

PERUBAHAN POLA KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID 19

Anggraeni Dian Pertiwi

Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

Abstrak

Covid-19 (coronavirus disease 2019) adalah jenis penyakit baru yang disebabkan oleh virus dari golongan coronavirus, yaitu SARS-CoV-2 yang juga sering disebut virus korona. Kasus pertama penyakit ini terjadi di Kota Wuhan, Cina, pada akhir Desember 2019. Di Indonesia, pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk menekan penyebaran virus ini. Pandemi covid-19 menyebabkan peningkatan angka pengangguran. Semua perubahan ekonomi yang terjadi di masa pandemi ini banyak masyarakat yang terlena akan kemudahan belanja online yang merubah gaya hidup mereka lebih konsumtif namun tidak bermanfaat, terutama di kalangan mahasiswa dan mahasiswi di Indonesia. Hal tersebut didukung oleh survei yang telah dilakukan Tokopedia selama masa pandemi bahwa mayoritas wanita atau mahasiswi mendominasi jumlah pembelian, penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia. Rata-rata barang yang dibelanjakan terdiri dari produk kesehatan, kecantikan, fashion, aksesoris, dan gadget. Peran melek ekonomi atau memahami konsep ekonomi (literasi ekonomi) sangat penting. Bagi masyarakat yang sudah sadar betul tentang situasi saat ini atau setidaknya paham konsep ekonomi maka banyak hal positif yang bisa dilakukan untuk mencegah pola hidup konsumtif yang berlebihan, semisal membuat daftar prioritas kebutuhan pokok yang dibutuhkan di masa pandemi ini sehingga ada tuntutan bahwa lebih baik membelanjakan uang untuk kebutuhan pokok dari pada membeli kebutuhan yang tidak penting untuk masa sekarang. Kesadaran dari diri sendiri terlebih dahulu adalah sebuah kunci untuk menerapkan konsep literasi ekonomi di kehidupan yang lebih luas lagi.

Kata Kunci : Covid-19, Pola Konsumsi dan Masa Pandemi

I. Pendahuluan

Covid-19 (*coronavirus disease 2019*) adalah jenis penyakit baru yang disebabkan oleh virus dari golongan *coronavirus*, yaitu SARS-CoV-2 yang juga sering disebut virus korona. Kasus pertama penyakit ini terjadi di Kota Wuhan, Cina, pada akhir Desember 2019. Setelah itu, covid-19 menular antar manusia dengan sangat cepat dan menyebar ke puluhan negara, termasuk Indonesia, hanya dalam beberapa bulan. Penyebarannya yang cepat membuat beberapa negara menerapkan kebijakan untuk menekan laju virus agar tidak merajalela, yakni kebijakan untuk memberlakukan *lockdown* untuk mencegah penyebarannya.

Di Indonesia, pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk menekan penyebaran virus ini. Pandemi covid-19 menyebabkan peningkatan angka pengangguran. Pandemi covid-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat. Banyak masyarakat yang mengeluh dan terhenti aktivitasnya karena pandemi covid-19. Selama masa pandemi covid-19 tidak bisa dipungkiri bahwa terjadi perubahan pola ekonomi terutama pada

konsumsi masyarakat di seluruh dunia tidak terkecuali di Indonesia, Hal ini tentunya juga ikut merubah dan memutar roda bisnis yang ada selama ini, seperti adanya perubahan peningkatan suatu produk dan ada pula perubahan penurunan pada produk-produk tertentu yang terjadi akibat adanya perubahan konsumsi pada masyarakat di masa pandemi ini. Apalagi setelah penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan himbauan WFH (*Work from Home*) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat di Indonesia.

Karena adanya pemberlakuan PSBB masyarakat Indonesia lebih memilih belanja online untuk meminimalisir kontak dan juga lebih mudah bertransaksi di masa pandemi ini. Menurut studi mengemukakan 1 dari 2 konsumen Indonesia menganggap belanja *online* lebih murah dan aman dibanding harus belanja di toko saat pandemi, khususnya di masa *new normal*. Faktor pendorong lain dalam mengubah pola hidup masyarakat selama pandemi ini juga karena keberadaan internet yang semakin maju dan berkembang, Pandemi covid-19 ini telah mengakibatkan shock ekonomi menyeluruh diseluruh dunia

sejak diumumkan pertama kali pada tanggal 31 Januari 2020 di Wuhan, mereka yang terdampak mulai dari ekonomi perorangan, rumah tangga, perusahaan mikro, kecil, menengah maupun besar, bahkan mempengaruhi ekonomi negara dengan skala cakupan dari lokal, nasional, dan bahkan global (Taufik, Ayuningtyas, 2020).

Semua perubahan ekonomi yang terjadi di masa pandemi ini banyak masyarakat yang terlena akan kemudahan belanja *online* yang merubah gaya hidup mereka lebih konsumtif namun tidak bermanfaat, terutama di kalangan mahasiswa dan mahasiswi di Indonesia. Hal tersebut didukung oleh *survei* yang telah dilakukan Tokopedia selama masa pandemi bahwa mayoritas wanita atau mahasiswi mendominasi jumlah pembelian, penjualan, jumlah pengeluaran uang belanja, serta jumlah pemasukan di Tokopedia. Rata-rata barang yang dibelanjakan terdiri dari produk kesehatan, kecantikan, *fashion*, aksesoris, dan gadget.

Mahasiswi mencapai 66,28 persen sebagai masyarakat yang konsumtif yang rata rata memiliki durasi belanja 3 kali dalam seminggu, sedangkan laki-laki yang mayoritasnya mahasiswa hanya

berjumlah 33,72 persen. Jika perilaku konsumtif ini tidak dikontrol dan tidak diantisipasi dengan baik maka yang terjadi nantinya akan terbiasa dengan budaya konsumtif yang akan menimbulkan kerugian kedepannya.

