

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada Tahun 2020 dunia digemparkan dengan kemunculan sebuah virus baru yaitu coronavirus jenis baru (SARS-CoV-2) yang disebut dengan Covid 19 (Coronavirus Disease 2019). Akibat dari pandemi covid-19 ini memberikan dampak perekonomian secara global. Negara Indonesia merupakan salah satu negara yang terjangkit virus corona dan juga terkena dampak negatif pada sektor ekonomi. Banyak kerugian yang ditimbulkan dari pandemic ini yang berdampak pada perekonomian Indonesia. Setelah mengalami peningkatan kasus yang melesat dengan kurun waktu sangat cepat, pemerintah membuat kebijakan dalam mengatasi pandemic covid-19, dengan berlakunya PSBB yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah No 21 Tahun 2020. Dengan adanya PSBB tersebut semua kegiatan yang biasa dilakukan terpaksa terhenti. Seluruh kegiatan dibidang industri maupun perkantoran untuk sementara waktu terpaksa berhenti untuk beroperasi. Selain itu, sector pendidikan, layanan public, seluruh tempat beribadah, pusat perbelanjaan, rumah makan maupun tempat pariwisata juga mengalami hal yang sama. Social atau physical distancing ini membawa pengaruh pada penurunan aktivitas ekonomi secara keseluruhan (Nasution et al., 2020)

Dampak pada sector ekonomi pada masa pandemic covid-19 di Indonesia, antara lain :

- a. Terjadinya PHK besar-besaran. hasil data yang didapat yaitu  $\geq 1,5$  juta pekerja di rumahkan dan terkena PHK yang mana 90% pekerja di rumahkan dan pekerja yang di PHK sebesar 10%.
- b. Terjadinya penurunan PMI Manufacturing Indonesia mencapai 45,3% pada Maret 2020.
- c. Terjadinya punurunan impor sebesar 3,7% pada triwulan I.

- d. Terjadinya inflasi yang telah mencapai pada angka 2,96% year-on-year(yoy) yang telah disumbangkan dari harga emas dan komoditas pangan pada maret 2020.
- e. Terjadinya keterbatalan penerbangan yang mengakibatkan penurunan pendapatan di sector tersebut. Kerugian yang dirasakan mencapai Rp. 207 miliar. Batalnya penerbangan tersebut sebanyak 12.703 pada 15 bandara pada bulan januari-maret 2020.
- f. Pada 6 ribu hotel telah terjadi penurunan penempatan (okupansi) hingga mencapai 50%. Hal tersebut bisa mengakibatkan kehilangan devisa pariwisata

Dampak yang ditimbulkan oleh pandemi COVID 19 di Indonesia menimbulkan dampak yang sangat besar bagi sektor perekonomian. Berdasarkan data statistik, Badan Pusat Statistik (BPS) mengumumkan bahwa perekonomian Indonesia triwulan I-2020 terhadap triwulan I-2019 tumbuh sebesar 2,97 persen, melambat dibanding capaian triwulan I-2019 yang sebesar 5,07 persen (BPS DKI JAKARTA, 2020).Dampak perlambatan ekonomi di Indonesia tersebut diikuti dengan perlambatan ekonomi di masing-masing daerah. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang terkena pandemi COVID 19. Dalam beberapa bulan terakhir memasuki penutupan kuartal pertama tahun 2020 terjadi beberapa penurunan di beberapa sektor, baik di sektor pertanian, akomodasi, pariwisata, dan jasa transportasi udara. Dalam hal ini keempat sektor tersebut sangat penting bagi Yogyakarta karena sebagai kawasan pariwisata dan pertanian pendapatan dari sektor ini sangat penting.(Setiawan, 2020)

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. E-commerce yang sering digunakan oleh masyarakat seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Blibli, dll. 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. (Fitriyani et al., 2021)

Menurut (Mankiw, 2007) Konsumsi adalah kegiatan pembelanjaan guna pemenuhan kebutuhan yang meliputi barang dan jasa oleh rumah tangga. Barang yang dimaksud meliputi barang tahan lama dan barang tidak tahan lama. Barang tahan lama seperti mobil, motor, televisi, kulkas, almari dll. Barang tidak tahan lama seperti, pakaian, bahan makanan, sepatu, tas, dll. Jasa yang dimaksud meliputi layanan kesehatan, potong rambut, dll. Sedangkan jika dilihat dari pandangan Islam konsumsi adalah sebuah aktifitas ekonomi pemenuhan kebutuhan dengan didasarkan kepada masalah dengan tujuan mengumpulkan pahalan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. (Kasdi, 2013). Konsumsi secara berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan dalam islam sangatlah dilarang. Seorang muslim dalam konsumsi harus memperhatikan prinsip-prinsip konsumsi Islam. Hal ini dijelaskan pada firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-A'raf/7: 31.

