

## Perubahan Pola dan Perilaku Konsumsi Masyarakat di Tengah Digitalisasi Pasca Pandemi Covid-19

Nurul Nabila<sup>1</sup> Tasya Wulan Dari<sup>2</sup> Joni Hendra K<sup>3</sup>

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau,  
Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email: [nabilanurul2450@gmail.com](mailto:nabilanurul2450@gmail.com)<sup>1</sup> [wulandaritasya10@gmail.com](mailto:wulandaritasya10@gmail.com)<sup>2</sup> [joniqizel77@gmail.com](mailto:joniqizel77@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Perkembangan zaman telah mendorong banyak perubahan dalam lingkungan masyarakat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perilaku dan pola konsumsi masyarakat dan perkembangan digitalisasi setelah terkena dampak Covid-19. Pemberlakuan pembatasan sosial oleh pemerintah menyebabkan siklus ekonomi terganggu. Khususnya perilaku dan pola konsumsi masyarakat. Kondisi ini adalah salah satu alasan mengapa digitalisasi ekonomi semakin berkembang. Nilai transaksi uang elektronik terus meningkat selama lima tahun terakhir. *E-commerce* juga tak luput dari jangkauan masyarakat selama pandemi, bahkan setelah pandemi berakhir pun *e-commerce* masih tetap digunakan oleh khalayak ramai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku dan pola konsumsi masyarakat di tengah digitalisasi pasca pandemi Covid-19. Penelitian ini mengadopsi metodologi deskriptif kualitatif yang diinformasikan oleh pendekatan literatur, serta memerlukan periode awal pencarian internet diikuti dengan pengumpulan data dari publikasi ilmiah, buku-buku terkait, dan artikel online yang membahas pola perilaku konsumsi dan perkembangan teknologi. Hasil menunjukkan bahwa selama pandemi, pemerintah mulai menganjurkan untuk tetap di rumah, menjaga jarak sosial, dan mempertimbangkan skala sosial yang lebih luas, hal ini menyebabkan pola konsumsi masyarakat bergeser selama pandemi covid-19. Masyarakat lebih cenderung memasak dan makan di rumah, begitu juga dengan aktivitas sehari-harinya. Dengan munculnya perkembangan layanan pengiriman dan popularitas *e-commerce* dapat memberikan dampak terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat, seperti toko offline ke toko online, ketersediaan produk, fungsi produk, dan *delivery*.

**Kata Kunci:** Pandemi Covid-19, Pola Perilaku Konsumsi, *E-commerce*, Digitalisasi

### Abstract

*The development of the times has driven many changes in the community environment. This research is motivated by the behavior and consumption patterns of society and the development of digitalization after being affected by Covid-19. The imposition of social restrictions by the government has disrupted the economic cycle. Especially the behavior and consumption patterns of the people. This condition is one of the reasons why economic digitalization is growing. The value of electronic money transactions has continued to increase over the past five years. E-commerce has also not escaped the reach of the public during the pandemic, even after the pandemic ended, e-commerce is still being used by the general public. The purpose of this research is to find out the behavior and consumption patterns of people in the midst of digitalization after the Covid-19 pandemic. This research adopts a qualitative descriptive methodology informed by a literature approach, and entails an initial period of internet search followed by data collection from scientific publications, related books, and online articles that discuss consumption behavior patterns and technological developments. Results show that during the pandemic, the government began to advocate staying at home, maintaining social distancing, and considering a wider social scale, this caused people's consumption patterns to shift during the covid-19 pandemic. People are more likely to cook and eat at home, as well as their daily activities. With the emergence of the development of delivery services and the popularity of e-commerce, it can have an impact on changes in people's consumption patterns, such as offline stores to online stores, product availability, product functions, and delivery.*

**Keywords:** Covid-19 Pandemic, Consumption Behavior Patterns, *E-commerce*, Digitalization



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## PENDAHULUAN

Di era modern ini, digitalisasi sangat pesat digunakan oleh masyarakat ramai, baik tua maupun muda. Perkembangan teknologi saat era digitalisasi memberikan dampak yang signifikan dibidang ekonomi dan teknologi. Terutama pada perkembangan pola dan konsumsi masyarakat di Indonesia. Saat dunia sedang dilanda pandemi Covid-19, Indonesia juga tidak terlewatkan oleh pandemi ini. *Coronavirus* adalah suatu kelompok virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan atau manusia. Beberapa jenis *coronavirus* diketahui menyebabkan infeksi saluran nafas pada manusia mulai dari batuk pilek hingga yang lebih serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). *Coronavirus* jenis baru yang ditemukan menyebabkan penyakit Covid-19. Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang baru ditemukan, virus baru dan penyakit yang disebabkan ini tidak dikenal sebelum mulainya wabah di Wuhan, Tiongkok, pada bulan Desember 2019. Covid-19 ini menjadi sebuah pandemi yang terjadi di banyak negara di seluruh dunia. Manusia harus menjaga jarak dan menghindari kerumunan saat beraktivitas di luar rumah.

Dari kondisi tersebut, pemerintah menganjurkan melakukan aktivitas pendidikan diharuskan dilaksanakan dalam jaringan atau menggunakan fasilitas pembelajaran elektronik (*elearning*). Pemerintah juga menganjurkan untuk menaati protokol 5M, 1. Mencuci tangan, 2. Memakai masker, 3. Menjaga jarak, 4. Menjauhi kerumunan, 5. Mengurangi mobilitas. Tujuannya agar tidak banyak populasi manusia yang terkena pandemi covid-19 yang parah. Kegiatan lain (bisnis, pemerintahan, organisasi, dll) mau tidak mau menyesuaikan diri dan mulai memanfaatkan fasilitas digital. Sejak pandemi Covid-19 melanda Indonesia pada tahun 2020, banyak aspek kehidupan masyarakat yang mengalami perubahan nyata dan luas tidak hanya pada kesehatan manusia, tetapi juga dalam sendi kehidupan. Pada sektor ekonomi, pandemi berdampak pada penurunan kinerja perekonomian global dan nasional. Hampir semua negara dan daerah di Indonesia mengalami penurunan kegiatan ekonomi yang diikuti dengan penurunan pendapatan masyarakat. Selain itu, pembatasan mobilitas, penutupan atau pembatasan operasional rumah makan, toko dan warung makan untuk mencegah penularan Covid-19 juga mempengaruhi pola konsumsi masyarakat.

