

Monica Wahyu Lianti, Narulita Sarweni, Risyah Zahrotul Firdaus  
Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Indonesia., Indonesia.  
[monicaawahyul@gmail.com](mailto:monicaawahyul@gmail.com)

### **Abstract**

*Since the Covid-19 pandemic, E-commerce sites or online shopping are increasingly widespread and widely used among the people of Indonesia. The spread of the Covid-19 virus and the government enforced PSBB to PKKM made consumers make buying and selling transactions from inside their homes. The research used is a literature review method with data collection using literature studies originating from journals, and other relevant sources. The results of this study aim to determine the behavior of consumers shopping online through the Shopee E-commerce site during the Covid-19 Pandemic.*

**Keywords:** Covid-19 Pandemic, Shopee Platform Users

### **Abstrak**

Sejak adanya pandemi Covid-19 ini situs *E-commerce* atau berbelanja secara online semakin marak dan banyak digunakan dikalangan masyarakat Indonesia. Adanya penyebaran virus Covid-19 dan pemerintah meberlakukan PSBB hingga PKKM membuat para konsumen melakukan transaksi jual-beli dari dalam rumah. Penelitian yang digunakan adalah metode kajian pustaka dengan pengumpulan data menggunakan studi literature yang berasal dari jurnal, dan sumber-sumber lain yang relevan. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen berbelanja online melalui situs *E-commerce* Shopee pada masa Pandemi Covid-19.

**Kata kunci:** Pandemi Covid-19, Pengguna Platform Shopee

### **Pendahuluan**

Pada awal tahun 2020, wabah virus corona menyebar dengan sangat cepat keseluruh dunia Covid-19 (*Corona Virus Disease 2019*) merupakan virus yang bisa menginfeksi sistem pernapasan. Pada banyak kasus, virus ini hanya dapat menyebabkan infeksi pernapasan ringan, seperti flu. Namun, virus ini juga bisa menyebabkan infeksi pernapasan berat, seperti infeksi paru-paru (pneumonia). Virus corona pertama kali ditemukan di kota Wuhan, China. Pada 3 Maret 2020, Indonesia memasuki babak baru dalam pencegahan virus corona setelah Presiden Jokowi mengumumkan ada dua masyarakat yang terjangkit virus corona. Hingga akhir Maret 2020, kasus positif Covid-19 di Indonesia terus meningkat. Dengan banyak pertimbangan, Presiden Jokowi menetapkan peraturan tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dan mulai berlaku sejak 1 April 2020. Peraturan ini bertujuan untuk melindungi warga dari resiko penularan Covid-19 (Gitiyarko, 2020).

Dikarenakan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuat masyarakat Indonesia tidak dapat keluar rumah untuk membeli keperluan sehari-hari. Pandemi Covid-19 mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia, salah satunya yaitu budaya berbelanja offline beralih menjadi online. Berbelanja secara offline memiliki sisi positif yaitu dapat melihat secara langsung kondisi barang yang ingin dibeli. Akan tetapi, dikondisi yang sekarang ini banyak masyarakat yang cemas untuk berbelanja offline dikarenakan penularan Covid-19. Untuk itu, banyak masyarakat Indonesia yang beralih menggunakan *platform e-commerce* seperti Shopee untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Masyarakat Indonesia lebih memilih untuk bertransaksi secara digital melalui *platform e-commerce* Shopee karena dinilai lebih aman dan efisien demi menerapkan kebijakan *physical distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), karena adanya *platform e-commerce* seperti Shopee ini tidak perlu untuk keluar rumah ditengah pandemi

seperti saat ini. Shopee juga menawarkan berbagai potongan harga, mengaktifkan *Cash On Delivery* (COD) untuk mengakomodasi masyarakat yang belum terbiasa bertransaksi menggunakan bank. Selain itu, Shopee juga mengadakan *event-event* menarik setiap bulannya.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi pustaka dengan cara mengumpulkan data-data dari berbagai sumber, berupa jurnal dan sumber-sumber lainnya yang relevan. Menurut M.Nazir yang dimaksud dengan Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. (Nazir,1988: 111). Metode penelitian studi Pustaka ini bertujuan untuk menemukan, menganalisis, dan menyimpulkan dari sumber-sumber ilmiah untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang ada.

