



Available online at: <https://ejournal.edupulse.id/index.php/Wirtschaft/>

Wirtschaft: Journal of Economics and entrepreneurship

Volume 2, No. 1, 2025, pp. 01 – 20



Identification Of Changes In Consumption Patterns For Business Adaptation During The Covid Pandemic And Post-Pandemic

Octavia Berliana Lumbanraja¹ , Natasya Alfitriya² , Nazwa Aulia Putri Nasution³ , Malik Ramadhan Pasaribu⁴ , Putri Kemala Dewi Lubis⁵

¹⁻⁵Accounting Study Program, Faculty of Economics, State University of Medan

¹Korespondensi: octaviaberliana@gmail.com

© Lumbanraja dkk, 2025

Abstract

This study aims to analyze the changes in consumption patterns of Indonesians during the Covid-19 pandemic and its impact on economic growth. Using a qualitative analysis method, this study identifies shifts in consumer behavior that occur due to social restrictions and health concerns. The results show that people tend to shift from in-person shopping to online shopping, with an increase in demand for essential products such as food and health supplies, while spending on non-essential goods has decreased. These changes not only affect consumer behavior, but also have implications for business strategies and economic policies. This research emphasizes the importance of understanding new consumption patterns to formulate policies that support future economic recovery.

Keywords: consumption Pattern, Covid 19, Economic Growth, qualitative analysis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia selama masa pandemi Covid-19 dan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi. Dengan menggunakan metode analisis kualitatif, penelitian ini mengidentifikasi pergeseran perilaku konsumen yang terjadi akibat pembatasan sosial dan kekhawatiran akan kesehatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat cenderung beralih dari belanja langsung ke belanja online, dengan peningkatan permintaan terhadap produk esensial seperti makanan dan perlengkapan kesehatan, sementara pengeluaran untuk barang non-esensial mengalami penurunan. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi perilaku konsumen, tetapi juga berimplikasi pada strategi bisnis dan kebijakan ekonomi. Penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman terhadap pola konsumsi yang baru untuk merumuskan kebijakan yang mendukung pemulihan ekonomi di masa depan.

Kata kunci : Pola Komsumsi, Covid 19, Pertumbuhan Ekonomi, Analisis Kualitatif.

How to Cite: Lumbanraja, O. B., Alfitriya, N., Nasution, N. A. P., Pasaribu, M. R., Lubis, P. K. D. (2025). Identification Of Changes In Consumption Patterns For Business Adaptation During The Covid Pandemic And Post-Pandemic. *Wirtschaft: Journal of Economics and entrepreneurship*, 2(1), 01–20.

Pendahuluan

Sejak awal penyebaran COVID-19, masyarakat di seluruh dunia mengalami perubahan mendasar dalam cara hidup, termasuk pola konsumsi. Pembatasan sosial, penutupan tempat-tempat umum, dan kekhawatiran akan kesehatan mendorong individu untuk mengurangi aktivitas di luar rumah dan beralih ke belanja online [1]. Fenomena ini tidak hanya mengubah metode berbelanja, tetapi juga mempengaruhi jenis produk yang dibeli. Dalam konteks ini, masyarakat cenderung lebih memilih produk-produk esensial, seperti makanan, minuman, dan perlengkapan kesehatan, sambil mengurangi pengeluaran untuk barang-barang non-esensial seperti pakaian dan hiburan. Selain itu, ada peningkatan minat terhadap produk lokal dan keberlanjutan, di mana konsumen mulai lebih memperhatikan asal-usul barang dan dampaknya terhadap lingkungan. Dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital, platform e-commerce dan layanan pengantaran menjadi semakin populer, memfasilitasi perubahan cara masyarakat berbelanja [2], [3].

Perubahan pola konsumsi ini juga menyoroti ketidaksetaraan yang ada, di mana tidak semua individu memiliki akses yang sama terhadap teknologi dan sumber daya. Kelompok masyarakat yang lebih rentan sering kali menghadapi kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar mereka, yang menambah beban sosial di tengah krisis kesehatan ini. Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi perilaku konsumen, tetapi juga mengubah strategi bisnis dan pemasaran [4]. Perusahaan harus beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah, melalui inovasi produk dan peningkatan layanan pelanggan. Oleh karena itu, memahami perubahan pola konsumsi ini penting untuk merumuskan kebijakan yang dapat mendukung pemulihan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di masa depan.

Dengan adanya data dan analisis yang tepat, diharapkan pemangku kepentingan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh perubahan ini, serta memanfaatkan peluang yang ada untuk menciptakan sistem ekonomi yang lebih resilient dan berkelanjutan..

Metode

Penelitian ini menggunakan desain studi literatur, yang dipilih karena sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait perubahan pola konsumsi masyarakat selama pandemi Covid-19 dan setelahnya. Desain ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji berbagai referensi dan dokumen yang relevan secara sistematis, sehingga hasil analisis secara dapat merefleksikan dinamika yang terjadi di masyarakat berdasarkan data sekunder yang valid 1 .

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang terdampak perubahan pola konsumsi akibat pandemi, dengan subjek penelitian berupa data dan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber pustaka, seperti laporan Badan Pusat Statistik (BPS), artikel ilmiah, dan dokumen resmi lainnya. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive, yaitu memilih sumber data yang paling relevan dan kredibel untuk mendukung analisis, sehingga hasil penelitian dapat direplikasi oleh peneliti lain dengan mengakses sumber-sumber yang sama.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui telaah literatur, di mana peneliti secara strategis mengidentifikasi, mengumpulkan, dan menganalisis referensi yang berkaitan dengan topik penelitian. Instrumen yang digunakan adalah pedoman analisis dokumen, yang berisi kriteria pemilihan sumber, indikator perubahan pola konsumsi, serta variabel-variabel yang diamati, seperti jenis pengeluaran, kategori kebutuhan (primer, sekunder, tersier), dan perubahan perilaku konsumsi [5]. Prosedur pengumpulan data dijelaskan secara runtut, mulai dari identifikasi sumber, seleksi dokumen, hingga analisis isi, sehingga dapat diikuti dan direplikasi oleh peneliti lain.

Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif, yaitu analisis mana data yang dikumpulkan dari berbagai sumber diolah dan disajikan dalam bentuk narasi yang sistematis. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola, tren, dan perubahan konsumsi masyarakat berdasarkan data kuantitatif dan kualitatif yang tersedia. Jenis data yang dicatat meliputi persentase pengeluaran untuk berbagai kategori kebutuhan, perbandingan antara daerah perkotaan dan perdesaan, serta perubahan perilaku konsumsi sebelum, selama, dan setelah pandemi. Pengukuran dilakukan dengan membandingkan data antar periode dan antar kelompok masyarakat, sehingga hasilnya dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

Hasil

Pola Konsumsi Sebelum masa Pandemi Covid 19

Menurut Andriani Kebiasaan masyarakat dalam berbelanja bisa dikelompokkan menjadi tiga kategori utama menurut tingkat pemenuhan kebutuhan: kebutuhan dasar, kebutuhan tambahan, dan kebutuhan mewah [6]. Kebutuhan primer mencakup kebutuhan dasar yang esensial untuk mempertahankan kehidupan yang layak, termasuk sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (tempat tinggal). Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan tambahan yang mendukung pemenuhan kebutuhan primer, seperti pendidikan, kesehatan, dan hiburan. Di sisi lain, kebutuhan tersier berhubungan dengan gaya hidup dan status sosial yang lebih bersifat konsumtif.

Sebelum pandemi COVID-19, pola konsumsi masyarakat di kalangan kelas bawah cenderung berfokus pada pemenuhan kebutuhan primer. Kebutuhan primer ini menjadi prioritas utama, sementara kebutuhan sekunder sering kali tidak terpenuhi dengan optimal, dan kebutuhan tersier hampir tidak pernah dipenuhi. Masyarakat dengan penghasilan rendah akan lebih mengutamakan untuk memenuhi kebutuhan dasar, dan jika ada sisa, mereka akan mencoba memenuhi kebutuhan tambahan dan tersier.

