

# Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Menangani Pandemi Covid-19 dan Tren Pembelian *Online*

**PENERAPAN** Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa kota di seluruh Indonesia, dalam rangka mencegah penyebaran pandemi Corona COVID-19. Masyarakat tidak diperbolehkan berdekatan (*social distancing*), dan pemberlakuan skema *work from home* diberlakukan banyak perusahaan. Pemerintah mengambil langkah opsi Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), yang sesuai dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Keekarantinaan Kesehatan. Dalam UU Nomor 6 tahun 2018 tentang Keekarantinaan Kesehatan Pasal 59 ayat (1) disebutkan; PSBB merupakan bagian dari respons Kedaruratan Kesehatan Masyarakat. Sedangkan ayat (2) berbunyi; PSBB bertujuan mencegah meluasnya penyebaran penyakit Kedaruratan Kesehatan Masyarakat yang sedang terjadi antarorang di suatu wilayah tertentu (Putra, 2020).

Wabah coronavirus disease 2019 (Covid-19) yang mewabah saat ini sangat mematikan. Penyebarannya begitu cepat karena bisa ditularkan lewat berbagai media, makhluk hidup maupun benda mati. Sekitar 70% warga Indonesia bisa tertular coronavirus dan 1,5 juta lebih penduduk bakal meninggal dunia apabila tidak ada langkah disiplin memutus rantai penyebaran, tidak ada alat pelindung diri yang cukup, dan pelayanan medis yang tidak memadai. Menilik penularannya yang sangat cepat, angka kematian yang begitu tinggi, dan daya rusak yang amat besar terhadap perekonomian, berbagai negara kini menaruh gendeng perang terhadap wabah coronavirus. Indonesia pun berada dalam situasi perang melawan coronavirus. Sebagaimana perang, setiap orang harus tunduk pada komando pemimpin, fokus pada satu tujuan, dan bertempur bersama untuk mengalahkan coronavirus (Dorimulu, 2020).

Pada pertengahan Maret lalu, setelah kematian pertama akibat virus corona di Indonesia dan di-

tetapkannya pandemi global oleh Organisasi Kesehatan Dunia, WHO, Yurianto mengatakan pemerintah "harus lebih keras lagi" mengendalikan penularan virus corona di dalam negeri. Dirjen WHO mengatakan, penetapan status berkaitan dengan kecepatan virus corona menyebar dengan luas. Deklarasi virus corona atau Covid-19 dilakukan untuk memicu pemerintah negara di seluruh dunia menyiapkan rencana kesiap-siagaan darurat untuk melindungi masyarakat (Amindoni, 2020).

Pemberlakuan *social distancing* yang dilakukan oleh sejumlah perusahaan ikut berdampak pada tren minat belanja online orang Indonesia. iPrice merangkum habit belanja online orang Indonesia memanfaatkan data impression dari Google Analytics selama periode Maret 2020 dan Februari 2020. Berikut ini beberapa highlight menarik seputar peningkatan minat produk orang Indonesia pada saat pandemic Covid 19. Riset ini dilakukan dengan melacak minat belanja online orang Indonesia terhadap sejumlah produk selama masa COVID-19. Instrumen yang dipakai untuk mengetahui ketertarikan konsumen adalah data impression di Google Analytic, dan data diambil dengan membandingkan periode 1-29 Februari dan 1-29 Maret 2020 (iPrice, 2020), yaitu;

## 1. Produk kesehatan pencegahan virus COVID-19

Minat belanja produk kesehatan secara online mengalami peningkatan yang signifikan. Hand sanitizer atau pembersih tangan yang menjadi produk preventif penyebaran virus dengan daya minat belanja tertinggi yaitu 5.585% diikuti vitamin C dengan peningkatan minat belanja hingga 1.986%. Peningkatan minat belanja berdampak pada tingginya demand dari produk hand sanitizer. Peningkatan terjadi hingga 100% pada toko ritel dan menjadikan banyaknya pembeli yang beralih membeli