### **Hasil dan Pembahasan**

Sejak adanya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), terjadi perubahan tren perilaku belanja *online*. Menurut Mujiyana & Elissa (2013), belanja *online* (*online shopping*) adalah proses di mana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan *real-time* tanpa suatu media perantara melalui Internet. Hampir sebagian besar kota di Indonesia memberlakukan social distancing hingga PSBB guna mencegah penyebaran Covid-19 yang kian meluas. Kebiasaan melakukan kegiatan di luar rumah pun harus beralih menjadi melakukan segala kegiatan dari dalam rumah. Kebijakan dan sanksi yang diberlakukan oleh pemerintah selama PSBB pun terbilang cukup ketat sehingga menyebabkan masyarakat enggan pergi keluar rumah jika tidak ada kepentingan yang sangat mendesak. Dengan meningkatnya upaya masyarakat untuk memutus rantai penyebaran Covid-19, banyak masyarakat memilih berbelanja melalui *online* untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari dari dalam rumah. Di Indonesia, kasus

pertama Covid-19 terkonfirmasi pada 2 Maret 2020. Hanya dalam tempo 8 hari, yakni pada tanggal 10 April 2020, penyebarannya telah meluas di 34 provinsi di Indonesia (Satgas Covid-19:2020). *Coronavirus Disease 19* atau covid-19 pertama kali muncul di Wuhan, Tiongkok, pada Desember 2019. Penyebabnya adalah virus corona jenis baru yang disebut SARS Cov-2. Virus ini menyerang saluran pernapasan dan menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan.

Dalam tempo yang tergolong singkat, virus ini menyebar ke berbagai daerah lainnya di Tiongkok, kemudian ke negara-negara lain. Setelah hampir 2 bulan menjadi wabah, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 30 Januari 2020 pun menyatakan darurat global terhadap virus corona. Pada saat itu, covid-19 sudah menyebar luas ke banyak negara dan pada tanggal 9 Maret 2020, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) secara resmi mendeklarasikan virus corona (Covid-19) sebagai pandemi (Satuan Tugas Penanganan Covid-19:2020).

Pandemi Covid-19 telah mendorong sistem digital dalam aktivitas berbelanja. Orang-orang yang sebelumnya telah bertransaksi lewat aplikasi digital meningkatkan intensitas penggunaannya, sedangkan orang yang sebelumnya belum menggunakan kini mulai memanfaatkan aplikasi *digital* untuk memenuhi kebutuhan esensialnya. Hingga kini, Jumlah transaksi digital masyarakat Indonesia di masa pandemi Covid-19 meningkat cukup signifikan. Menurut Kalakota dan Whinston (1997) pengertian *e-commerce* adalah aktivitas belanja *online* dengan menggunakan jaringan internet serta cara transaksinya melalui *transfer* uang secara digital. Menurut Schaupp & Belanger (2005), *e-commerce* memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menemukan penjual serta barang dan jasa yang dibutuhkan. Alasan utama konsumen berbelanja *online* adalah: Kepercayaan dimana Dimensi kepercayaan dalam kaitannya dengan *online shop* adalah berkaitan erat dengan keyakinan konsumen pada perantara dan *online vendor* (Chen dan Dhillon, 2003). Kenyamanan (Bhatnagar & Ghose, 2004; Eastlick & Feinberg, 1999; Korgaonkar & Wolin, 2002), Efisiensi waktu dan kenyamanan (Soopramanien & Robertson, 2007).

Saat ini, *platform e-commerce* Shopee menjadi pusat perhatian para konsumen selama pandemi. Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara *online* dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone*. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara *online*. Shopee ikut meramaikan pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi sejak Juni 2015. Shopee merupakan sebuah anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Meningkatnya pengguna gadget membuat PT Shopee Internasional Indonesia melihat peluang baru di dunia *e-commerce*. Kini Shopee telah menyebar di berbagai Negara di Kawasan Asia Tenggara seperti Singapura, Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, dan Indonesia (Hermawan Riyadi:2019).

Shopee menawarkan berbagai macam produk dari mulai *fashion*, barang elektronik hingga kebutuhan sehari-hari. Tidak hanya pembeli, Shopee juga memfasilitasi para penjual untuk memasarkan dagangannya dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang mudah, aman dan pengaturan pengiriman yang terintegrasi. Beberapa keunggulan Shopee yaitu adanya fitur gratis ongkir (ongkos kirim), selalu memberikan program menarik dan pembayaran yang mudah. Metode pembayaran yang terdapat di *platform* Shopee antara lain seperti menggunakan kartu kredit/debit online, transfer bank, indomaret, ShopeePay, SPayLater, COD (*Cash On Delivery*) dan masih banyak lagi. Akan tetapi, platform ini tetap memiliki kelemahan, yang paling mencolok adalah aplikasinya yang cukup berat. Terkadang dibutuhkan sinyal telepon seluler yang kuat agar aplikasi Shopee dapat berjalan dengan lancar ketika pertama kali dibuka.