Sebaliknya, masyarakat dari kelas menengah hingga atas dapat mencukupi hampir seluruh kebutuhan mereka, baik yang dasar, sekunder/tambahan, maupun tersier. Pola konsumsi mereka lebih beragam, dengan lebih banyak alokasi untuk kebutuhan sekunder dan tersier, yang berkaitan dengan pendidikan, kesehatan, serta gaya hidup yang lebih nyaman dan mewah.

Umumnya, sebelum terjadinya pandemi COVID19, pola belanja masyarakat dapat diuraikan seperti ini: orang-orang dengan pendapatan rendah lebih memperhatikan pemenuhan kebutuhan dasar, sedangkan kebutuhan sekunder dan tersier sering kali tidak tercapai. Kelas menengah mampu memenuhi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier mereka, sementara kelas atas dapat mencakup semua kebutuhan tersebut dengan lebih mudah.

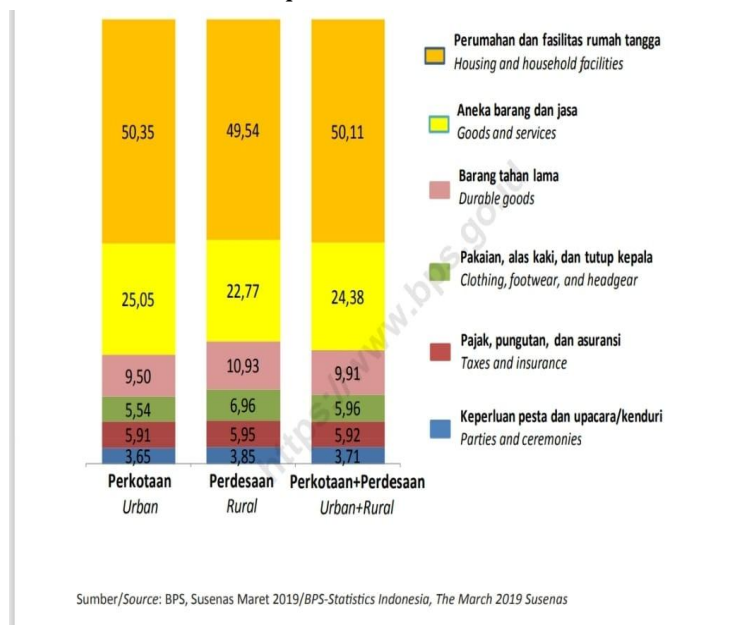
Namun, dengan adanya pandemi COVID-19, pola konsumsi masyarakat berubah. Kecenderungan konsumtif yang sebelumnya ada mulai bergeser menjadi lebih realistis dan menyesuaikan dengan kondisi yang ada [7]. Masyarakat dengan penghasilan

menengah ke bawah cenderung mendiversifikasi konsumsi mereka, memilih bahan makanan substitusi, serta mengoptimalkan hasil panen lokal untuk menjaga ketahanan pangan. Walaupun kuantitas konsumsi relatif tetap, kualitas produk yang dikonsumsi mengalami penurunan. Masyarakat dengan penghasilan lebih tinggi juga mengalami perubahan, namun dengan kecenderungan untuk lebih mengutamakan kualitas dan keberagaman konsumsi, termasuk memilih produk makanan yang lebih terjamin kualitasnya selama pandemi.

Berdasarkan Data BPS 2019

Sama seperti halnya dengan barang-barang makanan, saat kita melihat rata-rata pengeluaran per orang setiap bulan untuk berbagai jenis barang non makanan, kita juga bisa menghitung persentase rata-rata pengeluaran per orang setiap bulan yang didasarkan pada kategori non makanan tersebut dibandingkan dengan total pengeluaran untuk semua barang non makanan.

Gambar 1 menunjukkan bahwa sekitar setengah dari total pengeluaran per kapita bulanan untuk kelompok non-makanan dialokasikan untuk perumahan dan fasilitas rumah tangga, yakni mencapai 50,11 persen. Sebaliknya, pengeluaran paling sedikit adalah untuk kebutuhan pesta dan acara/kenduri, yakni hanya 3,71 persen. Menariknya, ada variasi pengeluaran yang bergantung pada lokasi tempat tinggal, terutama untuk barang-barang tahan lama, pakaian, sepatu, dan penutup kepala, serta kebutuhan untuk pesta dan acara/kenduri. Biasanya, pengeluaran di daerah pedesaan lebih tinggi dibandingkan dengan di perkotaan. Di daerah pedesaan, proporsi pengeluaran untuk barang tahan lama mencapai 10,93 persen, sementara di kota hanya 9,50 persen. Untuk pakaian, sepatu, dan aksesoris, persentase pengeluaran di pedesaan adalah 6,96 persen, sedangkan di perkotaan sebesar 5,54 persen.



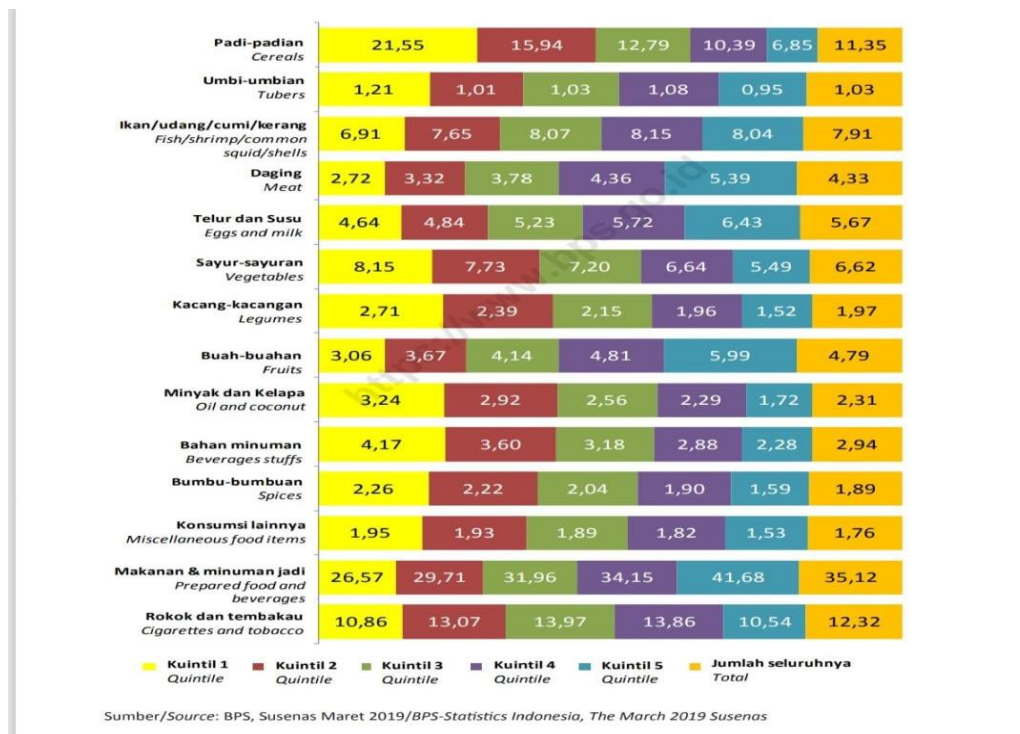
Gambar 1. Pengeluaran konsumsi bukan makanan, sumber: Data BPS 2019 [8].

Di sisi lain, belanja untuk berbagai barang dan jasa di daerah kota lebih tinggi daripada di desa, dengan persentase mencapai 25,05 persen untuk perkotaan, sedangkan pedesaan hanya 22,77 persen. Hal ini menunjukkan akses terhadap kesehatan,

pendidikan, transportasi, akomodasi dan jasa di perkotaan lebih terjangkau di bandingkan perdesaan.

Dengan meningkatnya pendapatan, akan terjadi perubahan secara bertahap dalam pola pengeluaran untuk komoditas makanan, yaitu peningkatan proporsi pengeluaran yang dialokasikan untuk makanan berkualitas lebih tinggi.

