

MENYIKAPI PERUBAHAN POLA KONSUMSI MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19

Ika Fitriyani^{1*}, Rosyida Rachman², Novikadewi Sumbawati³

¹Keuangan dan Perbankan, Universitas Samawa, Indonesia

²Manajemen, Universitas Samawa, Indonesia

³Manajemen, Universitas Samawa, Indonesia

*E-mail: ikaekonomi@gmail.com

ABSTRAK

Kondisi pandemi Covid-19 saat ini mempengaruhi aktivitas masyarakat secara *online* maupun *offline*. Meskipun keterbatasan ekonomi, kegiatan warga mempengaruhi konsumsi dan pengeluaran. Dengan melalui survey dan sosialisasi daring dapat memberikan informasi tentang pola konsumsi masyarakat dan biaya yang dikeluarkan dalam memenuhi kebutuhan selama pandemi Covid-19. Mayoritas warga lebih mengutamakan meningkatkan imunitas tubuh dengan memilih pola konsumsi dengan sumber makanan yang sehat. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan wawasan, gambaran dan informasi serta motivasi kepada masyarakat tentang bagaimana pola konsumsi masyarakat pada masa pandemi Covid-19 maupun sebelum pandemi Covid-19. Kegiatan ini dilakukan melalui *offline* maupun *online* melalui WhatsApp, Messenger, dan Instagram maupun via telepon. Dari kegiatan ini telah memperoleh gambaran dan pemahaman bahwa pentingnya sikap bijak di masa pandemi Covid-19 ini terhadap konsumsi masyarakat.

Kata kunci: Konsumsi masyarakat; pandemi covid-19.

RESPONDING TO CHANGING PATTERNS OF COMMUNITY CONSUMPTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC

ABSTRACT

The current pandemic condition affects people's activities online and offline. Despite economic limitations, citizen activities affect consumption and spending. Through surveys and online socialization, you will be able to provide information about people's consumption patterns and the costs incurred in meeting needs during the Covid-19 pandemic. The majority of residents prefer to increase the body's immunity by choosing consumption patterns with healthy food sources. This service activity aims to provide insight, description and information as well as motivation to the community about how people's consumption patterns are during the Covid-19 pandemic and before the Covid-19 pandemic. This activity is carried out offline and online through WhatsApp, Messenger and Instagram as well as via telephone. From this activity, we have obtained an overview and understanding of the importance of being wise during the Covid-19 pandemic for public consumption.

Keywords: Public consumption, covid-19 pandemic.

PENDAHULUAN

Bulan Desember di penghujung Tahun 2020, Kabupaten Sumbawa tersenyalar memiliki perkembangan kasus covid-19 atau status Zona merah yang membuat masyarakat resah dan cukup panik dari kondisi tersebut, jumlah yaitu konfirmasi positif dengan total 445 orang, yang sembuh 303 orang, meninggal dunia 30 orang dan 212 orang masih positif (1/12/10:12.00/sumber data dinas kesehatan kabupaten Sumbawa). Sampai saat ini penularan konfirmasi positif corona masih terjadi sehingga membuat masyarakat lebih sering berdiam diri di rumah, namun tidak sedikit dari masyarakat Sumbawa yang melanggar protokol kesehatan yaitu berkumpul di luar rumah tanpa menggunakan masker terutama tempat rekreasi, kafe-kafe, dan lainnya yang menimbulkan kerumunan. Pandemi corona telah mengubah perilaku masyarakat secara signifikan. Perubahan tersebut terlihat dari aspek seperti aspek hubungan fisik, komunikasi, perilaku berkehidupan dan perubahan preferensi masyarakat dalam mengkonsumsi produk barang dan jasa. Perubahan tersebut ditinjau dari teori

Reason Action atau *Plan Behavior Theory* (Icek Ajzen, 1975) dikatakan bahwa perilaku dipengaruhi baik secara langsung tidak langsung oleh sikap (attitude), persepsi dan pengaruh lingkungan.

Perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih sering berbelanja secara daring mengalami pertumbuhan cukup pesat dimasa pandemi Covid-19, salah satunya yang paling terlihat dampaknya adalah Perubahan Perilaku Belanja Konsumen. Akibat pandemi, konsumen beralih ke *platform online* untuk memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu kompetensi digital semakin ketat dengan merebaknya masyarakat membangun hubungan via *Social Commerce* serta munculnya Inovasi Lewat Riset *Customer*, ditambah lagi pembayaran via dompet digital menjadi metode pembayaran pilihan banyak orang selama pandemic yang akan mengurangi risiko penularan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat yang bersifat sosialisasi merupakan salah satu langkah mengetajui informasi masyarakat Sumbawa untuk bersikap bijak terhadap pola perubahan konsumen dan perilaku yang terjadi di tengah pandemic. Perubahan perilaku konsumsi masyarakat Sumbawa yang lebih suka berbelanja online, munculnya keinginan untuk memesan makanan sehat menjadi cukup penting. Tidak sedikit dari mereka berasumsi lebih baik mengeluarkan uang yang agak banyak, tetapi mendapatkan makanan yang sehat dan bergizi daripada membeli makanan dengan harga yang lebih murah, namun makanannya tidak terjamin keasliannya. Mereka merasakan perbedaan pola konsumsi sebelum covid dan selama Covid yang lebih suka berbelanja online. Selain itu, mereka juga menyampaikan bahwa sedikit bosan dan jenuh dengan kondisi tersebut sehingga membuat mereka terkadang keluar rumah berkumpul bersama keluarga pergi rekreasi, makan, dan belanja di tempat yang mereka sukai. Adapun perubahan konsumsi oleh sebagian mereka lebih mengutamakan kesehatan dan higienitas, mereka yakin bahwa dengan mengonsumsi makanan sehat dan vitamin dapat meningkatkan imunitas tubuh sehingga mereka terhindar dari Covid-19.

METODE

Selama proses kegiatan ini berlangsung telah dilakukan survey lapangan oleh mahasiswa keuangan perbankan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa yang berjumlah 9 orang, dengan identitas masyarakat yang beragam mulai dari mahasiswa, pelajar, Ibu Rumah Tangga, pegawai swasta, PNS, wirausaha maupun petani. Usia responden mulai dari 15-65 tahun yang telah berbelanja secara online. Tujuan survey ini adalah tidak lain untuk melihat secara langsung bagaimana masyarakat dalam memenuhi pola konsumsi. Selain itu, sosialisasi kegiatan masyarakat dengan mendatangi rumah warga satu per satu dikarenakan dalam kondisi pandemi kita dilarang untuk mnegumpulkan warga guna pencegahan virus corona. Seputar pertanyaan wawancara kepada warga tentang makanan yang dikonsumsi semasa pandemi, pengeluaran belanja sebelum dan ditengah Covid serta mengetahui media *online* dan jenis katagori *online* yang digunakan dalam berbelanja/bertransaksi. Adapun sosialisasi daring dilakukan untuk memberikan informasi tentang langkah-langkah bijak dalam mengelola keuangan pada masa pandemi. Adapun warga yang ikut dalam kegiatan daring tersebut berjumlah 50 orang dari desa yang berbeda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survey dan sosialisasi daring menunjukkan bahwa pada masa pandemi Covid-19 ternyata mengakibatkan pola konsumsi masyarakat berubah. Masyarakat lebih senang memasak dan makan di rumah karena ada penerapan aturan *stay at home*, *social distancing*, dll sehingga muncul *e-commerce* yang menjadi andalan artinya pola konsumsi mengalami perubahan dari ritel *offline* ke *online*. Faktor utama yang mendorong keputusan belanja konsumen adalah ketersediaan produk, fungsi produk dan delivery (kecepatan dan kenyamanan). Berikut ini tertera sejumlah responden dari usia 17-50 tahun dengan identitas yang berbeda menerangkan makanan yang dikonsumsi semasa Covid-19 dan sebelum Covid-19 cukup berubah dikarenakan jenis makanan yang dikonsumsi bagaimana diproduksi dan disimpan menjadi alternative utama pemenuhan kebutuhan rumah tangga mereka. *Healty eating* berupa sayuran dan buah-buahan lebih banyak dikonsumsi pada masa pandemic Covid-19 serta *food safety* kekhawatiran seputar makanan pangan juga menjadi alasan transisi ke

home cooking. Perubahan konsumsi masyarakat telah berpengaruh terhadap pengeluaran belanja ibu-ibu rumah tangga sebelum Covid-19 dan masa Covid-19 terbilang mengalami perbedaan, namun sebagian dari mereka menyampaikan lebih baik mengeluarkan uang banyak untuk mendapatkan yang bermanfaat daripada harga murah namun kualitas rendah dan merugikan.