Dalam mendukung program pemerintah, Shopee menyatakan dirinya sebagai pejuang belanja atau bisa disebut #ShopeeDariRumah. Tujuan Shopee mengadakan gerakan kampanye #BelanjaDariRumah, yaitu ingin membantu masyarakat indonesia khususnya agar bisa mendapatkan kebutuhan sehari-hari dengan cara paling praktis dan aman. Maka dari itu Shopee terus meningkatkan strateginya dalam penjualannya karena di masa-masa

pandemi ini penjualan Shopee sangat meningkat drastis. *Platform e-commerce* Shopee mengalami peningkatan transaksi di Q2-2020 naik hingga 130% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. sepanjang Q2-2020, ada 260 juta transaksi di platform Shopee. Rata-rata, per harinya ada 2,8 juta transaksi yang dilakukan oleh pengguna Shopee (Alya:2021).

Pada *platform e-commerce* Shopee, kebutuhan yang banyak terjual antara lain seperti perlengkapan rumah tangga, produk-produk Kesehatan, makanan dan minuman, dan produk elektronik. Shopee sangat pintar dalam membangun strategi pemasarannya apalagi di masa pandemi seperti ini, strategi yang dilakukan antara lain jaminan harga yang murah, mengikuti trend yang ada, banyak promosi untuk konsumen seperti gratis ongkir, uang kembali (*cashback*), dan diskon *flash sale*. Diakui pada saat ini layanan pesan-antar makanan merupakan bisnis yang sangat menjanjikan, apalagi pengguna layanan pesan-antar makanan ini mengalami peningkatan yang sangat drastis pada masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini. Untuk itu, Shopee meningkatkan layanannya dengan menambah fitur layanan pesan antar makanan melalui aplikasinya yang bernama ShopeeFood.

### **Kesimpulan**

Dengan adanya Pandemi Covid-19, Pemerintah memberlakukan social distancing hingga PSBB di sebagian besar kota di Indonesia yang bertujuan untuk memutus rantai penyebaran Covid-19. Sehingga pada saat ini, banyak masyarakat yang melakukan segala aktivitasnya dari dalam rumah dengan begitu perilaku belanja online masyarakat Indonesia berubah. Banyak masyarakat Indonesia yang beralih berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Saat ini, *platform e-commerce* Shopee menjadi pusat perhatian para konsumen selama pandemi. Shopee menawarkan berbagai macam produk dari mulai dari *fashion*, perlengkapan rumah tangga, barang elektronik, suplemen Kesehatan dan masih banyak lagi. Untuk itu, pada masa pandemi ini penjualan di platform Shopee sangat meningkat drastis. Selain itu, Shopee meningkatkan layanannya dengan

mengeluarkan layanan yang bernama ShopeeFood.

**Saran:**

Pada saat pandemi Covid-19 ini diharapkan masyarakat Indonesia untuk tetap di rumah saja. Karena walaupun hanya bisa beraktivitas di rumah kita tetap bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari kita dengan berbelanja *online*. Pada saat ini sangat banyak *platform e-commerce* seperti Shopee yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Saat ini, Shopee juga meningkatkan layanannya dengan mengeluarkan layanan pesan-antar yaitu ShopeeFood. Walaupun di rumah saja tetap jaga higienitas, berolahraga dan konsumsi makanan yang bergizi. Akan tetapi, jika terpaksa ingin keluar rumah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tetaplah patuhi protokol kesehatan, menggunakan masker, dan jaga jarak.

**Daftar Pustaka**

Ahmad, Fahmi. 2021. "Shopee Berencana Tetap Gencar Promosi Setelah Pandemi Corona Usai", <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/5f8833d1ac4dc/shopee-berencana-tetap-gencar-promosi-setelah-pandemi-corona-usai> diakses pada tanggal 10 juli 2021 pukul 22.53 WIB

Alya, Hafizah. 2021. "Peningkatan Transaksi Digital E-Commerce Shopee Masa Pandemi Covid-19", <https://yoursay.suara.com/news/2021/01/21/105924/peningkatan-transaksi-digital-e-commerce-shopee-masa-pandemi-covid-19> diakses pada tanggal 9 juli 2021 pukul 21.19 WIB

Ansari, Harahap, dan Dita Amanah. 2018. "Perilaku Belanja Online di Indonesia", [https://www.researchgate.net/publication/328124861\\_PERILAKU\\_BELANJA\\_ONLINE\\_DI\\_INDONESIA\\_STUDI\\_KASUS](https://www.researchgate.net/publication/328124861_PERILAKU_BELANJA_ONLINE_DI_INDONESIA_STUDI_KASUS) diakses pada tanggal 12 juli 2021 pukul 19.30 WIB

Bertuah, Eka, dan Satriyo Multi. 2021. "Perbandingan Perilaku Belanja Online Melalui Shopee dan Tokopedia di Masa Pandemi Covid-19", [https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UE-U-Article-18894-5\\_0683.pdf](https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UE-U-Article-18894-5_0683.pdf) diakses

pada tanggal 9 juli 2021 pukul 21.19 WIB

Bhatnagar, dan Ghose. 2004; Eastlick, dan Feinberg. 1999; Korgaonkar, dan Wolin. 2002. "Kenyamanan" <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/j-mabisya/article/download/341/285/> diakses pada tanggal 13 juli 2021 pukul 21.37 WIB