Gambar 2 menunjukkan bahwa masyarakat yang termasuk dalam kuintil pertama menghabiskan sekitar 20 persen dari pengeluaran makanan per orang dalam sebulan untuk padi-padian, yaitu sebesar 21,55 persen, sedangkan masyarakat di kuintil kelima hanya menghabiskan 6,85 persen. Ini dapat dimengerti karena padi-padian adalah makanan utama bagi banyak penduduk di Indonesia. Bagi masyarakat di kuintil pertama, mendapatkan makanan pokok adalah prioritas utama, sehingga mereka mengalokasikan sebagian besar pengeluaran untuk padi-padian.



Gambar 2. Pengeluaran Konsumsi makanan, sumber: Data BPS 2019

Kuintil pertama menunjukkan bahwa padi-padian menjadi konsumsi terbanyak, mencapai 21,55 persen, diikuti oleh makanan dan minuman olahan sebesar 26,57 persen, serta rokok dan tembakau yang menyumbang 10,86 persen. Sementara itu, kuintil kelima memiliki pola konsumsi yang berbeda, dengan persentase tertinggi di sektor makanan dan minuman olahan, yakni 41,68 persen, serta rokok dan tembakau yang mencatat 10,54 persen. Di samping itu, orang-orang di kuintil kelima yang menjalani kehidupan lebih baik

sering makan daging, ikan, udang, cumi, kerang, telur, dan susu, serta berbagai jenis buah. Kelompok padi-padian masih dominan pada kuintil pertama sebagai makanan pokok, sedangkan kuintil kedua sampai dengan kuintil kelima mengurangi konsumsi padi-padian dan beralih ke makanan jadi yang relatif praktis dan mudah diperoleh.

Pola Konsumsi Selama Pandemi Covid 19

Menurut Andriani Pada pandemi Covid-19, pola konsumsi masyarakat mengalami pergeseran yang signifikan, terutama dalam pemenuhan kebutuhan dasar, yang dapat dibagi menjadi tiga kategori utama: kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan primer meliputi sandang, pangan, dan papan, sedangkan kebutuhan sekunder berfokus pada penunjang kehidupan seperti pendidikan, kesehatan, dan hiburan. Di sisi lain, kebutuhan tersier berhubungan dengan gaya hidup dan status sosial.

Pandemi membuat masyarakat mengubah cara mereka berbelanja. Dulu, mereka cenderung membeli barang-barang secara berlebihan, tetapi sekarang mereka menjadi lebih praktis dan sesuai dengan kemampuan serta kebutuhan yang ada [9]. Di kalangan masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah hingga rendah, terjadi diversifikasi pola konsumsi, mengingat keterbatasan pendapatan. Hal ini membuat mereka cenderung lebih berhemat dalam pengeluaran, terutama untuk pangan, dan mengurangi konsumsi barang yang tidak esensial. Banyak yang mulai beralih ke bahan makanan substitusi dan mengandalkan hasil panen lokal atau persediaan makanan yang ada di sekitar rumah. Keberagaman pangan pun menjadi salah satu strategi untuk memastikan ketahanan pangan di lingkungan mereka. Selain itu, pola konsumsi pangan tetap terjaga, meskipun ada penurunan pada jenis produk yang dibeli, yang kini cenderung lebih murah dengan kualitas yang setara.

Di sisi lain, kelompok masyarakat dengan tingkat penghasilan menengah ke atas dan tinggi justru mengalami perubahan dalam pola konsumsi mereka. Mereka lebih mengutamakan kualitas dan keberagaman pangan, terutama dalam memilih makanan olahan dengan kualitas terjamin, seperti makanan dalam kemasan kaleng dan rempah-rempah untuk meningkatkan daya tahan tubuh selama pandemi. Keberagaman dalam memilih produk juga menjadi salah satu kecenderungan yang meningkat di kalangan kelompok ini.

Perubahan pola konsumsi tidak hanya berdampak pada jenis produk yang dibeli, tetapi juga pada cara belanja masyarakat. Aktivitas pembatasan sosial yang diterapkan selama pandemi mendorong banyak orang untuk beralih dari belanja langsung di pasar atau supermarket menuju pembelian secara daring [10]. Pasar lokal, toko kelontong dekat rumah, serta aplikasi marketplace atau layanan antar daring menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka. Kebiasaan belanja online ini menjadi salah satu alternatif yang sangat berguna untuk menjaga kelangsungan konsumsi masyarakat dan bahkan meningkatkan perekonomian lokal. Tidak hanya memudahkan masyarakat, namun juga memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha dan produsen untuk tetap beroperasi di tengah pembatasan sosial.

Selain itu, perubahan transaksi pembayaran juga mengikuti tren ini, dengan semakin banyaknya masyarakat yang beralih ke pembayaran digital menggunakan dompet digital. Hal ini mendukung program pemerintah yang menggalakkan sistem transaksi non-tunai atau cashless, sekaligus mengurangi interaksi fisik yang bisa memperburuk penyebaran virus. Dompet digital menjadi solusi praktis, terutama bagi mereka yang beraktivitas di luar rumah dan tetap ingin mematuhi protokol kesehatan yang berlaku.

Secara keseluruhan, selama pandemi Covid19, perubahan dalam cara orang mengonsumsi tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga mencakup cara dan proses transaksi yang dilakukan. Hal ini semakin menunjukkan pergeseran menuju digitalisasi dan keberagaman pilihan produk yang lebih terjangkau serta praktis.

Berdasarkan Data BPS 2020

Rata-rata pengeluaran bulanan per orang untuk setiap jenis makanan, jika dibandingkan dengan rata-rata pengeluaran untuk semua jenis makanan, menunjukkan seberapa besar persentase pengeluaran bulanan per orang berdasarkan kategori makanan. Gambar 3 menunjukkan bahwa lima kelompok makanan dengan pengeluaran terbesar adalah olahan makanan dan minuman (34,27 persen), tembakau dan rokok (12,17 persen), biji-bijian (11,07 persen), ikan, udang, cumi, dan kerang (7,72 persen), serta sayuran (7,52 persen). Sementara itu, kelompok komoditas lain berkontribusi 27,24 persen, yang meliputi telur dan susu, buah-buahan, daging, bahan minuman, minyak, kelapa, kacang, bumbu, umbi, dan bahan makanan lainnya



Sumber/Source: BPS, Susenas Maret 2020/BPS-Statistics Indonesia, The March 2020 Susenas

Gambar 3. Pengeluaran konsumsi komoditas makanan, sumber: Data BPS 2020[11]

Dilihat dari lokasi tinggal, di kota, lebih dari sepertiga dari total pengeluaran berasal dari makanan dan minuman olahan, dengan persentase 38,48 persen. Rokok dan tembakau berada di tempat kedua dengan 10,96 persen, sedangkan biji-bijian mengikuti dengan 9,10 persen. Di sisi lain, di desa, meskipun makanan dan minuman olahan tetap menduduki urutan teratas, persentasinya lebih rendah dibandingkan di kota, yaitu 27,35 persen. Biji-bijian di desa tercatat dengan pengeluaran 14,30 persen, dan rokok serta tembakau mencapai 14,17 persen. Rata-rata pengeluaran bulanan per orang untuk setiap kelompok barang non makanan, jika kita bandingkan dengan rata-rata pengeluaran untuk seluruh barang non makanan, akan menunjukkan persentase pengeluaran per orang bulanan yang rata menurut tiap kelompok non makanan.