Tabel 1. Masyarakat Sumbawa dari Usia Kisaran 18-25 Tahun yang Berbelanja di Toko Online

Nama	Pekerjaan	Media Online	Jenis kategori
Dean	Mahasiswa	Shopee	Fashion
Yayan	Mahasiswa	Shopee	Fashion
Dela	Mahasiswa	Shopee	Fashion
Fahira	Mahasiswa	Shopee	Fashion
Robby	Mahasiswa	Shopee	Fashion
Santi	Mahasiswa	Shopee	Fashion
Zohri	Mahasiswa	Shopee	Fashion
Melinda	Mahasiswa	Lazada	Fashion

Tabel 2. Masyarakat Sumbawa dari Usia Kisaran 26-40 Tahun yang Berbelanja di Toko Online

Nama	Pekerjaan	Media Online	Jenis kategori
Catur	Pegawai Bank	Lazada	Fashion
Nova	IRT	Lazada	Fashion
Diana	IRT	Lazada	Fashion
Rosida	IRT	Lazada	Fashion
Onteng	IRT	Shopee	Peralatan masak
Masna	IRT	Lazada	Peralatan masak
Fatma	IRT	Shopee	Peralatan masak
Eli	Pedagang	Shopee	Peralatan masak
Rona	Kontraktor	Shopee	Peralatan kontraktor
Dayat	Pegawaai Sawsta	Shopee	Peralatan kantor
Tuti	Pedagang	Lazada	Kosmetik
Nur	Swasta	Lazada	Kosmetik
Abiah	Perawat	Shopee	Perabot
Ayu	IRT	Shopee	Assesoris
Sunarti	Pegawai Honorer	Shopee	Assesoris

Tabel 3. Masyarakat Sumbawa dari Usia Kisaran 41-50 Tahun yang Berbelanja di Toko Online

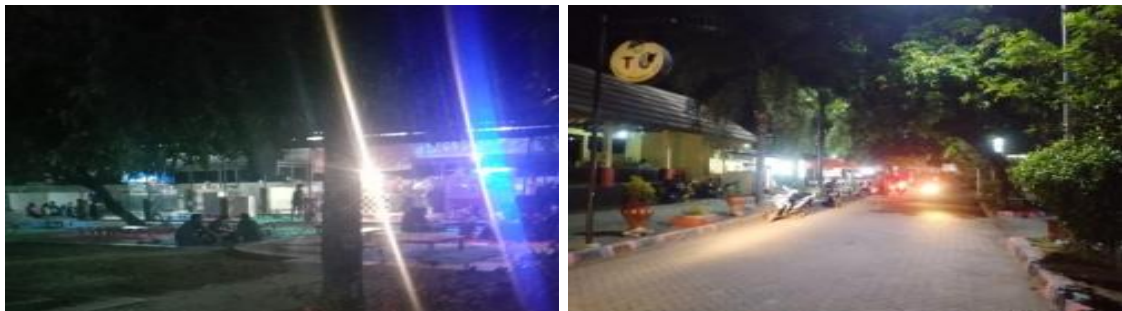
Nama	Pekerjaan	Media Online	Jenis Kategori
Hatiah	IRT	Lazada	Fashion
Rohani	PNS	Shopee	Pl. Masak
Hadija	Wirasawta	Shopee	Pl. Masak
Aisyah	Petani	Lazada	Pl. Masak
Sainun	IRT	Shopee	Pl. Masak
Jawa	IRT	Shopee	Pl. Masak
Eli	IRT	Shopee	Fashion
Husnul	IRT	Shopee	Fashion

Aktivitas pada masa pandemic Covid-19 melalui media digital menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Munculnya perubahan perilaku konsumen pada masa pandemi sebagai bentuk adaptasi yang sedang dihadapi saat ini. Perubahan perilaku konsumen terjadi sebab adanya dorongan dari perubahan kondisi yang memaksa masyarakat beradaptasi dengan kondisi. Perubahan perilaku konsumen tidak hanya pada barang yang dibeli tetapi pada bagaimana konsumen mencari dan

memesan barang tersebut. Perubahan ini akan secara permanen membentuk perilaku dan kebiasaan baru bahkan setelah pandemi berakhir.