produk hand sanitizer secara online di platform e-commerce. Produk lain yang juga ikut meningkat daya minatnya adalah Dettol hingga 1.395%. Demand terhadap Dettol dan Lysol selama musim COVID-19 terjadi secara global dikarenakan penganjuran penggunaan produk ini sebagai salah satu disinfektan untuk membunuh virus Corona. Salah satu gejala dari kasus positif COVID-19 adalah suhu tubuh yang tinggi yaitu 37,8 celsius ke atas. Hal ini minat terhadap pembelian pengukur suhu tubuh meningkat. Untuk termometer biasa, terjadi peningkatan hingga 1.007%. Sedangkan minat belanja paling tinggi ada pada produk Termometer Lotus dengan rentang harga Rp 1 juta-3 juta. Produk kesehatan selanjutnya adalah masker mulut dengan peningkatan minat beli sehingga 167%. Pada riset iPrice sebelumnya, harga dan minat belanja masker mulut sudah meningkat sejak bulan Januari yaitu pada saat kasus awal virus Corona muncul di negara tetangga Singapura dan Malaysia. Hal ini menyebabkan peningkatan di Februari tidak menunjukkan data yang meningkat drastis seperti produk kesehatan lainnya.

## 2. Produk mendukung pekerjaan dari rumah

Maraknya penyebaran virus COVID-19 di Indonesia menjadikan banyaknya perusahaan yang menerapkan aktivitas bekerja dari rumah alias *work from home* (WFH). Untuk wilayah Jakarta penerapan WFH dimulai sejak 3 April 2020 hingga 19 April 2020. Namun sudah banyak perusahaan yang menerapkan WFH dimulai pertengahan Maret kemarin. Bergantinya tren bekerja dari rumah ikut mempengaruhi tren minat belanja online orang Indonesia. Tingginya intensitas meeting online dan video conference bisa direfleksikan dengan peningkatan minat belanja webcam hingga 1.572%. Webcam tak cuma digunakan un-



**Dr. Dedy Ansari Harahap, SP., MM**  
Email : deanhar@yahoo.com  
Dosen Prodi Manajemen Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Bandung

tuk WFH, tetapi juga membantu proses belajar dan mengajar online yang juga dipraktikkan sekolah dan lembaga pendidikan di Indonesia selama musim pandemi ini. Produk kedua dengan peningkatan minat belanja secara online adalah kertas folio. Peningkatan minat belanja kertas meningkat 377% sejak Februari kemarin. Dapat diprediksi, pembelian ATK (alat tulis kantor) juga akan meningkat dalam bulan ini jika melihat tren diperpanjangnya masa bekerja dan belajar dari rumah.

## 3. Produk hobi outdoor dan indoor

Minat belanja pada sepeda Polygon meningkat hingga 1.036% sejak awal Maret 2020 jika dibandingkan dengan bulan Februari. Tidak hanya di Indonesia, tren peningkatan pembelian sepeda indoor maupun outdoor juga meningkat di Inggris. Dilaporkan dari BBC News, produk sepeda mengalami peningkatan penjualan sebanyak 15%. Produk kedua adalah Nintendo yang mengalami peningkatan minat beli hingga 156%. Permainan game Nintendo

memang mengalami peningkatan tajam di masa pandemi. Data yang diperoleh dari iPrice Singapura menunjukkan angka peningkatan yang signifikan terhadap minat beli PS4 sebanyak 714%. Di Italia, pembelian produk berupa game console dan physical game meningkat hingga 84% pada minggu pertama lockdown Maret kemarin. Di Indonesia, dipastikan minat belanja produk Nintendo akan terus meningkat jika periode pembatasan sosial ini diterapkan jika melihat tren di negara lainnya.

## 4. Produk makanan dan minuman

Tren pembelian bahan makanan secara online selama proses lockdown atau pembatasan sosial ini sudah bisa diprediksi. Minat belanja mie instant meningkat hingga 159%. Selain produk Indomie yang merupakan makanan instan lokal, produk minuman lokal juga mengalami peningkatan. Produk anggur merah cap Orang Tua mengalami peningkatan hingga 78% dibandingkan bulan sebelumnya. Prediksi peningkatan pembelian produk alkohol sudah menjadi tren di negara-negara yang menjalankan lockdown. London salah satunya melaporkan ada peningkatan hingga 1.000% untuk pemesanan minuman beralkohol secara online pada bulan Maret 2020 ini. Kira-kira tren produk apalagi yang akan meningkat di Indonesia selama periode pembatasan sosial?