Pada Gambar 4, menunjukkan bahwa hampir separuh dari pengeluaran per kapita sebulan untuk kelompok bukan makanan dialokasikan untuk perumahan dan fasilitas rumah tangga, yaitu sebesar 49,60 persen. Sementara itu, untuk kebutuhan pesta dan upacara/kenduri, pengeluaran terendah hanya mencapai 3,73 persen. Berdasarkan tempat tinggal, terdapat variasi dalam cara pengeluaran untuk barang-barang seperti pakaian, sepatu, barang tahan lama, tutup kepala, serta kebutuhan untuk pesta dan acara seperti kenduri, dimana perdesaan lebih tinggi dibanding perkotaan. Proporsi pengeluaran untuk barang-barang tahan lama di area pedesaan mencapai 10,86 persen,

sedangkan untuk perkotaan adalah 9,32 persen. Untuk pengeluaran pada pakaian, sepatu, dan aksesoris penutup kepala, di pedesaan menunjukkan angka 6,83 persen, sementara di perkotaan adalah 5,37 persen. Di sisi lain, untuk kategori berbagai barang dan layanan, pengeluaran di kota lebih tinggi daripada di desa, dengan nilai 25,34 persen berbanding 22,31 persen. Hal ini dapat diartikan bahwa akses terhadap aneka barang dan jasa di perkotaan lebih mudah dijangkau daripada di pedesaan.



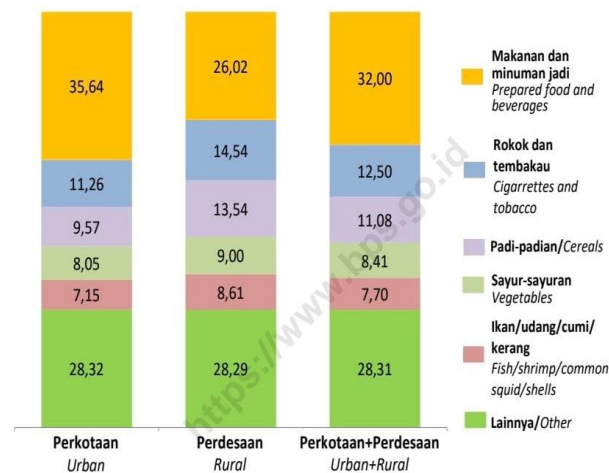
Sumber/Source: BPS, Susenas Maret 2020/BPS-Statistics Indonesia, The March 2020 Susenas

Gambar 4. Pengeluaran konsumsi komoditas bukan makanan, sumber: Data BPS 2020

Pola Konsumsi Sesudah Pandemi Covid 19 (2021-2024) Berdasarkan Data BPS 2021

Rata-rata pengeluaran per orang setiap bulan untuk setiap kategori makanan dibandingkan dengan rata-rata total menunjukkan persentase pengeluaran per orang setiap bulan menurut jenis makanan.

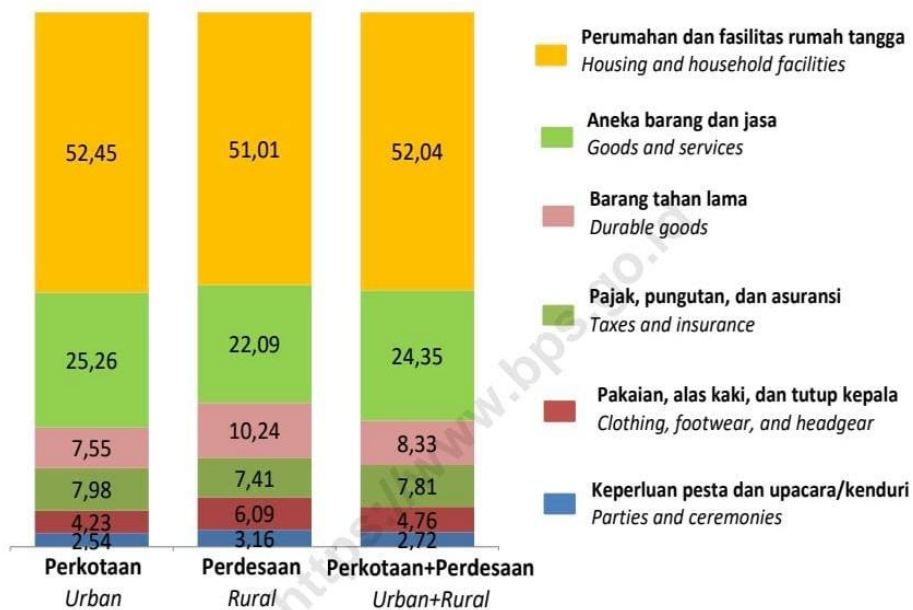
Pada Gambar 5, kita dapat melihat persentase rata-rata pengeluaran per orang per bulan berdasarkan kategori makanan dan tempat tinggal. Lima kategori makanan yang paling banyak dikeluarkan adalah makanan dan minuman siap saji (32,00 persen), tembakau dan rokok (12,50 persen), padi-padian (11,08 persen), sayur-sayuran (8,41 persen), serta ikan/udang/cumi/kerang (7,70 persen). Di sisi lain, kategori makanan lainnya mencakup 28,31 persen yang terdiri dari telur dan susu, buah, daging, bahan minuman, minyak dan kelapa, kacang-kacangan, bumbu, umbi-umbian, dan bahan makanan lainnya.



Sumber/Source: Susenas September 2021/The September 2021 Susenas

Gambar 5. pengeluaran konsumsi komoditas makanan, sumber: Data BPS 2021 [12].

Berdasarkan wilayah tempat tinggal, di kawasan perkotaan, lebih dari sepertiga pengeluaran didominasi oleh makanan dan minuman siap saji dengan persentase mencapai 35,64 persen. Untuk urutan kedua, rokok dan tembakau mencapai 11,26 persen, setelah itu ada padipadian dengan angka 9,57 persen. Di sisi lain, di wilayah pedesaan, makanan dan minuman siap saji masih menjadi yang utama, tetapi dengan persentase yang lebih rendah, yakni 26,02 persen; rokok dan tembakau berada di urutan kedua dengan 14,54 persen, dan padipadian di urutan ketiga dengan 13,54 persen (Gambar 5).



Sumber/Source: Susenas September 2021/The September 2021 Susenas

Gambar 6. pengeluaran konsumsi komoditas bukan makanan, sumber: Data BPS 2021

Rata-rata pengeluaran per kapita sebulan untuk setiap kelompok komoditas non makanan dibandingkan dengan rata-rata pengeluaran dari semua komoditas non makanan menghasilkan persentase pengeluaran per kapita sebulan untuk kelompok non makanan.

Dalam Gambar 6, terlihat bahwa hampir setengah dari pengeluaran per kapita sebulan untuk Kelompok yang tidak terkait makanan digunakan untuk kebutuhan rumah tangga dan perumahan, dengan persentase mencapai 52,04 persen. Di sisi lain, pengeluaran terendah untuk kegiatan pesta dan upacara/kenduri hanya 2,72 persen. Terdapat perbedaan pola pengeluaran yang menarik berdasarkan tempat tinggal, terutama di antara jenis-jenis barang yang awet, seperti pakaian, sepatu, dan bahan penutup kepala, serta untuk kebutuhan acara dan perayaan, di mana pengeluaran di daerah pedesaan lebih tinggi daripada di perkotaan. Untuk barang tahan lama, persentase pengeluaran di pedesaan mencapai 10,24 persen, sedangkan di perkotaan hanya 7,55 persen. Persentase pengeluaran untuk pakaian, alas kaki, dan tutup kepala di pedesaan adalah 6,09 persen, sementara di perkotaan 4,23 persen.

Di sisi lain, pengeluaran untuk kelompok barang dan jasa bervariasi, dengan angka yang lebih tinggi di perkotaan, yaitu 25,26 persen, dibandingkan dengan 22,09 persen di pedesaan. Ini menunjukkan bahwa akses terhadap berbagai barang dan jasa lebih mudah dijangkau di perkotaan dibandingkan di pedesaan.