المُسْرِفِينَ يُحِبُّ لَا إِنَّهُ تُسْرِفُونَ وَلَا وَاشْتَرُوا وَكُلُوا مَسْجِدِ كُلِّ عِنْدَ رَبِّكُمْ خُذُوا أَمْرًا بَيْنِي

*“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. al-A’raf (7): 31)*

Ayat ini merupakan bantahan terhadap kaum musyrikin yang melakukan thawaf di Baitullah sambil telanjang secara sengaja; laki-laki berthawaf pada siang hari dan perempuan pada malam hari. Maka Allah SWT berfirman: “Hai anak Adam, pakailah perhiasanmu ketika memasuki masjid”. Yang dimaksud “perhiasan” di sini ialah pakaian untuk menutupi aurat. Kaum musrikin disuruh mengenakan baju setiap kali mau memasuki masjid. Berdasarkan ayat ini dan sunnah yang semakna dengan ayat itu, maka disunahkan untuk mempercantik diri setiap kali melakukan shalat, terutama shalat Jum’at, shalat Jamaah dan shalat Idul Fitri. Memakai parfum dan bersiwak merupakan pelengkap dalam menghias diri. Selain itu, ayat ini juga merupakan anjuran untuk tidak berlebihlebihan dalam berkonsumsi.

Perubahan pola konsumsi dalam masyarakat adalah salah satu dampak penerapan social distancing dengan menghindari kerumunan tentu saja memengaruhi pola konsumsi dalam masyarakat. Contoh perubahan pola konsumsi di masyarakat salah satunya maraknya belanja online. Ditengah pandemi covid-19 sistem online menjadi solusi yang tepat, terutama pada bidang ekonomi yakni kegiatan konsumsi. Berbelanja dengan menggunakan sistem online menjadikan solusi yang aman, efektif dan efisien di pandemi covid-19, kita tidak perlu keluar rumah namun kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi. Lembaga penelitian, Alvara Research Center melakukan survei secara online bertujuan untuk melihat perubahan perilaku masyarakat selama pandemi covid-19. Survei yang dilakukan Institusi Riset Indonesia Alvara Research Center ini diikuti oleh 504 responden yang tersebar di seluruh daerah. Survei ini dilaksanakan pada tanggal 9 April 2020. Hasil dari survey tersebut menunjukkan sebanyak 87,1% masyarakat

melakukan belanja online selama satu minggu terakhir. Pola konsumsi mengalami perubahan melalui online, mereka tidak hanya membeli produk fashion atau produk elektronik, tapi produk makanan dan minuman pun mereka beli secara online. Semua aplikasi belanja online melaporkan adanya peningkatan transaksi selama pandemi. MarkPlus, Inc seperti dilansir dari laman liputan6.com melaporkan aktivitas belanja online mengalami peningkatan dari 4,7 persen menjadi 28,9 persen setelah adanya Covid-19, survei dilakukan di Jabodetabek. (Ali, 2020).

Perubahan pola konsumsi dengan cara online ini terjadi selama pandemic dan berdampak pada masyarakat seluruh Indonesia. Namun, menurut (Mustikasari, 2018) ada tujuh besar kota teraktif berbelanja daring di Indonesia dari 2 juta pengguna iPrice: Jakarta (42%), Surabaya (12%), Yogyakarta (9%), Medan (5%), Makassar (5%), Bandung (4%), dan Balikpapan (2%). Penggunaan e-commerce dalam rumah tangga di Kota Yogyakarta sendiri mencapai angka 18,75% untuk kegiatan belanja online dan 12,5% untuk kegiatan berjualan online. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa 76.654 orang penduduk Kota Yogyakarta adalah pembeli online dan 51.102 orang adalah penjual online (Indriani, 2016).

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang terdampak pandemi covid 19 dan mengalami perubahan pola konsumsi. Selama pandemi pola konsumsi masyarakat Yogyakarta beralih dengan konsumsi belanja online. Tingkat konsumsi belanja online masyarakat Yogyakarta selama pandemi mengalami kenaikan sebesar 30%. Hal ini tercatat dalam catatan transaksi layanan belanja online pasar tradisional di Yogyakarta melalui aplikasi ojek online (Gojek) dengan layanan pembayaran retribusi secara online bekerja sama dengan aplikasi pembayaran Gopay serta bekerja sama dengan salah satu Marketplace yang ada di Yogyakarta (Zuraya, 2020).

Peningkatan tersebut tentu saja tidak lepas dari beberapa factor yang mendorong konsumsi belanja online di dalam masyarakat. Salah satu faktor yang mendorong peningkatan konsumsi belanja online di kalangan masyarakat yaitu factor pendapatan. Pada masa pandemic seperti ini masyarakat akan menggunakan pendapatan untuk melakukan kegiatan konsumsi. Jika pendapatan meningkat maka konsumsi masyarakatpun juga akan meningkat. Masyarakat juga melakukan konsumsi dengan memperhatikan tingkat ekonomi yang dimiliki dengan menyesuaikan dengan status sosial ekonomi di masyarakat. Selain itu, factor kemudahan juga menjadi factor yang sangat penting dalam melakukan kegiatan konsumsi pada masa pandemic, masyarakat sangat terbantu dengan adanya kemudahan untuk memenuhi kebutuhan melalui internet, marketplace ataupun e-commerce selama pandemic.