Perkembangan terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat menjadi kunci untuk memahami lebih dalam perilaku konsumen. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan keinginan dan kebutuhan konsumen, tetapi juga mewakili pergeseran nilai-nilai fundamental, preferensi, dan norma-norma yang mendasari pilihan-pilihan mereka. Sebagai contoh, tren peningkatan kesadaran akan kesehatan dan lingkungan telah membentuk preferensi konsumen, mendorong mereka untuk beralih menuju produk dan layanan yang berfokus pada keberlanjutan dan ramah lingkungan. Sebaliknya, kemajuan teknologi informasi yang pesat telah memberikan dampak signifikan pada cara masyarakat berbelanja dan berinteraksi dengan produk dan merek. Perubahan pola konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh digitalisasi dan dampak dari covid-19 yang telah membawa dampak signifikan terhadap cara masyarakat berbelanja dan berinteraksi dengan produk serta layanan. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk, tetapi juga dapat mengubah pola konsumsi dari yang sebelumnya terbatas pada produk lokal menjadi lebih global. Konsumen kini dapat dengan mudah mencari dan membeli produk dari seluruh dunia melalui platform *e-commerce* seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, dll. Penelitian ini berupaya mendeskripsikan perubahan yang terjadi pada pola dan perilaku konsumsi masyarakat di tengah digitalisasi pasca pandemi Covid-19. Tujuan penulisan ini secara umum untuk mendeskripsikan perubahan pola dan perilaku konsumsi masyarakat di tengah digitalisasi pasca pandemi Covid-19. Dengan demikian, penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk menganalisis perubahan

pola konsumsi masyarakat pasca pandemi covid-19, mengevaluasi perkembangan digitalisasi setelah pandemi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif yang diinformasikan oleh pendekatan literatur, serta memerlukan periode awal pencarian internet diikuti dengan pengumpulan data dari publikasi ilmiah, buku-buku terkait, dan artikel online yang membahas pola perilaku konsumsi dan perkembangan teknologi. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam (*indepth analysis*), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metodologi kualitatif yakni bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya (Siyoto & Soduk, 2015).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Teori Konsumsi

Teori konsumsi adalah cabang ilmu ekonomi yang mempelajari bagaimana individu dan rumah tangga membuat keputusan mengenai pengeluaran mereka untuk barang dan jasa. Teori ini mencoba memahami faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi, termasuk pendapatan, harga, preferensi pribadi, dan ekspektasi ekonomi di masa depan (Gomes *et al.*, 2022). Menurut John Maynard Keynes, ekonomi makro sendiri memiliki fungsi konsumsi yang menunjukkan hubungan antara pendapatan nasional dan hasil konsumsi pada harga tetap. Dalam fungsi konsumsi ini, pendapatan nasional merupakan total dari pendapatan tetap dan pendapatan relatif terhadap pendapatan nasional yang absolut, dengan asumsi bahwa pendapatan merupakan pendapatan negara dalam kurun waktu tertentu. Keynes berpendapat bahwa pendapatan ini menentukan pengeluaran masyarakat, baik kecil maupun besar, tidak ada korelasi antara jumlah tabungan dengan jumlah barang dan jasa yang akan dikonsumsi oleh masyarakat (Andriani, 2022). Akan tetapi menurut Keynes, ada batasan jika konsumsi tidak bergantung pada pendapatan, yang dimana konsumsi harus dapat terpenuhi meskipun pendapatan tidak ada yang disebut dengan istilah *Consumption Outnom* atau konsumsi otomatis dengan persamaan (Putri *et al.*, 2022):

$$C = C_0 + bY_d$$

Keterangan :

C = Consumption atau konsumsi

C<sub>0</sub> = Consumption Outonom atau konsumsi otomatis (yakni besaran konsumsi pada saat *income* sebesar nol)

b = MPC (Marginal Propensity to Consume)

Y<sub>d</sub> = Pendapatan disposable

Dalam teorinya, Milton Friedman mengklaim bahwa pendapatan masyarakat dapat didasarkan pada dua klasifikasi yaitu, pendapatan sementara (*transitory income*) dan pendapatan permanen (*permanent income*). Friedman dapat menyimpulkan dari kedua klasifikasi ini pada pola konsumsi rata-rata masyarakat akan sangat dipengaruhi oleh pendapatan permanen. Kecenderungan ini akan berdampak pada masyarakat, yang dapat memengaruhi jenis makanan dan non-makanan tergantung besar dan kecilnya jumlah pendapatan yang akan diterima oleh masyarakat (Andriani, 2022). Milton Friedman menyatakan bahwa fungsi konsumsi adalah (Putri *et al.*, 2022):

**C = aY<sub>p</sub>**

Keterangan :