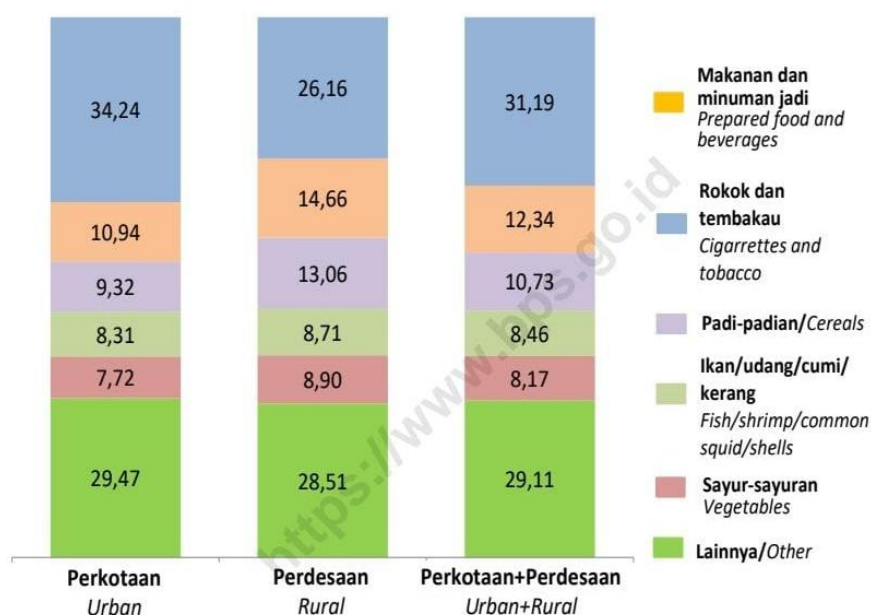
Berdasarkan Data BPS 2022

Rata-rata pengeluaran bulanan per kapita untuk setiap kelompok makanan dibandingkan dengan pengeluaran rata-rata seluruh makanan menunjukkan persentase pengeluaran per kapita setiap bulan berdasarkan kategori makanan.

Pada Gambar 7, dapat dilihat persentase rata-rata pengeluaran per kapita per bulan menurut kelompok makanan dan lokasi tempat tinggal. Lima kelompok makanan yang memiliki pengeluaran tertinggi terdiri dari makanan dan minuman jadi dengan

31,19 persen, rokok dan tembakau pada 12,34 persen, padi-padian 10,73 persen, ikan/udang/cumi/kerang mencapai 8,46 persen, dan sayuran sebesar 8,17 persen. Pada saat yang sama, kategori makanan yang berbeda menyumbang 29,11 persen, yang meliputi telur dan susu, buah-buahan, daging, minuman, minyak dan kelapa, kacang-kacangan, rempah-rempah, umbi-umbian, dan jenis bahan makanan lainnya.

Dari segi lokasi , di daerah perkotaan , lebih dari segmen perumahan yang didominasi oleh makanan dan minuman jadi , yang mencapai 34,24 persen. Pengeluaran tertinggi kedua adalah rokok dan tembakau pada 10,94 persen , diikuti oleh padi-padian dengan 9,32 persen. Sebaliknya, di wilayah pedesaan, meskipun makanan dan minuman tetap menjadi yang utama, persentasenya tidak setinggi di kota, yang mencapai 26,16 persen. Setelah itu, rokok dan tembakau berada di angka 14,66 persen dan padi-padian sebesar 13,06 persen , seperti terlihat pada Gambar 7.



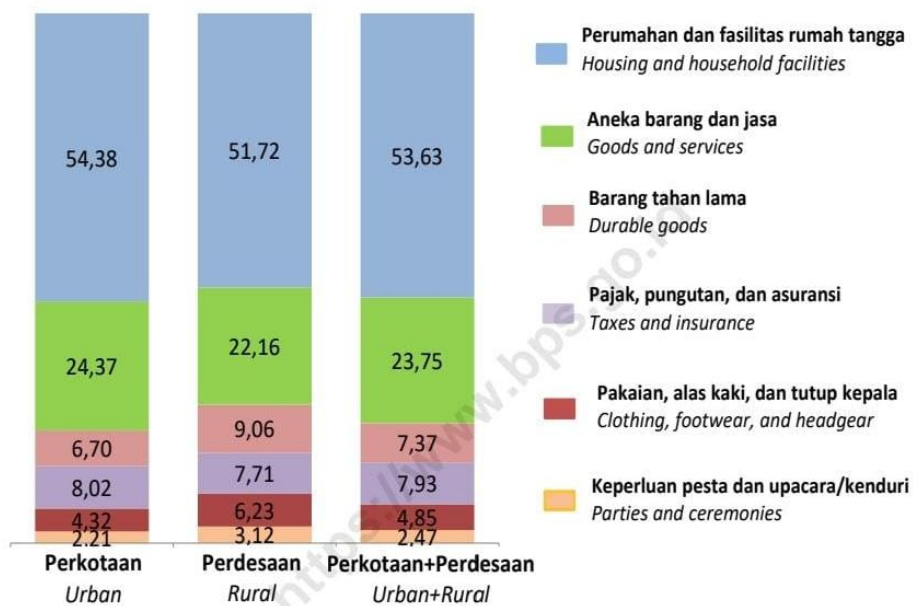
Sumber/Source: Susenas Maret 2022/The March 2022 Susenas

Gambar 7. pengeluaran konsumsi komoditas makanan, sumber: Data BPS 2022 [13].

Rata-rata pengeluaran bulanan per kapita untuk setiap kelompok barang bukan makanan dibandingkan dengan total rata-rata pengeluaran untuk semua komoditas bukan makanan menghasilkan persentase pengeluaran bulanan per kapita berdasarkan kategori bukan makanan.

Gambar 8 menunjukkan bahwa hampir setengah dari total pengeluaran per kapita bulanan untuk kategori bukan makanan yang digunakan untuk perumahan dan fasilitas rumah tangga, yaitu mencapai 53,63 persen. Sedangkan , pengeluaran terendah untuk kebutuhan acara pesta dan upacara/kenduri hanya 2,47 persen.

Dilihat dari lokasi tempat tinggal, terlihat adanya perbedaan dalam pola pengeluaran untuk produk yang tahan lama, pakaian, sepatu, dan penutup kepala, serta untuk keperluan pesta dan acara/ritual. Di dalam hal ini, masyarakat di pedesaan memiliki persentase pengeluaran yang lebih tinggi dibandingkan dengan perkotaan. Persentase pengeluaran untuk barang tahan lama di wilayah pedesaan adalah 9,06 persen, sedangkan di perkotaan hanya 6,70 persen.



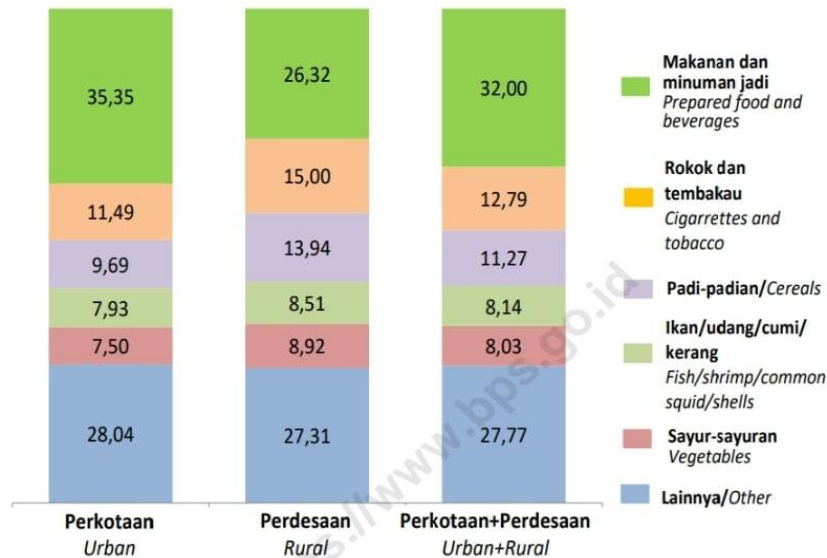
Sumber/Source: Susenas Maret 2022/The March 2022 Susenas

Gambar 8. pengeluaran konsumsi komoditas bukan makanan, sumber: Data BPS 2022

Selain itu, pengeluaran untuk pakaian, alas kaki, dan tutup kepala di perdesaan mencapai 6,23 persen, sementara di perkotaan hanya 4,32 persen. Sementara itu, pengeluaran untuk kelompok barang dan jasa beragam lebih besar di perkotaan dengan angka mencapai 24,37 persen dibandingkan dengan 22,16 persen di perdesaan. Ini menunjukkan bahwa akses ke barang dan jasa beragam lebih mudah diakses di perkotaan dibandingkan di perdesaan.