Perilaku konsumtif itu sendiri adalah perilaku timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi (Kompas, 2014). Dampak buruk dari perilaku konsumtif sangat mempengaruhi lingkungan hidup pertama, ketika masyarakat berperilaku konsumtif maka penggunaan sumber daya juga ikut boros karena sudah melebihi takaran dari batas wajar, yang kedua perilaku konsumtif cenderung membeli atau belanja hal yang kurang penting yang biasanya kepuasan oleh konsumen hanya sesaat akhirnya produk yang dibeli akan mengalami pembuangan dan mencemari lingkungan.

Dampak lainnya adalah terjadinya pemborosan dan efisiensi biaya, secara psikologis perilaku konsumtif juga menyebabkan seseorang mengalami sedikit banyak kecemasan dan rasa tidak aman, hal ini karena adanya tuntutan untuk membeli barang yang diinginkan akan tetapi tidak ditunjang dengan

kecukupan finansial yang dimilikinya alhasil banyak sekali masyarakat Indonesia yang hutang ke bank atau membuat kartu kredit, meminjam pinjaman *online* hanya untuk kepuasan pribadinya padahal itu adalah perilaku yang kurang baik dan harus segera dihindari terutama di masa pandemi ini.

Peran melek ekonomi atau memahami konsep ekonomi (literasi ekonomi) sangat penting. Bagi masyarakat yang sudah sadar betul tentang situasi saat ini atau setidaknya paham konsep ekonomi maka banyak hal positif yang bisa dilakukan untuk mencegah pola hidup konsumtif yang berlebihan, semisal membuat daftar prioritas kebutuhan pokok yang dibutuhkan di masa pandemi ini sehingga ada tuntutan bahwa lebih baik membelanjakan uang untuk kebutuhan pokok dari pada membeli kebutuhan yang tidak penting untuk masa sekarang. Masyarakat juga bisa berinvestasi atau menabung untuk jangka panjang di masa pandemi ini memanfaatkan teknologi yang sudah maju guna membendung pola konsumtif yang saat ini sedang melanda masyarakat Indonesia.

Suatu perilaku seringkali menghasilkan dampak negatif dan positif

tergantung individu itu sendiri untuk memiliki kontrol diri, semisal tentang masalah keuangan atau gaya hidup kita harus paham betul konsep konsep ekonomi yang bisa membawa hidup kita lebih sejahtera. Menurut penelitian Antonides (dalam Fitriana & Koenjoro, 2009) kontrol diri memiliki peranan yang sangat penting dalam proses membeli suatu barang, karena kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk melakukan hal yang positif termasuk dalam membelanjakan sesuatu. Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai dengan kebutuhan bukan hanya untuk memuaskan diri semata.

Konsep Literasi Ekonomi Pada Perubahan Pola Konsumsi

Menurut Mathews 1999: 2 literasi ekonomi merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan individu agar dapat mengenali atau menggunakan konsep ekonomi dan cara berpikir ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan. Sedangkan menurut Jappelli 2009 pada prinsipnya literasi ekonomi merupakan alat untuk mencapai

tujuan, hanya saja pada kenyataannya tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang tinggi sehingga mengkerucutkan peluang mencapai kesejahteraan.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa literasi ekonomi adalah kemampuan yang sangat penting untuk menciptakan keputusan ekonomi yang tepat dan kritis dalam hal apapun guna mencapai kesejahteraan. Masyarakat yang mengetahui dan memiliki pengetahuan tentang konsep ekonomi cenderung memiliki kemungkinan yang besar untuk mencapai target kesejahteraan keuangan dibandingkan yang tidak. Dan dengan mengerti konsep literasi ekonomi masyarakat lebih bisa selektif lagi dalam menentukan pilihan yang akan dibeli untuk mencukupi kebutuhan bukan hanya untuk gaya-gaya semata.

Simpulan

Berdasarkan paparan latar belakang dan pembahasan yang disampaikan sebelumnya mengenai konsep dan pentingnya pemahaman konsep literasi ekonomi, maka hal tersebut terutama di masa pandemi ini sangatlah penting untuk masyarakat.

Literasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Karena literasi ekonomi yang jelas bertujuan untuk memiliki tujuan keuangan, kesejahteraan yang pasti dan meminimalisir gaya hidup konsumtif yang kurang baik.

Kesadaran dari diri sendiri terlebih dahulu adalah sebuah kunci untuk menerapkan konsep literasi ekonomi di kehidupan yang lebih luas lagi. Melalui literasi ekonomi yang cukup baik, setidaknya masyarakat sadar dalam mengambil keputusan ekonomi mana yang lebih di prioritaskan pada manfaat yang lebih besar. Literasi ekonomi yang mampu mengendalikan diri dari sistem keuangan masyarakat ditengah ekonomi yang sulit seperti sekarang. Sehingga tidak terjebak pada keputusan ekonomi karena keinginan semata.

Sumber Bacaan

- Anggraini, R., Mariyanti, S. (2014). *Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul*. Jurnal Psikologi. 12(21), 34-42.
- Nugroho, Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana

Maulana, R. (2013). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Retrieved Februari 23,2015, from Kompasiana:<http://sosbud.kompasiana.com/2013/10/18/remaja-dan-perilakukonsumtif-599965.html>

Solihat, Air Nur, dan Syamsudin Aruasik. 2018. *Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi*. *Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 9-10

Taufik, Ayuningtyas. 2020. *The Impact of Covid-19 Pandemic on Business and Online Platform Existance*. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(1).21-32