a = konstanta yang mengukur pendapatan secara permanen yang dikonsumsi

Y<sub>p</sub> = pendapatan permanen

**APC = C/Y = aY<sub>p</sub>/Y**

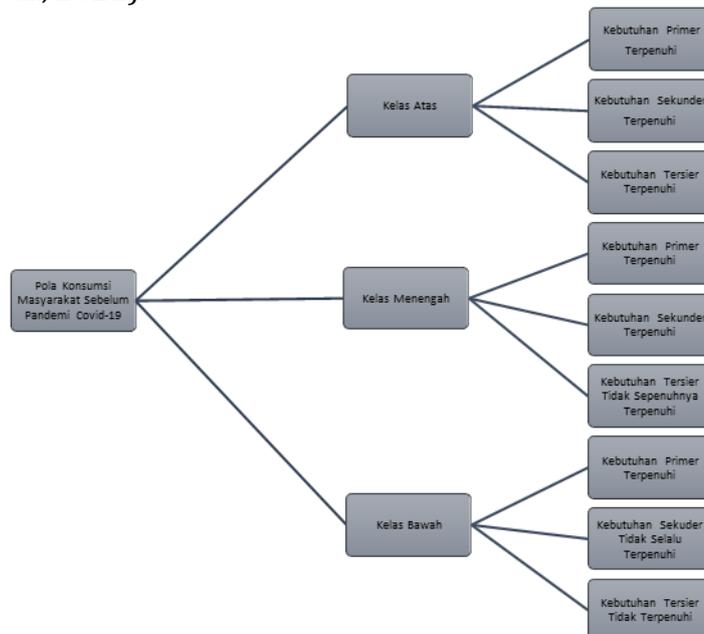
Secara umum, teori konsumsi menjelaskan hubungan antara pendapatan dan pengeluaran, serta bagaimana perubahan dalam variabel ekonomi dapat memengaruhi pola konsumsi. Misalnya, ketika pendapatan meningkat, teori konsumsi akan membahas seberapa besar peningkatan konsumsi yang dihasilkan dari kenaikan pendapatan tersebut. Selain itu, teori ini juga mempertimbangkan peran faktor-faktor seperti harga barang, tingkat bunga, dan kebijakan ekonomi dalam memengaruhi keputusan konsumsi. Memahami teori konsumsi penting bagi perekonomian karena konsumsi merupakan salah satu komponen utama dari pengeluaran agregat, yang secara langsung berdampak pada pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan stabilitas ekonomi. Dengan menganalisis pola konsumsi, ekonom dan pembuat kebijakan dapat merancang strategi yang lebih baik untuk mengelola perekonomian, mempengaruhi kebijakan fiskal dan moneter, serta menanggapi perubahan dalam kondisi ekonomi global (Juhro & Njindan 2019). Menurut Suherman Rasyidi konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia (*the use of goods and service in the satisfaction of human wants*) (Suherman Rasyid, 1998). Paul A. Samuelson dan William D Nor Haus mengemukakan "konsumsi dirumuskan sebagai pengeluaran untuk barang dan jasa, seperti makan, pakaian, mobil, pengobatan, dan perumahan" (Paul Samuelson William, 1993).

### **Perubahan Pola dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Pasca Pandemi Covid-19**

Secara umum, pola konsumsi dapat dinyatakan merupakan suatu aktivitas yang memiliki kecenderungan terhadap pemenuhan akan barang dan jasa, yang merupakan kebutuhan individu berdasarkan jenis klasifikasi dengan tingkat kebutuhannya. Sehingga pendapatan berpengaruh terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat sebagai penerima bantuan sosial pada masa pandemi covid-19, jika pendapatan masyarakat ini mulai bertambah maka pola konsumsi pun akan berubah dan bertambah sesuai dengan kebutuhannya (Fadhli et al., 2021). Dengan cepatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, berbagai bidang telah mengalami perubahan, salah satunya adalah ekonomi. Hal ini berdampak pada perubahan gaya hidup seperti pola konsumsi masyarakat dan perbelanjaan mereka. Konsumen di masa pandemi sekarang memanfaatkan teknologi informasi untuk membeli dan menjual barang dan jasa melalui internet. Karena perkembangan yang pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, banyak bidang telah mengalami perubahan, salah satunya adalah bidang ekonomi, yang berdampak pada perubahan gaya hidup seperti pola konsumsi masyarakat dan cara mereka berbelanja. Konsumen memanfaatkan teknologi informasi untuk membeli dan menjual barang dan jasa melalui internet selama pandemi.

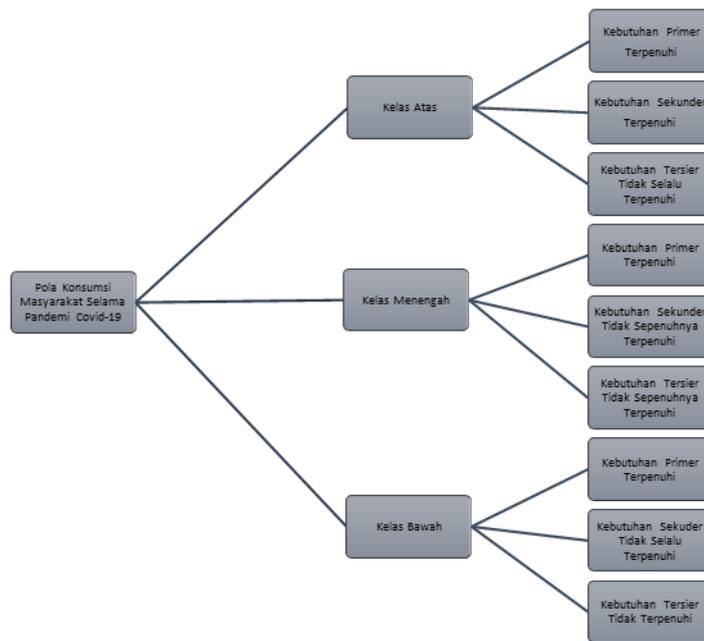
Pada masa pandemi covid-19, pemerintah mulai menganjurkan untuk tetap di rumah, menjaga jarak sosial, dan mempertimbangkan skala sosial yang lebih luas, hal ini menyebabkan pola konsumsi masyarakat bergeser selama pandemi covid-19. Masyarakat lebih cenderung memasak dan makan di rumah, begitu juga dengan aktivitas sehari-harinya. Sebelum adanya pandemi covid-19, pola konsumsi masyarakat Indonesia memenuhi kebutuhan primer, sekunder dan tersier dengan karakteristik yang beragam berdasarkan kelas sosial dan tingkat pendapatan. Berikut bentuk tabel pola konsumsi masyarakat sebelum pandemi covid-19 (Fadhli et al., 2021): Pola konsumsi masyarakat kini mengalami perubahan akibat adanya pandemi covid-19 yang membatasi semua aktivitas di luar rumah, belanja online pun kini

meningkat yang dapat memberikan dampak pada aktivitas lain, seperti membeli bahan makanan dan kebutuhan pokok lainnya (Amalia, 2022). Dengan munculnya perkembangan layanan pengiriman dan popularitas *e-commerce* dapat memberikan dampak terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat, seperti toko offline ke toko online, ketersediaan produk, fungsi produk, dan *delivery* (kecepatan dan kenyamanan), yang juga merupakan beberapa elemen utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen selama pandemi covid-19 (Fadhli et al., 2021).