Tingkat konsumsi mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya dipengaruhi oleh tingkat pendapatan dan pengetahuan ekonomi. Artinya semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi mahasiswa dengan asumsi bahwa variabel pengetahuan ekonomi adalah konstan dan semakin tinggi pengetahuan ekonomi yang dimiliki mahasiswa maka tingkat konsumsinya semakin rendah. Tingkat pendapatan dan pengetahuan ekonomi secara simultan memiliki pengaruh nyata terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. (Indrianawati, Entika & Soesatyo, 2015)

Perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP Untan Pontianak dipengaruhi oleh faktor status sosial ekonomi dan pembelajaran ekonomi. Artinya, semakin tinggi status sosial ekonomi seseorang akan mempengaruhi gaya hidup dan pola konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Selain status sosial ekonomi, pembelajaran ekonomi juga mempengaruhi dalam mengambil keputusan dalam kegiatan konsumsi seseorang. (Erni, 2013)

Perilaku konsumsi siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 17 Surabaya tidak dipengaruhi oleh status sosial ekonomi orang tuanya. Status sosial ekonomi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI IIS di SMA Negeri 17 Surabaya. Hal ini disebabkan karena meskipun siswa memiliki orang tua dengan status sosial ekonomi yang rendah dia dapat memiliki perilaku konsumsi irasional. (Iqhyarul I, 2016)

Harga, ulasan produk, kemudahan, dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. Kemudahan adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. Kemudahan Penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Artinya jika kemudahan yang didapatkan semakin baik maka hal tersebut memberikan pengaruh dengan adanya peningkatan kegiatan konsumsi belanja online. Kemudahan dalam hal ini seperti kemudahan untuk mencari barang yang pembeli butuhkan, mudah dalam bertransaksi, mudah dalam pengirimannya, mudah digunakan, mudah dipahami, dll. (Vania, 2017).

Faktor kegunaan dan kemudahan kurang berpengaruh secara signifikan terhadap belanja online pada siswa Y. Namun faktor kenyamanan berpengaruh positif terhadap tingkat belanja online siswa Y. Kenyamanan ini mengacu pada penghematan waktu dan usaha yang mencakup sebuah upaya fisik. Konsumen menganggap bahwa mereka dengan mudah mendapatkan pemasok atau menemukan serta membeli barang yang diinginkan tanpa harus meninggalkan rumah mereka. Hal ini tentu saja membuat seseorang mengubah pola konsumsinya dari belanja ke toko/pasar menjadi belanja online. (Makhitha, 2014)

Berdasarkan latar belakang dan research gap yang ada maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menganalisis secara mendalam tentang pengaruh faktor pendapatan, status sosial ekonomi dan kemudahan penggunaan terhadap tingkat konsumsi belanja online dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN ,STATUS SOSIAL EKONOMI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP TINGKAT KONSUMSI BELANJA ONLINE MASYARAKAT YOGYAKARTA SELAMA PANDEMI COVID 19**”

## **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dirinci di atas serta adanya keterbatasan peneliti, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah ini, bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis permasalahan yang akan diteliti agar lebih fokus, mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi belanja online. Variabel bebas yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu faktor pendapatan, status sosial ekonomi dan kemudahan penggunaan. Sedangkan variabel terikatnya yaitu tingkat konsumsi belanja online.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Pengaruh Faktor Pendapatan terhadap Tingkat Konsumsi Belanja Online Masyarakat Yogyakarta Selama Pandemi Covid 19 ?
2. Bagaimana Pengaruh Status Sosial Ekonomi terhadap Tingkat Konsumsi Belanja Online Masyarakat Yogyakarta Selama Pandemi Covid 19 ?
3. Bagaimana Pengaruh Faktor Kemudahan Penggunaan terhadap Tingkat Konsumsi Belanja Online Masyarakat Yogyakarta Selama Pandemi Covid 19 ?



#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui dan Menganalisis Bagaimana Faktor Pendapatan Berpengaruh Signifikan terhadap Tingkat Konsumsi Belanja Online Masyarakat Yogyakarta Selama Pandemi Covid 19.
2. Mengetahui dan Menganalisis Bagaimana Status Sosial Ekonomi Berpengaruh Signifikan terhadap Tingkat Konsumsi Belanja Online Masyarakat Yogyakarta Selama Pandemi Covid 19.
3. Mengetahui dan Menganalisis Bagaimana Faktor Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Signifikan terhadap Tingkat Konsumsi Belanja Online Masyarakat Yogyakarta Selama Pandemi Covid 19

#### **E. Kegunaan Hasil Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dapat memberikan wawasan baru mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi belanja online selama Pandemi Covid 19.
  - b. Sebagai bahan acuan, informasi, dan referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
  - a. Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu selama di bangku perkuliahan
  - b. Menambah wawasan dan pengetahuan terhadap permasalahan ekonomi di lingkungan sekitar.