Berdasarkan Data BPS 2023

Rata-rata pengeluaran per orang sebulan untuk setiap jenis makanan dibandingkan dengan rata-rata pengeluaran untuk semua jenis makanan menghasilkan persentase rata-rata pengeluaran per orang sebulan berdasarkan jenis makanan.

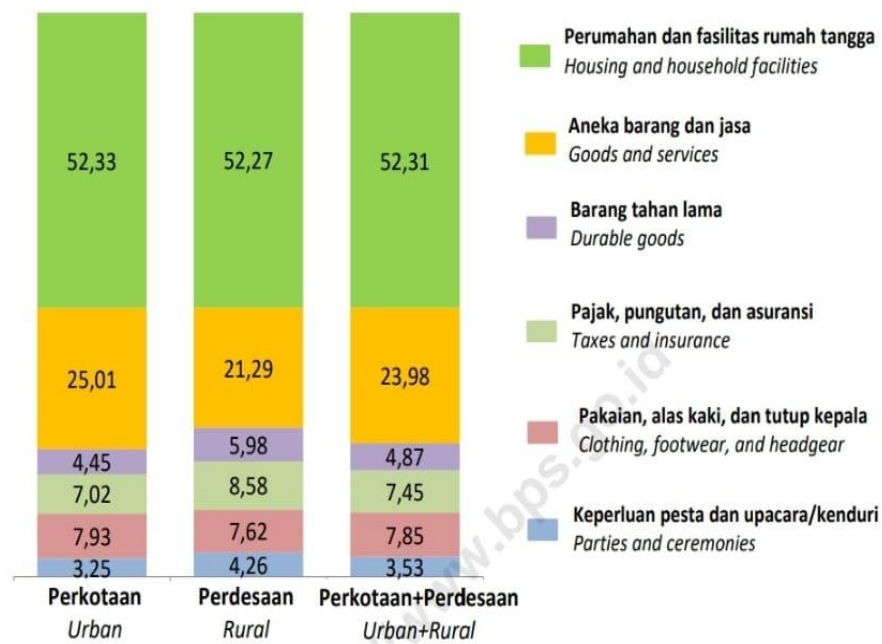


Sumber/Source: Badan Pusat Statistik, Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenans) Maret
BPS-Statistics Indonesia, The March National Socio-Economic Survey (Susenas)

Gambar 9 pengeluaran konsumsi komoditas makanan, sumber: Data BPS 2023 [14].

Rata-rata persentase pengeluaran per individu dalam sebulan berdasarkan jenis makanan dan area tinggal ditampilkan pada Gambar 9. Terlihat bahwa ada lima jenis makanan dengan pengeluaran tertinggi, yaitu makanan dan minuman olahan (32,00 persen), rokok dan tembakau (12,50 persen), biji-bijian (11,08 persen), sayuran (8,41 persen), serta ikan, udang, cumi, dan kerang (7,70 persen). Sementara itu, kelompok makanan lainnya mencakup 28,31 persen yang terdiri dari telur, susu, buah-buahan, daging, minuman, minyak, kelapa, kacang, bumbu, umbi, dan berbagai bahan makanan lainnya.

Berdasarkan lokasi tempat tinggal, di kawasan kota, lebih dari sepertiga terdiri dari makanan dan minuman olahan dengan angka 35,64 persen. Di tempat kedua terdapat rokok dan tembakau yang mencapai 11,26 persen, diikuti oleh padi-padian yang sebesar 9,57 persen. Sementara itu, di wilayah pedesaan, makanan dan minuman olahan masih menjadi yang paling banyak namun tidak setinggi di kawasan kota, yaitu 26,02 persen, diikuti oleh rokok dan tembakau yang mencatat 14,54 persen dan padi-padian di angka 13,54 persen (Gambar 9).



Sumber/Source: Badan Pusat Statistik, Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret
BPS-Statistics Indonesia, The March National Socio-Economic Survey (Susenas)

Gambar 10. pengeluaran konsumsi komoditas bukan makanan, sumber: Data BPS 2023

Rata-rata biaya per bulan untuk setiap kelompok barang non makanan per orang dibandingkan dengan rata-rata biaya untuk semua barang non makanan, menghasilkan persentase rata-rata biaya per orang per bulan menurut kategori non makanan.

Gambar 10 menunjukkan bahwa hampir separuh dari pengeluaran per kapita sebulan untuk kelompok bukan makanan dialokasikan untuk perumahan dan fasilitas rumah tangga, yaitu sebesar 52,04 persen. Sementara itu, untuk kebutuhan pesta dan acara seperti kenduri, pengeluaran terendah hanya mencapai 2,72 persen. Jika dilihat dari lokasi tempat tinggal, terdapat variasi dalam pola pengeluaran untuk barang-barang tahan lama, pakaian, sepatu, topi, serta kebutuhan pesta dan acara seperti kenduri, dimana perdesaan lebih tinggi dibanding perkotaan. Persentase pengeluaran untuk barang tahan lama di perdesaan sebesar 10,24 persen, sedangkan di perkotaan sebesar 7,55 persen. Persentase pengeluaran untuk pakaian, alas kaki dan penutup kepala di perdesaan sebesar 6,09 persen, sedangkan di perkotaan sebesar 4,23 persen.

Sementara itu, pengeluaran pada kelompok aneka barang dan jasa, di perkotaan lebih besar dibandingkan perdesaan, yaitu sebesar 25,26 persen dibanding 22,09 persen. Hal ini dapat diartikan bahwa akses terhadap aneka barang dan jasa di perkotaan lebih mudah dijangkau daripada di perdesaan.

Berdasarkan Data BPS 2024

Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas dan Klasifikasi Desa (rupiah), Maret 2024
Average Monthly per Capita Expenditure by Commodity Groups and Urban Rural Classification (rupiahs), March 2024

Kelompok Komoditas Commodity Groups	Klasifikasi Desa Urban Rural Classification		
	Perkotaan Urban	Perdesaan Rural	Perkotaan + Perdesaan Urban+Rural
(1)	(2)	(3)	(4)
1 Padi-padian/Cereals	88.417	103.512	94.641
2 Umbi-umbian/Tubers	7.283	10.338	8.542
3 Ikan/ Udang/ Cumi/ Kerang Fish/ Shrimp/ Squid/ Shells	60.361	53.822	57.665
4 Daging/ Meat	42.006	28.622	36.488
5 Telur dan Susu/ Eggs and Milk	44.365	28.386	37.776
6 Sayur-sayuran/ Vegetables	60.665	59.021	59.988
7 Kacang-kacangan/ Legumes	15.864	13.080	14.716
8 Buah-buahan/ Fruits	44.966	34.539	40.667
9 Minyak dan Kelapa/ Oil and Coconut	17.984	18.710	18.283
10 Bahan Minuman/ Beverages	20.469	21.930	21.071
11 Bumbu-bumbuan/ Spices	15.710	14.410	15.174
12 Bahan Makanan Lainnya Other Food Items	14.257	12.182	13.402
13 Makanan dan Minuman Jadi Prepared Food and Beverage	285.676	172.234	238.902
14 Rokok dan Tembakau Cigarette and Tobacco	91.826	98.253	94.476
Makanan/ Food	809.847	669.039	751.789
15 Perumahan dan Fasilitas Rumah Tangga Housing and Household Facilities	483.435	261.076	391.751
16 Aneka Barang dan Jasa Goods and Services	232.747	105.609	180.325
17 Pakaian, Alas Kaki, dan Tutup Kepala Clothing, Footwear, and Headgear	40.384	28.434	35.457
18 Barang Tahan Lama/ Durable Goods	62.412	38.481	52.545
19 Pajak, Pungutan, dan Asuransi Taxes, Fees, and Insurances	75.497	38.790	60.362
20 Keperluan Pesta dan Upacara/ Kenduri Parties and Ceremonies	33.105	21.516	28.326
Bukan Makanan/ Non Food	927.580	493.906	748.767
Total Pengeluaran/ Total Expenditure	1.737.427	1.162.944	1.500.556

Sumber: Badan Pusat Statistik, Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Maret 2024
Source: BPS-Statistics Indonesia, The March National Socio-Economic Survey (Susenas)

Gambar 11. pengeluaran konsumsi komoditas makanan dan bukan makanan, sumber: Data BPS 2024 [15].

