

BELANJA ONLINE DI MASA PANDEMIK

Liliana¹

¹Sistem Informasi Bisnis, Teknik Informatika, Universitas Surabaya, Raya Kalirungkut Surabaya
Email: lili@staff.ubaya.ac.id

Abstrak

Masa pandemic mengubah banyak hal, termasuk pola bekerja, pola belajar, dan pola belanja. Pembatasan mobilitas yang diterapkan pemerintah, serta tingginya korban Covid-19 membuat banyak orang khawatir untuk berpergian keluar rumah. Sebaliknya, kebutuhan hidup sehari-hari tidak dapat ditinggalkan. Hal ini membuat meningkatnya jumlah belanja online di Indonesia selama tahun 2020-2021. Berbelanja secara online, memiliki kelebihan dan kekurangannya tersendiri, seperti kesenangan akan window shopping, dimana seseorang dapat memilih dengan bebas tanpa khawatir diperhatikan oleh sekitar, dan tingkat kejahatan online yang meningkat karena kurangnya pengetahuan pembeli. Oleh karena itu, dibutuhkan edukasi masyarakat terkait dengan belanja online, agar seseorang tetap dapat berbelanja dengan nyaman dan aman selama pandemic Covid-19.

Kata Kunci: *pandemic, belanja online, tips dan trik*

Pendahuluan

Covid-19 mengubah cara manusia berinteraksi (Djalante et al., 2020; Prayoga, 2021; Yuliarti, 2020). Sebagai salah satu bentuk pengendalian Covid-19, Pemerintah Indonesia menerbitkan peraturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) (Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, 2021), dimana keduanya membatasi mobilitas warga, baik dalam kota maupun keluar kota. Dampak dari adanya peraturan ini adalah berkurangnya interaksi fisik dan banyak kegiatan beralih ke aplikasi gawai (Abdullah, 2020; Yuliarti, 2020). Hal ini termasuk kegiatan bekerja, pembelajaran, hingga pengadaan kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan hasil survey (Nurdian, 2021), dalam tahun 2020, terjadi peningkatan pengguna smartphone sebanyak 4 juta orang, dan penambahan pengguna internet melalui smartphone, laptop, tablet dan gawai lainnya, sebanyak 15.5 juta, dengan rata-rata usia pengguna adalah 29,9 tahun. Dalam survei yang sama, didapati bahwa nilai transaksi online di Indonesia telah mencapai 30,31 Miliar US Dollar, atau setara dengan 4,37 triliun ID Rupiah, dengan asumsi 1 USD = Rp 14.442 (Google, 2021), dimana angka ini memiliki pertumbuhan 40% jika dibandingkan dengan transaksi yang terjadi pada tahun 2019. Apabila ditelusuri lebih lanjut, pertumbuhan belanja online ini memiliki persebaran yang bervariasi, dari turunnya belanja travel dan hotel, hingga peningkatan tajam di belanja kebutuhan sehari-hari, fashion, hobi, furniture rumah tangga, elektronik, musik digital dan game online. Penggunaan *marketplace* di Indonesia sendiri merupakan yang tertinggi di dunia (Lidwina, 2021). Hal ini terjadi karena tingginya penjual yang mengubah proses penjualan offline menjadi online serta kemudahannya menjangkau masyarakat antar pulau (Xendit, 2021). Berbelanja di *marketplace*, membutuhkan ketelitian calon pembeli, seperti foto asli produk atau hasil edit, deskripsi produk yang serius atau menjebak, tidak hanya memperhatikan murahnya harga, review yang diberikan oleh pembeli lain. Review yang perlu diperhatikan tidak hanya meliputi review yang baik, namun sebaliknya, review jelek menjadi fokus sebelum bertransaksi, karena pada umumnya, review jelek memiliki informasi yang lebih akurat, terutama ketika barang ditawarkan dengan harga yang di bawah normal.

Dengan meningkatnya pengguna internet dan pembelanjaan online, memberikan dampak positif pada berbagai pihak, dimana perekonomian tetap dapat berjalan dalam situasi pandemic (Gusti, 2020). Namun sebaliknya, dampak negatif yang terjadi adalah banyak pihak memanfaatkan situasi ini untuk melakukan kejahatan dalam bentuk penipuan dalam proses jual beli (Chintia et al., 2019; Hanoatubun, 2020; Rahmanto, 2019; Sumadiyono, 2021). Penipuan ini dapat berupa pencurian identitas (Faridi, 2019), fraud pembayaran (Chintia et al., 2019), barang yang tidak sesuai (Solim et al., 2019) dan bentuk penipuan lainnya. Berdasarkan hasil survey (Syaiiful, 2020), selama tahun 2019, terjadi lebih dari 1600 laporan kasus penipuan online yang diterima oleh Direktorat Tindak Pidana Siber Bareskrim Polri (Siber,

2019), dengan nilai transaksi mencapai 4.5 Miliar ID Rupiah. Adapun beberapa ciri-ciri penipuan yang akan terjadi adalah sebagai berikut (Syaiful, 2020):