Gambar 1. Pola Konsumsi Masyarakat Sebelum Pandemi Covid-19

Dari gambar diatas dapat disimpulkan, bahwa secara garis besar kebutuhan pola konsumsi masyarakat sebelum pandemi covid-19 ini hanya mampu memenuhi kebutuhan primer dan hanya akan berbentuk secara maksimal, sedangkan dalam kebutuhan sekunder tidak selalu terpenuhi dan begitu juga dalam kebutuhan tersier, karena masyarakat cenderung lebih mengutamakan kebutuhan primer. Pola konsumsi masyarakat kini mengalami perubahan akibat adanya pandemi covid-19 yang membatasi semua aktivitas di luar rumah, belanja online pun kini meningkat yang dapat memberikan dampak pada aktivitas lain, seperti membeli bahan makanan dan kebutuhan pokok lainnya (Amalia, 2022). Dengan munculnya perkembangan layanan pengiriman dan popularitas *e-commerce* dapat memberikan dampak terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat, seperti toko offline ke toko online, ketersediaan produk, fungsi produk, dan *delivery* (kecepatan dan kenyamanan), yang juga merupakan beberapa elemen utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen selama pandemi covid-19 (Fadhli et al., 2021). Dengan begitu, masyarakat mulai kesulitan dalam memenuhi kebutuhan pokok, karena pendapatan mereka mulai menurun dibandingkan sebelum pandemi covid-19 melanda di Indonesia. Daya beli masyarakat kini menurun akibat pandemi covid-19, berdasarkan data yang didapatkan, kebiasaan konsumsi masyarakat berubah akibat adanya pergeseran aktivitas dan aturan sosial yang ditetapkan pemerintah untuk menghentikan penyebaran covid-19 di masyarakat. Berikut bentuk struktur pola konsumsi masyarakat selama pandemi covid-19:



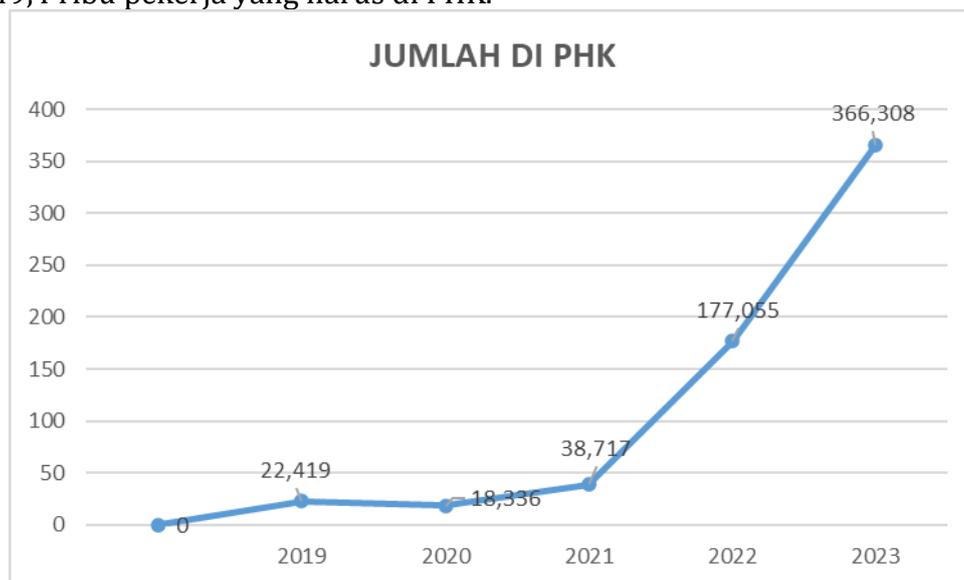
**Gambar 2. Pola Konsumsi Masyarakat Selama Pandemi Covid-19**

Dari gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa pada pola konsumsi masyarakat selama pandemi covid-19 ini sangat mengalami perubahan. Yang dimana masyarakat lebih cenderung mengarahkan yang sesuai dengan kebutuhan, memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan ketersediaan barang dan jasa. Sehingga pada kalangan masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah lebih mengutamakan untuk mendiversifikasi pola konsumsi mereka. Mereka yang berpenghasilan tinggi (kelas atas) dan kelas menengah ke atas juga, merasakan perubahan dalam kebiasaan konsumsi mereka. Peningkatan alokasi konsumsi dan pemberian prioritas yang lebih tinggi, pada keragaman dan kualitas pangan menjadikan dua dari sejumlah perbaikan tersebut. Agar tetap tahan selama pandemi ini, masyarakat mengonsumsi lebih banyak makanan yang dijamin berkualitas tinggi, seperti makanan olahan yang instan dalam kaleng dan rempah-rempah. Selain memengaruhi kemampuan untuk memenuhi permintaan, perubahan pola konsumsi akibat pandemi covid-19 juga memengaruhi sektor transaksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Yang dimana masyarakat sekarang lebih menggunakan digital secara online untuk melakukan sesuatu, kini juga ada transaksi yang bisa menggunakan digital (dompet digital) tanpa harus tatap muka saat melakukan transaksi, dengan aplikasi ini sangat mendukung inisiatif pemerintah untuk melakukan transaksi secara nontunai (Andriani, 2022).

Penyebaran covid-19 ini sangat berdampak sekali pada kondisi ekonomi dan perilaku masyarakat yang dapat mempengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat. Dengan perubahan tersebut juga sangat berdampak sekali bagi perusahaan atau bisnis yang sedang berlaku, sehingga suatu perusahaan harus memutuskan hubungan kerja (PHK) terhadap karyawannya. yang dimana awalnya pekerjaan banyak dilakukan secara offline, setelah munculnya wabah covid-19 ini perekonomian masyarakat mengalami perubahan penurunan. Sehingga pekerjaan sudah banyak mulai menggunakan digital atau secara online, yang dampaknya terus berjalan hingga tahun sekarang. Pada kondisi ini, memasuki awal tahun 2020 menjadi mimpi buruk bagi kalangan dunia pekerjaan, yang dialami seluruh pengusaha hampir seluruh dunia. Adanya pandemi covid-19 sangat menjadikan perputaran roda ekonomi yang berubah drastis bagi banyak Perusahaan yang harus gulung tikar dan menjadikan mimpi buruk bagi tenaga kerja yang harus di PHK. Dengan itu tenaga kerja akan kesulitan dalam memenuhi kebutuhannya akibat pandemi covid-19 ini. Selama berjalannya waktu era pandemi covid-19,

banyak perusahaan melakukan aktivitas perkerjaannya hanya dirumah, kerana mengikut kebijakan protokol kesehatan dari pemerinatah yang berlaku. Maka dari itu dengan aktivitas ini, maka muncullah era digital yang sangat berdampak besar hingga sekarang, baik dalam proses pekerjaan maupun dalam proses aktivitas keseharian lainnya

