuran dan buah-buahan.

Saat ini juga penggunaan e-commerce semakin meningkat, begitu pula penggunaan Internet sebagai sarana transaksi. Setidaknya penjualan online mengalami peningkatan seiring dengan beralihnya perilaku konsumen dari pembelian fisik ke pembelian online. Perubahan perilaku konsumen ini dikenal sebagai “pembelanja adaptif”. Dimana setiap orang bereaksi berbeda terhadap situasi baru di saat corona. Hal ini melihat dari penggunaan berbagai aplikasi yang diterapkan dan respons aplikasi itu berbeda-beda terhadap krisis pandemi ini.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Di tengah corona-19, masyarakat wajib lebih mentaati aturan pemerintah untuk menghindari jual beli secara langsung dalam segala bidang penjualan khusus, terutama dengan menggunakan internet. Karena terdapatnya aplikasi e-commerce, perbedaan budaya masyarakat menuju jual beli online termasuk dampak yang paling signifikan. (Ridwan Harnina, Masrul, & Juhaepa, 2019) Dengan adanya e-commerce, masyarakat dapat mengubah cara mereka melihat barang yang dibeli. Masyarakat atau responden sangat tertarik untuk melakukan pembelian melalui transaksi e-commerce karena memungkinkan penjual dan pembeli untuk mendapatkan informasi tentang apa yang mereka butuhkan dan melakukan transaksi serta mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan jaringan komunikasi yang tersebar di dunia maya, e-commerce menjadi lebih mudah bagi masyarakat untuk melakukan transaksi secara online.

Diharapkan masyarakat dapat menggunakan e-commerce untuk kegiatan jual beli secukupnya. Misalnya, e-commerce yang menguntungkan pelanggan dan bisnis selama pandemi ini. Transaksi e-commerce akan lebih hemat waktu dan tenaga dan tetap mematuhi protokol kesehatan. Masyarakat harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai situasi, termasuk memanfaatkan teknologi saat ini. Dengan mempertimbangkan keterbatasan penelitian saat ini, ini dapat menghasilkan referensi untuk perbaikan penelitian mendatang. Peneliti berikutnya juga diharapkan dapat menjelaskan bagaimana bisnis meningkatkan keuntungan mereka melalui e-commerce selama pandemi.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Achmad, G. N., & Jannah, S. S. (2021). Pengaruh e-commerce terhadap keputusan pembelian. *Journal of Sharia Management and Business*.
- Ainur, R. (2020). Pandemi Covid dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian (JIP)*, 113-114.
- Indonesia, P. M. (2020). Pedoman PSBB dalam rangka percepatan penanganan Covid-19, hal. 6-7.
- Ridwan Harnina, Masrul, & Juhaepa. (2019). Komunikasi digital pada perubahan e-commerce. *Jurkom*, 107.
- Sudaryano, R., & Efana, K. R. (2020). E-commerce dorong perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19 sebagai entrepreneur modern dan pengaruhnya terhadap bisnis offline. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jurmanis)*, 3-4.
- Utami, A. T., Ahmad, Y., & Jatmika, R. T. (2021). Perilaku konsumen akibat pandemi Covid-19 dan perkembangan e-commerce. *Agrita*, 1.