Pada bulan Maret 2024, rata-rata pengeluaran bulanan per orang di Indonesia mencapai 1.500.556 rupiah. Ini berarti bahwa setiap orang di Indonesia, secara umum, mengeluarkan 1.500.556 rupiah per bulan untuk keperluan konsumsi, baik untuk barang makanan maupun nonmakanan. Angka tersebut mengalami kenaikan sebesar 3,35 persen dibandingkan dengan angka pada bulan Maret 2023, yang mencapai 1.451.870 rupiah per orang per bulan. Konsumsi yang dihitung dalam Susenas hanya mencakup barang-barang yang memang dikonsumsi oleh anggota rumah tangga, tanpa memperhitungkan pengeluaran untuk kebutuhan usaha atau yang diberikan kepada orang lain. Jika dilihat dari kategori barang, pengeluaran untuk makanan lebih besar dibandingkan dengan nonmakanan. Rata-rata pengeluaran per orang untuk makanan dalam sebulan adalah 751.789 rupiah, sedangkan untuk barang nonmakanan adalah 748.767 rupiah. Kedua jenis pengeluaran, baik untuk makanan maupun nonmakanan, menunjukkan peningkatan dibandingkan Maret 2023.

Pengeluaran rata-rata per kapita per bulan untuk makanan naik 5,69 persen, sedangkan untuk nonmakanan meningkat lebih sedikit, yaitu 1,10 persen. Pada Maret 2023, rata-rata pengeluaran per orang untuk barang makanan dan nonmakanan masing-

masing tercatat sebesar 711. 282 rupiah dan 740. 588 rupiah. Kenaikan pengeluaran untuk makanan relatif lebih tinggi dibandingkan nonmakanan, yang mengakibatkan peningkatan proporsi pengeluaran untuk makanan jika dibandingkan dengan Maret 2023. Pada Maret 2024, proporsi pengeluaran untuk makanan adalah 50,10 persen, meningkat sekitar 2,27 persen dari 48,99 persen di Maret 2023.

Rata-rata pengeluaran di area perkotaan mencapai 1. 737. 427 rupiah, atau naik 2,72 persen dibandingkan Maret 2023, yang sebesar 1. 691. 450 rupiah. Di sisi lain, rata-rata pengeluaran di daerah pedesaan lebih rendah, yaitu 1. 162. 944 rupiah, namun juga meningkat sekitar 3,92 persen dibandingkan Maret 2023 yang sebesar 1. 119. 119 rupiah. Kenaikan total pengeluaran di kedua wilayah, baik perkotaan maupun pedesaan, didominasi oleh pengeluaran untuk barang makanan.

Di antara kategori barang nonmakanan, pengeluaran tertinggi berada pada kelompok Perumahan dan Fasilitas Rumah Tangga. Ratarata pengeluaran nasional per kapita untuk kelompok ini pada Maret 2024 tercatat sebesar 391. 751 rupiah. Alokasi untuk kelompok Perumahan dan Fasilitas Rumah Tangga lebih dari 50 persen dari total pengeluaran nonmakanan. Kelompok dengan pengeluaran terbesar kedua adalah Aneka Barang dan Jasa, yang lebih dari 20 persen. Sementara itu, kelompok dengan proporsi terkecil adalah Keperluan Pesta dan Upacara, yang hanya sekitar tiga sampai empat persen. Meskipun demikian, rata-rata Pengeluaran untuk kategori Pesta dan Upacara/Kenduri mencatat peningkatan paling signifikan, yaitu 8,26 persen, jika dibandingkan dengan kelompok barang nonmakanan lainnya. Secara nasional, rata-rata pengeluaran untuk kategori ini pada bulan Maret 2023 adalah 26. 164 rupiah, kemudian naik menjadi 28. 326 rupiah pada Maret 2024. Umumnya, rata-rata pengeluaran di seluruh kelompok barang nonmakanan mengalami peningkatan dibandingkan Maret 2023, kecuali untuk kategori Barang Tahan Lama serta kategori Pakaian, Alas Kaki, dan penutup Kepala. Di perkotaan, total pengeluaran untuk semua kategori nonmakanan lebih tinggi dibandingkan di pedesaan. Lima dari enam kategori nonmakanan di perkotaan memiliki pengeluaran yang lebih dari 1,5 kali lipat dibandingkan di pedesaan. Pengeluaran untuk kategori Aneka Barang dan Jasa di perkotaan dua kali lipat lebih besar daripada di pedesaan. Faktor-faktor seperti harga barang yang cenderung lebih tinggi di kawasan perkotaan, pendapatan masyarakat perkotaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat pedesaan, ketersediaan barang nonmakanan yang lebih banyak dan bervariasi di kota, serta kebutuhan masyarakat kota yang lebih kompleks dibandingkan dengan kebutuhan masyarakat desa yang lebih fokus pada kebutuhan pangan diduga mempengaruhi kondisi ini.

Kesimpulannya Setelah Covid19, terjadi perubahan yang besar dalam pola konsumsi di Indonesia. Pengeluaran rata-rata per orang untuk makanan dan nonmakanan menunjukkan kenaikan, di mana proporsi untuk makanan mencapai 50,10 persen pada bulan Maret 2024, naik dari 48,99 persen setahun sebelumnya. Makanan dan minuman siap saji menjadi komoditas utama, terutama di kotakota, dengan pengeluaran mencapai 35,64 persen. Selain itu, pengeluaran untuk barang nonmakanan, seperti tempat tinggal dan peralatan rumah tangga, juga sangat dominan, melebihi 50 persen dari total pengeluaran nonmakanan. Ada perbedaan dalam pola pengeluaran antara penduduk kota dan desa, karena akses terhadap barang dan jasa lebih mudah di kota. Penduduk desa lebih banyak mengeluarkan uang untuk barang-barang tahan lama dan pakaian. Secara keseluruhan, meski pengeluaran meningkat, masyarakat tetap lebih memprioritaskan kebutuhan pokok, khususnya makanan, sebagai respons terhadap situasi ekonomi setelah pandemi.

Pembahasan

Dampak Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19 terhadap Perekonomian Indonesia

Menurut Lieke Putri, dkk Salah satu dampak signifikan dari pandemi ini adalah munculnya hambatan sosial dan ekonomi di Indonesia. Virus telah mengubah pola perilaku konsumen, mengingat sebelumnya masyarakat Indonesia aktif terlibat dalam berbagai kegiatan di luar rumah, seperti interaksi sosial, pekerjaan, dan aktivitas ekonomi. Kini, masyarakat cenderung memilih untuk berpartisipasi dalam kegiatan gotong-royong agar dapat menerapkan physical distancing, serta lebih mengandalkan interaksi melalui media sosial. Banyak perusahaan yang beradaptasi dengan perubahan ini, menyesuaikan diri dengan kebijakan pemerintah yang mendorong penerapan Work From Home (WFH) demi mengurangi risiko penyebaran Covid-19.

Dari perspektif ekonomi, penerapan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) membuat masyarakat menjadi lebih berhati-hati dalam berbelanja. Hal ini mendorong konsumen untuk beralih memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan berbelanja secara daring, menggunakan berbagai aplikasi e-commerce. Perubahan perilaku konsumen ini telah menciptakan gaya hidup baru di era pandemi.