Terlepas dari masalah itu, pandemi covid-19 ini sangat berdampak negative sekali terhadap Perusahaan, dan tentunya agar perusahaan bisa tetap bertahan yaitu dengan cara pengurangan karyawan (PHK). Dalam undang-undang juga sudah dijelaskan, bahwa Perusahaan tidak berlaku sewenang-wenangnya terhadap karyawan atau pekerjanya, karena dalam undang-undang no 13 tahun 2003, “menyatakan bahwa ketenagakerjaan pengusaha dapat melakukan PHK pekerja disebabkan oleh Perusahaan yang tutup dengan keadaan yang memaksa atau *force majeure*”. Akan tetapi, PHK pada masa ini bukan terjadi mengakibat dari undang-undang yang sudah diterterakan, melainkan datangnya wabah covid-19 ini yang mengharuskan perusahaan untuk mengurangi tenaga kerja. Karena Perusahaan terus mengalami penurunan dan kerugian secara financial yang tidak bisa memberikan kebutuhan karyawan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementrian Ketenagakerjaan, bahwa terdapat 2,8 juta pekerja yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) dari dampak covid-19 ini. Karena kebijakan pemerintah yang mengharuskan untuk tetap dirumah dalam waktu yang belum ditentukan, dan mengharuskan perusahaan untuk melakukan pekerja *Work From Home* (WFH) yang terdiri dari 1,7 juta pekerja formal. Dan terdapat 749,4 ribu pekerja yang harus di PHK.



Gambar 3. Grafik Jumlah yang di PHK Tahun 2019-2024

Sumber: Kementrian Ketenagakerjaan

Pada tahun 2019 jumlah PHK telah mencapai sebanyak 18.911 pekerja terus melonjak pada awal tahun 2020, yang terdapat 386.877 pekerja yang diharuskan untuk PHK dari 39.977 perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) pada karyawannya dan terdapat 1.010.579 karyawan yang diharuskan untuk melakukan pekerjaan melalui *Work From Home* dalam sektor formal dan 189.452 pekerja dalam sektor informal tanpa dibayar (Zahira, 2022). Dapat dirincikan lagi bahwa pekerja secara formal yang melalui (WFH) telah mencapai 873.090 karyawan dari 17.224 perusahaan dan 137.489 karyawan yang harus di (PHK) dari 22.753 suatu perusahaan. Jadi total dari perusahaan yang telah memutuskan hubungan kerja dan merumahkan pekerja telah mencapai sebanyak 74.430 perusahaan dan total sebanyak 1.200.031 karyawan yang mengalami hal tersebut. Secara keseluruhan hasilnya telah mencapai

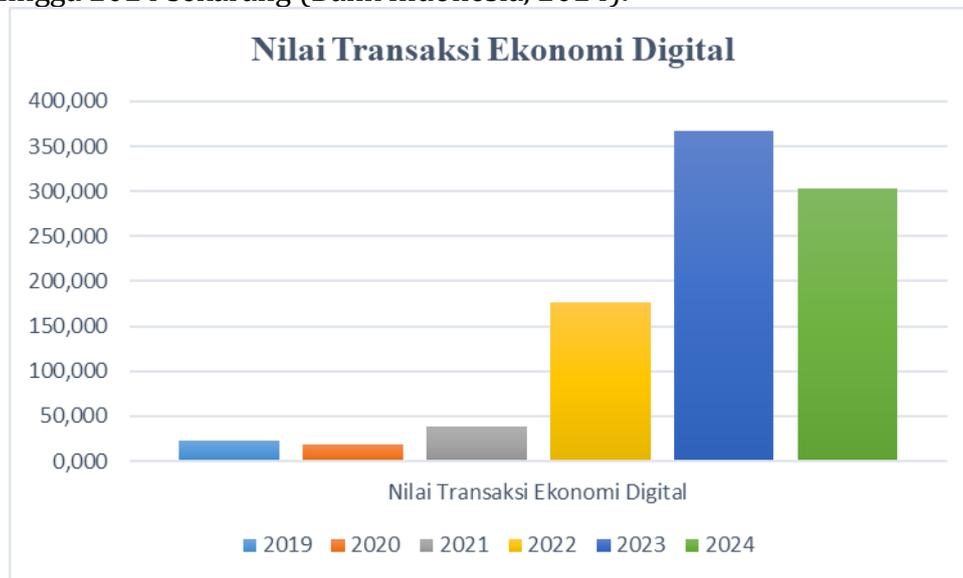
35% pekerja yang terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) dan terdapat 19% pekerja yang diharuskan bekerja melalui *Work From Home* (WFH). Dan lebih dari 50% pekerja yang mengalami hal tersebut baik di PHK maupun WFH yang berdasarkan dampak dari penyebaran covid-19 tersebut. Pada akhir tahun 2021 juga masih terimbas dengan gelombang pemutusan hubungan kerja (PHK) yang tercatat telah mencapai 127.085 pekerja yang di (PHK), dari awal agustus hingga akhir tahun. Dan 83% pekerja yang menginginkan untuk bekerja dengan jarak jauh *Work From Home* (WFH). Sedangkan pada tahun 2022 jumlah (PHK) mulai kembali turun yang mencapai 10.765 pekerja dan terus mengalami penurunan pada tahun 2023 sebanyak 37.375 karyawan yang terkena PHK. Sehingga pada tahun sekarang jumlah PHK telah tercatat sebanyak 46.240 karyawan (Zahira, 2022).