Perkembangan era digital semakin tak terhindarkan yang harus diikuti setiap perusahaan menyesuaikan strategi pemasarannya dengan memasuki sistem online untuk menjual produknya. Belanja online menjadi suatu kebiasaan bagi sebagian orang karena kemudahan yang diberikan, orang-orang banyak beranggapan bahwa belanja online adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukannya (Harahap & Amanah, 2018).

Penyebaran virus corona baru di

balik wabah Covid 19 turut mempengaruhi tren konsumsi konsumen e-commerce di Indonesia. Anjuran untuk berdiam diri di rumah membuat e-commerce jadi andalan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. "Saat ini, permintaan produk yang dicari oleh konsumen bergeser dari keinginan, menjadi kebutuhan," kata Chief of Customer Experience Lazada Indonesia Ferry Kusnowo di Jakarta, Selasa (24/3/2020). Ada lonjakan pembelian pada kategori kebutuhan rumah tangga, seperti sabun cuci piring dan tisu. Konsumen juga memburu produk kesehatan dan kebersihan seperti vitamin, antiseptik, masker, dan hand sanitizer.

Tingginya permintaan konsumen untuk produk kesehatan juga terjadi di e-commerce lain. Bukalapak mencatat ada kenaikan transaksi pada produk kesehatan serta alat pendukung kesehatan. Di masa ketika banyak orang bekerja dari rumah, penjualan alat tulis kantor juga meningkat. Namun seiring dengan tingginya kesadaran masyarakat akan perlindungan kesehatan, maka kami juga mencatat kenaikan pada produk kesehatan dan alat pendukung kesehatan, serta alat pendukung bekerja dari rumah. Produk serupa juga makin laris di e-commerce Tokopedia yang mencatat ada kenaikan transaksi di produk kesehatan serta kebutuhan pokok lain sejak pandemi Covid-19 muncul di Indonesia, kata Vice Presiden of Corporate Communications Tokopedia, Nuraini Razak dalam keterangan resmi.

Di Shopee, kebutuhan sanitasi dan barang-barang esensial kebutuhan sehari-hari pun banyak dicari. "Kategori tersebut mengalami peningkatan permintaan yang lebih besar selama periode ini, dengan jumlah peningkatan pencarian terhadap kedua kategori tersebut dari para pengguna kami," kata Public Relations Shopee Indonesia Aditya Maulana Noverdi. Pihaknya pun berupaya memantau agar barang-barang esensial tersebut dijual dengan harga layak

kendati permintaan melonjak. "Shopee telah menindak lebih dari 3.000 mitra penjual yang menjual masker serta hand sanitizer dengan harga yang tidak masuk akal," (Jemadu, 2020).

Pengurangan aktifitas di luar menyebabkan bisnis mengalami dampak positif dan negatif akibat peristiwa tersebut. Setiap orang akan membatasi dan mengurangi transaksinya untuk sektor tertentu, namun di sektor lainnya berdampak semakin banyaknya masyarakat berlomba-lomba berbelanja di toko dengan jumlah yang banyak untuk membeli keperluan rumah tangga untuk stok persediaan yg lebih lama agar tidak kelangkaan dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari melalui pembelian online (Harahap, 2020).

Wabah Pandemi Covid 19 berhasil mempercepat bahkan memaksa terjadinya transformasi bisnis makanan dan minuman serta aktivitas jual belinya dari tradisional menjadi daring atau online lewat prinsip digitalisasi. "Saat ini semua pihak dipaksa untuk beraktivitas secara online dan menerapkan prinsip digitalisasi, kalau tidak kegiatan perekonomian serta bisnis akan mati," ujar Pengamat ekonomi Andry Satrio dari Institute for Development of Economics and Finance (Indef) ditulis Kamis (9/4/2020) (Supriyatna, 2020).

Pandemi COVID-19 telah membuka wawasan masyarakat dan pedagang melakukan aktifitas bisnis melalui transaksi elektronik dengan sistem digitalisasi. Pasar-pasar tradisional sudah mulai memasuki marketplace untuk memasarkan produknya untuk dijual secara online agar barang dagangannya laku terjual, bahkan ada beberapa pedagang eceran menjual sendiri secara online dengan menggunakan media sosial melalui group-whatsapp dan lainnya melalui promosi cash on delivery agar menarik minat pelanggan untuk membeli produknya. (\*)