CNN Indonesia, Satgas Covid-19. 2020. "Kilas Balik Pandemi Covid-19 di Indonesia", <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201110123516-25-568018/kilas-balik-pandemi-covid-19-di-indonesia> diakses pada tanggal 10 juli 2021 pukul 21.35 WIB

Dame, Merry. 2021. "Virus Corona", <https://www.alodokter.com/virus-corona> diakses pada tanggal 9 juli 2021 pukul 21.29 WIB

Gitiyarko, Vincentius. 2020. "Upaya dan Kebijakan Pemerintah Indonesia Menangani Covid-19", <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paran-topik/upaya-dan-kebijakan-pemerintah-indonesia-menangani-pandemi-covid-19> diakses pada tanggal 9 juli 2021 pukul 20.41 WIB

Grant, Ront. 2021. "Strategi Shopee, E-Commerce Populer Indonesia", <http://barteritonline.com/strategi-shopee-e-commerce-populer-indonesia/> diakses pada tanggal 10 juli 2021 pukul 23.00 WIB

[https://widuri.raharja.info/index.php?title=Meto de Studi Pustaka](https://widuri.raharja.info/index.php?title=Meto_de_Studi_Pustaka) diakses pada tanggal 13 juli 2021 pukul 19.52 WIB

Kalakota, dan Whinston. 1997. "Pengertian *E-commerce*", <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/04/e-commerce/> diakses pada tanggal 13 juli 2021 pukul 01.25 WIB

Pratama, Adrian. 2021. "Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia", <http://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/181> diakses pada tanggal 11 juli 2021 pukul 12.47 WIB

- Rafly, M. 2021. "Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Membangun Penjualannya di Tengah Pandemi Covid-19", <https://www.kompasiana.com/mrafly44614/5ffd0fac8ede48593071e302/strategi-komunikasi-pemasaran-shopee-dalam-membangun-penjualannya-di-tengah-pandemi-covid-19> diakses pada tanggal 10 juli 2021 pukul 23.52 WIB
- Riyadi, Hermawan. 2019. "Apa itu Shopee? Keunggulan Apa Saja yang Dimiliki oleh Shopee?", <https://www.nesabamedia.com/apa-itu-shopee/> diakses pada tanggal 12 juli 2021 pukul 18.59 WIB
- Satuan Tugas Penanganan Covid-19. 2021. "Pandemi", <https://covid19.go.id/tanya-jawab?search=Apa%20yang%20dimaksud%20dengan%20pandemi> diakses pada tanggal 9 juli 2021 pukul 20.30 WIB
- Schaupp, dan Belanger. 2005. "E-commerce Memberikan Kemudahan Bagi Konsumen", [https://www.researchgate.net/publication/328124861\\_PERILAKU\\_BELANJA\\_ONLINE\\_DI\\_INDONESIA\\_STUDI\\_KASUS](https://www.researchgate.net/publication/328124861_PERILAKU_BELANJA_ONLINE_DI_INDONESIA_STUDI_KASUS) diakses pada tanggal 13 juli 2021 pukul 22.04 WIB
- Setyo, Agustin. 2020. "Ini Tren Belanja Online Orang Indonesia saat PSBB", <https://www.liputan6.com/tekno/read/4249012/ini-tren-belanja-online-orang-indonesia-saat-psbb> diakses pada tanggal 10 juli 2021 pukul 21.54 WIB
- Soopramanien, dan Robertson. 2007. "Efisiensi waktu dan kenyamanan", <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/j-mabisya/article/download/341/285/> diakses pada tanggal 12 juli 2021 pukul 21.48 WIB
- Sugara, Anang, dan Rizki Yudhi. 2019. "Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online (Studi Pada Konsumen "Z")", <https://media.neliti.com/media/publications/201951-analisis-kepercayaan-dan-kepuasan-terhad.pdf> diakses pada tanggal 12 juli 2021 pukul 19.46 WIB
- Ulfah, Dewi. 2021. "Shopee ekspansi layanan pesan-antar makanan, saingi Grab dan Gojek", <https://bisnika.hops.id/shopee-ekspansi-layanan-pesan-antar-makanan-bakal-jadi-sangan-grab-dan-gojek/> diakses pada tanggal 12 juli 2021 pukul 22.30 WIB
- Wijaya, Agung. 2020. "Pengertian, Manfaat, Kelebihan dan Kekurangan Online Shop", <https://dianisa.com/pengertian-online-shop/> diakses pada tanggal 12 juli 2021 pukul 19.16 WIB