### **Perkembangan Teknologi Digital Pasca Pandemi**

Selama masa pandemi Covid-19 berlangsung, dunia virtual menjadi jauh lebih sibuk dan ramai dari sebelumnya. Hal ini terjadi karena semakin banyak masyarakat beralih menggunakan *gadget* dan komputer sebagai alat penyambung hidup demi menggantikan aktivitas secara langsung. Perubahan pada masyarakat tersebut memberikan dampak pada perkembangan perekonomian dengan mepercepat transformasinya secara digital. Menurut data, pandemi covid-19 meningkatkan pengangguran dan kemiskinan dai tahun ke tahun. Namun demikian, kita harus bersyukur bahwa selama pandemi melanda Indonesia, transformasi digital malah berkembang dan mendisrupsi sektor bisnis serta ekonomi. Salah satu contoh perkembangan ekonomi digital yang telah kita lihat sekarang ini adalah berbagai platform *e-commerce* serta layanan teknologi keuangan (*fintech*) yang semakin populer di masyarakat. Oleh karena itu, kita dapat mengatakan bahwa wkonomi digital telah sedang berkembang dan pandemi mendorong pertumbuhannya (Kirana, 2022). Yuswohady mengklaim, bahwa pandemi COVID-19 telah melumpuhkan sendi-sendi perekonomian, bisnis, dan industri sehingga terjadi perubahan yang signifikan, khususnya di sektor industri (*Industry Megashift*). Akibat adanya aturan *Work From Home* (WFH) dan pembatasan sosial berskala besar, aktivitas konsumen menjadi terbatas sehingga menyebabkan ekonomi offline menjadi stagnan. Namun, pandemi juga menjadikan pendorong ekonomi digital. Perekonomian masih mampu berjalan karena perusahaan berbasis digital, operasional bisnis, transaksi online, dan layanan tetap bertahan serta menunjukkan pola nilai transaksi yang terus berkembang (Nizar & Sholeh, 2021). Digitalisasi ekonomi merupakan suatu ekonomi yang berdasarkan elektronik dengan dampak global dari teknologi informasi dan komunikasi. Digitalisasi ini juga mendorong untuk terwujudnya transformasi digital, yang dimana transformasi digital ini lebih luas dibandingkan dengan digitalisasi ekonomi. Yang dimaksud dengan transformasi digital merupakan suatu kondisi bisnis yang berubah secara signifikan menjadi lebih efisiensi dengan cepat (Prianto & Asri, 2021).

Pandemi covid-19 telah mengubah pola aktivitas masyarakat. Sebelum pandemi melanda, berbagai kegiatan dapat dilakukan secara bebas, tetapi saat pandemi melanda, masyarakat harus mematuhi protokol kesehatan dan ada pembatasan mobilitas. Tentu ini menjadi salah satu faktor yang mendorong digitalisasi di hampir semua bidang. Tak terkecuali sistem pembayaran. Selama masa pandemi digitalisasi sistem pembayaran memberikan kemudahan melalui penggunaan teknologi untuk memfasilitasi kegiatan transaksi masyarakat di tengah pandemi. Transaksi kini dapat dilakukan di mana pun dan kapan pun. Sehingga tak heran, nilai transaksi ekonomi dan keuangan digital di Indonesia mengalami peningkatan. Studi dari Google, *Temasek*, dan Bain & Co. Menyatakan 41,9% dari total transaksi ekonomi digital ASEAN berasal dari Indonesia. Nilai ekonomi digital Indonesia pada tahun 2020 mencapai USD 44 miliar yang berarti tumbuh 11% dari tahun 2019 dan berkontribusi sebesar 9,5% terhadap PDB Indonesia.

Dalam lima tahun terakhir, nilai transaksi uang elektronik di Indonesia mengalami lonjakan signifikan seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi digital masyarakat. Hal ini pun mendorong tren pertumbuhan transaksi digital di Indonesia yang luar biasa. Data Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) Bank Indonesia per Agustus 2024 menunjukkan adanya lonjakan nilai transaksi transfer antar uang elektronik yang signifikan dari 2019 hingga 2024 sekarang (Bank Indonesia, 2024).



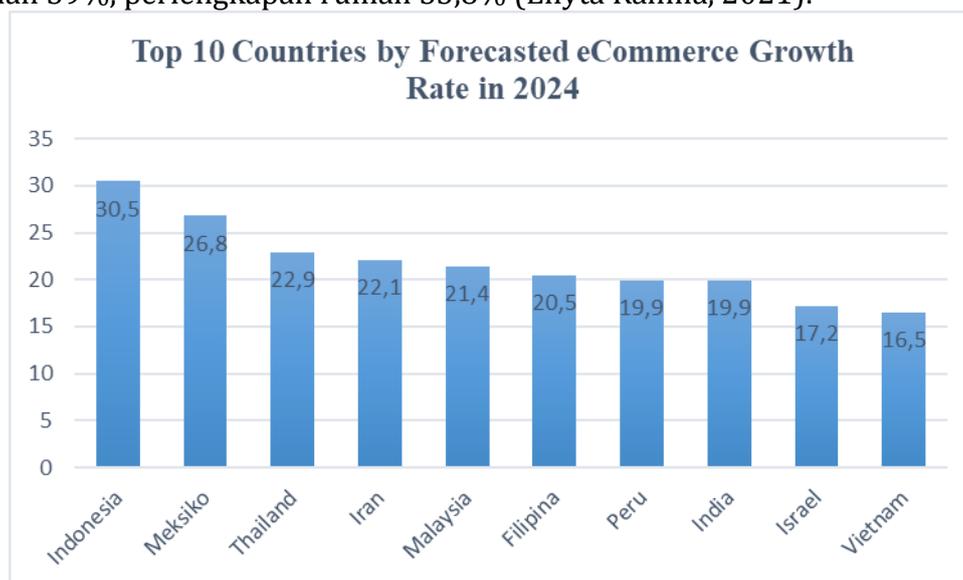
Gambar 4. Data Nilai Transaksi Ekonomi Digital Tahun 2019-2024

Sumber: BI (Bank Indonesia)