Kebijakan pemerintah dalam menangani kasus Covid-19 memberikan dampak yang luas terhadap berbagai sektor di Indonesia dan telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Aktivitas yang sebelumnya berlangsung di luar rumah kini beralih ke dalam rumah, termasuk kebiasaan berbelanja yang bergeser dari tatap muka ke daring. Perkembangan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi juga memengaruhi berbagai sektor, termasuk ekonomi, yang berdampak pada perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Di masa pandemi ini, konsumen semakin memanfaatkan teknologi untuk melakukan transaksi pembelian dan penjualan barang atau jasa secara daring. Menurut data survei Alvara, belanja online mengalami peningkatan sekitar 24,8% dalam satu minggu selama pandemi. Selain itu, konsumen juga menunjukkan kecenderungan untuk membeli produk kesehatan sebagai langkah perlindungan diri dari virus.

Menurut Pertiwi, A. D, Dampak lain yang muncul adalah pemborosan dan efisiensi biaya. Secara psikologis, perilaku konsumtif dapat menyebabkan kecemasan dan rasa tidak aman, terutama ketika ada dorongan untuk membeli barang yang diinginkan tanpa didukung oleh kondisi keuangan yang memadai. Hal ini mengakibatkan banyak masyarakat Indonesia terpaksa berutang ke bank, menggunakan kartu kredit, atau meminjam dari pinjaman online demi memenuhi kepuasan pribadi, meskipun perilaku ini sebaiknya dihindari, terutama di masa pandemi.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19

Menurut Pertiwi, A. D, Ada Beberapa faktor yang memengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat selama pandemi Covid-19 adalah sebagai berikut:

1. Penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di Indonesia

Pemerintah Indonesia menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk mengendalikan penyebaran virus. Pandemi Covid-19 telah menyebabkan peningkatan angka pengangguran dan berdampak signifikan pada perekonomian masyarakat. Banyak individu yang mengeluhkan terhentinya aktivitas mereka akibat pandemi ini. Selama masa pandemi, tidak dapat dipungkiri bahwa terjadi perubahan dalam pola ekonomi, terutama dalam konsumsi masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Hal ini juga berpengaruh pada dinamika bisnis yang ada, dengan beberapa

produk mengalami peningkatan permintaan, sementara produk lainnya mengalami penurunan akibat perubahan pola konsumsi masyarakat.

2. Perkembangan Internet yang Pesat

Kemajuan dan perkembangan internet selama pandemi Covid-19 telah menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi perubahan pola konsumsi masyarakat. Ketika pembatasan sosial diterapkan dan akses ke tempat-tempat fisik terbatas, banyak konsumen beralih ke belanja daring sebagai solusi praktis untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. E-commerce mengalami lonjakan yang signifikan, dengan berbagai platform yang tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga pengalaman berbelanja yang lebih interaktif melalui teknologi digital. Media sosial juga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen, di mana ulasan dan rekomendasi dari influencer menjadi faktor pertimbangan dalam pemilihan produk. Selain itu, kesadaran akan keberlanjutan meningkat, membuat masyarakat lebih memilih produk lokal dan ramah lingkungan. Dengan demikian, internet telah mengubah tidak hanya cara konsumen berbelanja, tetapi juga nilai-nilai dan preferensi yang mendasari pilihan mereka, menciptakan lanskap konsumsi yang baru dan lebih dinamis.

3. Kepedulian terhadap Kesehatan dan Perubahan Prioritas Kebutuhan

Konsumen lebih memperhatikan aspek kesehatan dan keamanan dalam memilih produk, yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Selama pandemi, kebutuhan akan produk kesehatan dan kebersihan meningkat, sementara barang-barang non-esensial mengalami penurunan permintaan.

Simpulan

Pandemi Covid19 telah mengubah secara drastis cara orang mengonsumsi di Indonesia, dengan terlihatnya pergeseran dalam kebutuhan dan cara berbelanja. Penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mendorong masyarakat untuk beralih dari berbelanja secara langsung ke belanja melalui internet, dan transaksi ecommerce mengalami pertumbuhan yang signifikan. Saat ini, orang lebih memilih untuk membeli barang-barang penting, seperti makanan, minuman, dan perlengkapan kesehatan, sementara pengeluaran untuk barang yang tidak terlalu diperlukan berkurang. Selain itu, perhatian terhadap kesehatan dan keberlanjutan juga semakin tinggi, dengan konsumen lebih memilih produk dari dalam negeri dan yang ramah lingkungan. Meskipun ada peningkatan dalam pengeluaran untuk makanan dan barang-barang lainnya, masyarakat masih mengutamakan kebutuhan dasar, terutama makanan, sebagai respon terhadap kondisi ekonomi setelah pandemi. Perubahan ini juga menunjukkan adanya ketidakadilan dalam akses teknologi dan sumber daya, di mana kelompok masyarakat yang lebih lemah mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar mereka. Oleh karena itu, penting untuk memahami perubahan pola konsumsi ini guna menyusun kebijakan yang mendukung pemulihan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di masa mendatang.

References

- [1] R. Simanullang and P. C. Situmorang, *Managemen stres di tengah dampak Covid-19*. Guepedia, 2020.

- [2] Z. A. Mahran and M. H. Sebyar, "Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E-commerce di Indonesia," *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, vol. 1, no. 4, pp. 51–67, 2023.
- [3] D. T. Putra, I. Wahyudi, R. Megavitry, and A. Supriadi, "Pemanfaatan E-Commerce dalam Pemasaran Hasil Pertanian: Kelebihan dan Tantangan di Era Digital," *Jurnal Multidisiplin West Science*, vol. 2, no. 08, pp. 684–696, 2023.
- [4] T. A. Ananda, N. K. Dewi, and M. Z. Saleh, "Fenomena perubahan strategi pemasaran dalam menghadapi tantangan di era digital," *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, vol. 2, no. 4, pp. 98–107, 2023.
- [5] Y. Handoko, H. A. Wijaya, and A. Lestari, *Metode Penelitian Kualitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Administrasi Pendidikan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [6] A. Andriani, "Perubahan pola konsumsi masyarakat sebelum dan sesudah masa pandemi covid-19," *Eksis*, 2022.
- [7] A. D. Pertiwi, "PERUBAHAN POLA KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA SELAMA PANDEMI COVID 19," 2021.
- [8] Badan Pusat Statistik, "Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Pengeluaran, 2019,"
<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/05/31/ea145f324f198e80194043cd/produk-domestik-bruto-indonesia-menurut-pengeluaran--2019-2023.html>.
- [9] L. Putri, N. Syarweni, and R. Z. Firdaus, "Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19," *Media Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, vol. 21, no. 2, pp. 51–58, 2021.
- [10] A. Rohmah, "Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di indonesia," *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol. 1, no. 7, pp. 1373–1378, 2020.
- [11] Badan Pusat Statistik, "Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Pengeluaran, 2020,"
<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/05/31/ea145f324f198e80194043cd/produk-domestik-bruto-indonesia-menurut-pengeluaran--2019-2023.html>.
- [12] Badan Pusat Statistik, "Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Pengeluaran, 2021,"
<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/05/31/ea145f324f198e80194043cd/produk-domestik-bruto-indonesia-menurut-pengeluaran--2019-2023.html>.
- [13] Badan Pusat Statistik, "Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Pengeluaran, 2022,"

<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/05/31/ea145f324f198e80194043cd/produk-domestik-bruto-indonesia-menurut-pengeluaran--2019-2023.html>.

- [14] Bdan Pusat Statistik, "Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Pengeluaran, 2023,"

<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/05/31/ea145f324f198e80194043cd/produk-domestik-bruto-indonesia-menurut-pengeluaran--2019-2023.html>.

- [15] Badan Pusat Statistik, "Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Pengeluaran, 2024,"

<https://www.bps.go.id/id/publication/2024/05/31/ea145f324f198e80194043cd/produk-domestik-bruto-indonesia-menurut-pengeluaran--2019-2023.html>.