Tabel 4. Masyarakat Sumbawa dari Usia Kisaran 51-70 Tahun yang Berbelanja di Toko Online

Nama	Pekerjaan	Media Online	Jenis Kategori
Makawaru	Pensiun	Lazada	Tanaman
Nurbawa	IRT	Lazada	Tanaman
Jubaidah	IRT	Shopee	Tanaman
Siti	IRT	Shopee	Tanaman
Laila	IRT	Shopee	Tanaman



Gambar 1. Lokasi: Taman Mangga

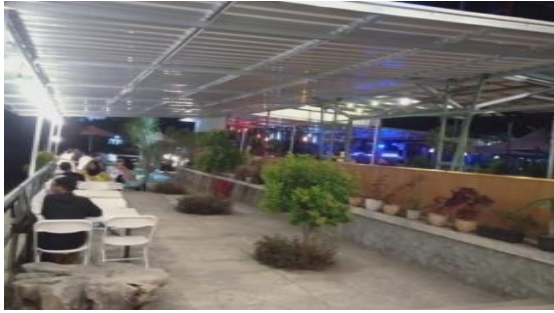


Gambar 2. Lokasi: Pantai Jempol



Gambar 3. Lokasi: Café Ruang Hati

Gambar 4. Lokasi: Cafe Kavei



Gambar 5. Lokasi: Cafe Terserah-Kampung Irian



Gambar 6. Lokasi: Montana Café – Bukit Permai

SIMPULAN

Menyikapi pola perubahan konsumsi masyarakat Sumbawa pada masa pandemic berdampak pada keinginan dan kebutuhan masyarakat berbelanja online. Dengan memilih berbelanja online akan lebih efektif karena tidak perlu meninggalkan rumah. Pengeluaran belanja pada masa pandemic melalui online maupun offline pun meningkat. Meskipun mengeluarkan uang lebih namun manfaat yang didapatkan melalui media online dan jenis kategorinya terkesan nyaman dan mudah di mata masyarakat. Namun budaya lingkungan masyarakat untuk keluar rumah meskipun di masa pandemic tetap saja ada, manfaat positif untuk mengurangi rasa bosan warga di rumah mereka pergi ngumpul-ngumpul di tempat rekreasi/nongkrong di café sementara dari sisi negative meskipun tetap dengan protokol kesehatan namun mereka tetap hati-hati tentang penularan covid. Oleh karena itu, dengan kegiatan pengabdian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat pada masa pandemic tidak hanya sebatas mematuhi protocol kesehatan tetapi juga dalam mengatur pola hidup dan pola makan. Kegiatan selanjutnya bisa memberikan edukasi dalam bentuk pelatihan-pelatihan tentang pengelolaan keuangan rumah tangga/keluarga yang berdampak pada pola konsumsi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- D. Handayani, D. R. Hadi, F. Isbaniah, E. Burhan, and H. Agustin. 2020. Corona Virus Disease 2019. *J. Respirologi Indones.*, vol. 40, no. 20, pp. 119-129.
- McKinsey. 2018. *Expects Great Growth for Indonesia's E-Commerce Market*. <https://www.indonesia-investments.com/news/todays-headlines/mckinsey-expects-great-growth-for-indonesia-s-e-commerce-market/item8959?>
- IPrice. 2020. *Peta E-Commerce Indonesia*. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (accessed Nov. 03, 2020)
- Transaksi Online. 2018. <http://arumpuspitasari87.blogspot.com/2018/03/pengertianjenisdan-transaksi-online1.html?m=1> (accessed Mar. 25, 2018)
- Prakoso, F. A. (2020). Dampak Coronavirus Disease (covid-19) terhadap industri food & beverages. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, 1-6.
- Sufriadi, D. (2019). Pola Konsumsi Masyarakat Miskin Gampong Lingom Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar. *Journal of Economic Science (JECS)*, 5(1), 1-19.
- Waryana. 2010. *Gizi Reproduksi*. Yogyakarta: Pustaka Rihama.