Nilai transaksi uang elektronik di Indonesia mengalami peningkatan terutama antara tahun 2021 dan 2022, di mana nilai transaksi melonjak dari Rp38,7 triliun menjadi Rp177,1 triliun. Nilai transaksi transfer uang elektronik terus meningkat di 2023 mencapai Rp366,3 triliun dan terus tumbuh menjadi Rp303,0 triliun hanya pada paruh pertama tahun 2024. Lonjakan ini bermula dikarenakan masyarakat Indonesia mulai beralih dari transaksi tunai ke pembayaran digital, yang dipicu oleh berbagai faktor seperti Covid-19 (Irhamni, 2024). Karena pembatasan jarak sosial dan kekhawatiran tentang kesehatan yang terjadi selama pandemi, lebih banyak masyarakat beralih ke belanja online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan demikian, telah terjadi peningkatan dalam pengembangan produk *e-commerce* yang canggih, metode pembayaran digital, sistem logistik dan pengiriman yang efektif. Menurut data Bank Indonesia (BI), nilai transaksi pada tahun 2020 mencapai Rp266,3 triliun, hal ini menunjukkan pertumbuhan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir (Jayani, 2021). Hasil survei *We Are Social* pada tahun 2021 mengukuhkan Indonesia sebagai negara tertinggi di dunia yang menggunakan layanan *e-commerce* dimana sebanyak 88,1% pengguna internet di Indonesia berbelanja online. Laporan *e-Conomy SEA 2021* yang dikeluarkan oleh *Temasek*, Google, serta *Brain & Company* menyebutkan perdagangan *e-commerce* di Indonesia pada 2021 tercatat US\$53 miliar atau meningkat 52% dibandingkan dengan tahun sebelumnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Data dari Kemenkeu menunjukkan bahwa, nilai industri digital Indonesia telah tumbuh secara signifikan dari 41 miliar dollar pada tahun 2019 menjadi 77 miliar dollar pada tahun 2022 dan diperkirakan akan meningkat menjadi 130 miliar dollar pada tahun 2025, terutama didorong oleh *e-commerce*, transportasi dan pengiriman makanan, perjalanan online dan media online. Selain itu, covid-19 juga mempercepat transformasi digital, membuat masa depan datang lebih cepat dari yang dibayangkan. Hasil survei mengkonfirmasi pergeseran cepat

interaksi pelanggan dengan saluran digital. Rata-rata, 58% interaksi pelanggan di dunia setelah pandemi covid-19 bersifat digital dibandingkan dengan 36% pada periode sebelum pandemi, bahkan sekarang menjadi 80% (Kementerian Keuangan, 2023). Kondisi pandemi covid-19 yang belum reda membuat masyarakat untuk tetap berada di rumah. Namun dengan pemanfaatan teknologi digital, masyarakat tetap bisa mendapat kemudahan untuk dapat memenuhi gaya hidup, tentunya dengan harga yang menguntungkan sehingga mendorong tren pertumbuhan belanja di platform digital. Dalam riset MarkPlus Insight yang bertajuk 'Perilaku Konsumen *E-Commerce* Tahun 2021' bahwa ada lima faktor pendorong tren pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Pertama, bergesernya aktivitas belanja konsumen saat pandemi menuju *online shopping*. Kedua, meningkatkan *tech awareness* dan penggunaan *smartphone* pada konsumen. Ketiga, kemajuan infrastruktur jaringan komunikasi di Indonesia. Keempat, lonjakan ketertarikan konsumen terhadap belanja daring dipengaruhi oleh promo dan kampanye dari perusahaan *e-commerce*. Kelima, penggunaan *e-money* yang terus meningkat seiring menguatnya kepercayaan konsumen pada alat pembayaran digital (Ellyta Rahma, 2021). Selain itu, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan kategori barang yang paling banyak dibeli masyarakat. Dalam dua belas bulan terakhir, 59,8% pengguna *e-commerce* membeli berbagai produk digital lintas platform. Diikuti oleh fashion 48,8%, kecantikan 41,2%, makanan dan minuman 39%, perlengkapan rumah 33,8% (Ellyta Rahma, 2021).



Gambar 5. Grafik 10 Negara dengan Tingkat Pertumbuhan E-Commerce Pada Tahun 2024  
Sumber: [ecommercedb.com](http://ecommercedb.com)

Pada grafik 5 diatas, salah satu Lembaga riset *e-commerce* dari Jerman, eCBD melalui laporan *Global eCommerce Market 2024* menyebutkan bahwa pertumbuhan *e-commerce* global di tahun 2024 diprediksi akan mencapai 10,4%. Adapun Indonesia digadang-gadang akan menjadi negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia, yakni sebesar 30,5%, nyaris 3 kali lipat dari rata-rata pertumbuhan global di tahun 2024. Hal ini dapat menjelaskan bahwa era digitalisasi sangat membantu dalam peningkatan belanja secara online yaitu dengan memanfaatkan platform *e-commerce*. Meksiko menduduki posisi kedua dengan proyeksi pertumbuhan sebesar 26,8%. Di urutan ketiga ada Thailand dengan pertumbuhan *e-commerce* sebesar 22,9%. Iran berada di peringkat keempat dengan proyeksi pertumbuhan sebesar 22,1%, dan di urutan kelima ada Malaysia dengan pertumbuhan sebesar 21,4% (Agnes Z. Yonatan, 2024). eCBD mengungkapkan mayoritas negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi berada di kawasan Asia. "Negara-negara di Asia menempati 8 peringkat dari 10 yang

tertera dalam negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat dan Indonesia diproyeksikan tumbuh lebih dari 30%," ungkap laporan tersebut. Lebih lanjut, total penjualan dari *e-commerce* dari 150 negara yang diteliti di tahun 2023 mencapai US\$2,2 triliun. China masih mendominasi pasar *e-commerce* global dengan pendapatan sebesar US\$2,17 triliun di tahun 2023. Proyeksi ini diperoleh dengan mempertimbangkan perilaku pasar, produk domestik bruto (PDB) per kapita, belanja konsumen per kapita, penetrasi internet, hingga populasi negara (Agnes Z. Yonatan, 2024) Transformasi ekonomi digital telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir dan pandemi telah mempercepat proses tersebut. Meskipun digital telah berkembang namun gaya hidup daring akan tetap ada, beberapa akan dijalankan secara *hybird* (online dan offline) setelah era pandemi.

## **KESIMPULAN**

Dari penjelasan yang sebagaimana telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi masyarakat merupakan suatu aktivitas yang memiliki kecenderungan dengan pemenuhan akan barang dan jasa, yang dapat menunjukkan hubungan antara pendapatan nasional dan hasil konsumsi pada harga tetap. Maraknya pandemi covid-19 ini memberikan dampak terhadap penurunan daya beli masyarakat, yang dimana dapat terjadi perubahan sebelum pandemi dan selama pandemi covid-19 ini. Sebelumnya masyarakat cenderung dididorong oleh pertumbuhan ekonomi yang stabil dan peningkatan pendapatan konsumsi yang kuat, akan tetapi timbulnya wabah covid-19 pemerintah mengharuskan masyarakat untuk *stay at home* supaya tidak terinfeksi virus ini. Hal tersebut mengakibatkan penurunan drastis terhadap daya beli masyarakat dan juga memberikan dampak buruk terhadap kondisi ekonomi dan perilaku masyarakat. Pada awal tahun 2020 wabah ini sangat memberikan dampak yang buruk bagi semua kalangan perusahaan, dimana perusahaan harus gulung tikar dan menjadi mimpi buruk bagi tenaga kerja (karyawan) yang terkena PHK. Dari data-data yang sudah dipaparkan selama lima tahun kebelakang ini sangat terlihat sekali perubahan-perubahan yang ada. Terjadi peningkatan yang tinggi pada tahun 2020 dan mulai stabil pada tahun 2024. Selain pandemi covid-19 mempengaruhi terhadap permintaan dan perubahan pola konsumsi masyarakat, covid-19 juga mempengaruhi terhadap sektor transaksi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Nilai transaksi uang elektronik di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, pada paruh pertama tahun 2024 nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp303,0 triliun. Lonjakan ini dikarenakan masyarakat Indonesia mulai beralih dari transaksi tunai ke pembayaran digital, dengan salah satu faktor pendorongnya dipicu oleh covid-19. Bukan hanya nilai transaksi uang elektronik yang melonjak, tetapi perkembangan digitalisasi semakin marak digunakan ketika pandemi, pemerintah menganjurkan untuk *stay at home*. Salah satu lembaga riset *e-commerce* dari Jerman melalui laporan *Global e-Commerce Market 2024* menyebutkan bahwa, Indonesia di gadang-gadang akan menjadi negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia, yakni sebesar 30,5%, nyaris 3 kali lipat dari rata-rata pertumbuhan global di tahun 2024.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agnes Z. Yonatan. (2024, Mei 1). Pertumbuhan E-Commerce Indonesia yang Diprediksi Tertinggi di Dunia. Retrieved from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/makin-maju-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-yang-diprediksi-tertinggi-di-dunia-QiN5h>
- Amalia, Rizqi Jauharotul. 2022. "Keputusan Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 3(1):1-16.
- Andriani. (2022). Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Sebelum Dan Sesudah Masa Pandemi COVID-19. Eksis.

- Andriani. 2022. "Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Sebelum Dan Sesudah Masa Pandemi COVID-19." Eksis.
- Bank Indonesia. (2024, 10 20). Retrieved from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/nilai-transaksi-transfer-uang-elektronik-indonesia-capai-rp303-triliun-di-2024-ghdmG>
- Ellyta Rahma. (2021, Mei 31). Mengintip Transformasi Belanja Digital Masyarakat Indonesia. Retrieved from Market Insight: <https://www.marketeers.com/mengintip-transformasi-belanja-digital-masyarakat-indonesia/>
- Fadhli, K., Himmah, S. R., & Taqiyuddin, A. (2021). Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Penerima Bantuan Sosial Pada Masapandemi Covid-19. *Jurnal Education and Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, 9(3), 110–117.
- Fadhli, Khotim, Shoviatur Rohmatul Himmah, and Akhmad Taqiyuddin. 2021. "Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Penerima Bantuan Sosial Pada Masapandemi Covid-19." *Jurnal Education and Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan* 9(3):110–17.
- Irhamni. (2024, Oktober 20). Nilai Transaksi Transfer Antar Uang Elektronik 2019-2024. Retrieved from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/nilai-transaksi-transfer-uang-elektronik-indonesia-capai-rp303-triliun-di-2024-ghdmG>
- Jayani. (2021, Januari 29). Nilai Transaksi E-Commerce Mencapai Rp 266,3 Triliun pada 2020. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/4381b13e2915010/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020>
- Kementerian Keuangan. (2023, Maret 7). Transformasi Digital untuk Masa Depan Ekonomi dan Bisnis di Indonesia. Retrieved from Kementrerian Keuangan RI Direktorat Jendral Perbendaharaan: <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/berita/nasional/4074-transformasi-digital-untuk-masa-depan-ekonomi-dan-bisnis-di-indonesia.html>
- Kirana. (2022, maret 15). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Digital. Retrieved from <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3558-pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi-digital>
- Munawar, Zen, Yudi Herdiana, Yaya Suharya, and Novianti Indah Putri. 2021. "Pemanfaatan Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19." *Tematik* 8(2):160–75. doi: 10.38204/tematik.v8i2.689.
- Nizar, N. I., & Sholeh, A. N. (2021). Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 4(1), 87–99. <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163>
- Nizar, Nefo Indra, and Achmad Nur Sholeh. 2021. "Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan Dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19." *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora* 4(1):87–99. doi: 10.33753/madani.v4i1.163.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022, Februari 21). Penguatan Infrastruktur Digital Dukum E-Commerce Lebih Sustain. Retrieved from Otoritas Jasa Keuangan: <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/news/read/855/penguatan-infrastruktur-digital-dukung-e-commerce-lebih-sustain#:~:text=Hasil%20survei%20We%20Are%20Social,internet%20di%20Indonesi a%20berbelanja%20online>.
- Paul Samuel Son William. (1993). *Ekonomi*. Jakarta: Airlangga.
- Pertumbuhan E-Commerce Indonesia yang Diprediksi Tertinggi di Dunia. (2024, Mei 1). Retrieved from GoodStats: <https://data.goodstats.id/statistic/makin-maju-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-yang-diprediksi-tertinggi-di-dunia-QiN5h>
-

- Prianto, & Asri. (2021). ... Optimalisasi Umkm Dengan Metode Self Approach Guna Mengentaskan Keterpurukan Ekonomi Sebagai Resultan Pandemi Covid .... *Inspire Journal: Economics and ...*, 157–172.
- Putri, L., Syarweni, N., & Firdaus, R. Z. (2022). Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Media Ekonomi*, 21(2), 51. <https://doi.org/10.30595/medek.v21i2.10980>
- Siyoto, S., & Soduk, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Siyoto, S., & Soduk, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Suherman Rasyid. (1998). *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Amalia, R. J. (2022). Keputusan Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–16.