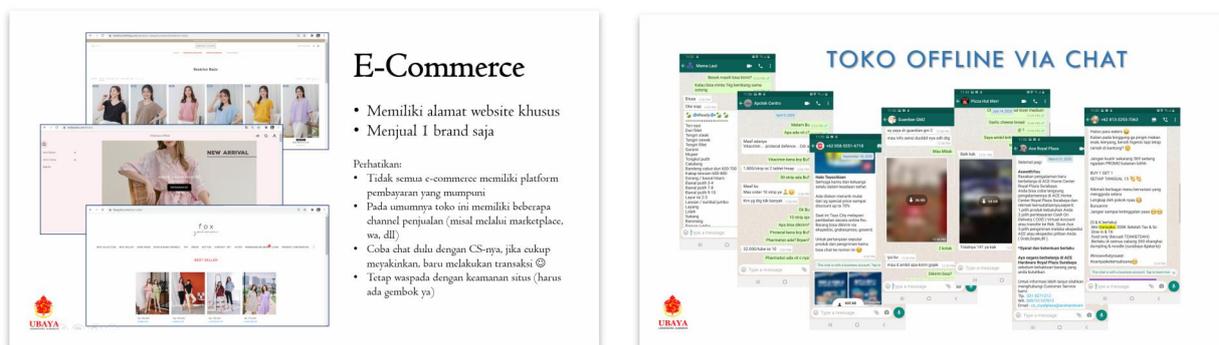
- Meminta kode OTP (kode sekali pakai sebagai tanda keabsahan suatu transaksi)
- Menawarkan hadiah, namun meminta dana dengan berbagai alasan
- Menyampaikan kalimat yang membuat calon pembeli panik dan terburu-buru melakukan transaksi
- Tidak memiliki kontak selain no hp, tidak bersedia memberikan alamat lokasi kantor

Oleh karena itu, dibutuhkan edukasi pada masyarakat, terkait dengan tips dan trik dalam melakukan belanja online. Hal ini perlu dilakukan, agar user dapat menjadi smart buyer yang terhindarkan dari berbagai bentuk penipuan dan ketidaknyamanan lain selama berbelanja online (Ma'rufah et al., 2020). Seri Edukasi Masyarakat diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Surabaya bekerja sama dengan semua program studi yang ada di Universitas Surabaya. Kegiatan ini diselenggarakan dengan mengambil topik “Peran Perguruan Tinggi dalam Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) di Masa Normal Baru”. Tahun 2021, Universitas Surabaya memasuki usia 53 tahun sehingga seri edukasi tahun ini dibuat dalam rangkaian 53 seri edukasi yang digelar selama bulan April hingga Agustus 2021. Topik yang ditawarkan dalam seri edukasi ini bermacam-macam dari beragam bidang ilmu.

Seri 39 merupakan seri edukasi terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi bagi masyarakat. Kegiatan pada seri ini diselenggarakan atas kerjasama LPPM dengan program studi Teknik Informatika. Saat ini, teknologi khususnya Teknologi Informasi merupakan hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Hal ini diperkuat dengan adanya pandemi Covid 19. Semua sektor bergantung pada teknologi, seperti sektor industri dan pendidikan, semuanya menggunakan teknologi informasi. Oleh karena itu masyarakat harus membiasakan diri dengan penggunaan teknologi informasi ini.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan dilakukan dalam bentuk webinar dengan tema “Edukasi Masyarakat: Optimalisasi Gadget untuk Keluarga”. Webinar dilaksanakan dengan bantuan aplikasi Zoom, dengan topik khusus belanja online selama masa pandemik. Di bagian awal, peserta dikenalkan dengan berbagai cara yang dapat dilakukan untuk berbelanja online, sebagai alternatif solusi pemenuhan kebutuhan selama *stay at home*. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan mencari di mesin pencarian seperti google, menggunakan marketplace, mencari kontak resmi toko langganan, atau menggunakan jasa titip (jastip) untuk berbagai kebutuhan dari luar kota atau luar negeri (Gambar 1). Peserta juga mendapatkan penjelasan terkait sisi positif dan negative dari masing-masing cara, sebagai bentuk pertimbangan dalam berbelanja.



Gambar 1. Tipe belanja online

Pada bagian selanjutnya, peserta mendapatkan penjelasan terkait tentang hal-hal yang perlu diperhatikan dari masing-masing cara berbelanja online, seperti pentingnya review dari orang lain, keamanan situs, menentukan harga normal dari barang yang akan dibeli, cara *retur/refund*, dan hal lainnya. Di akhir sesi, peserta mendapatkan penjelasan tentang tips mencari diskon secara online (Gambar 2), serta tipe-tipe penipuan yang mungkin terjadi pada pembelian online, agar konsumen dapat lebih berhati-hati dalam berbelanja.

Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat

Peran Perguruan Tinggi dalam Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) di Masa Normal Baru



Gambar 2. Tips dalam berbelanja online

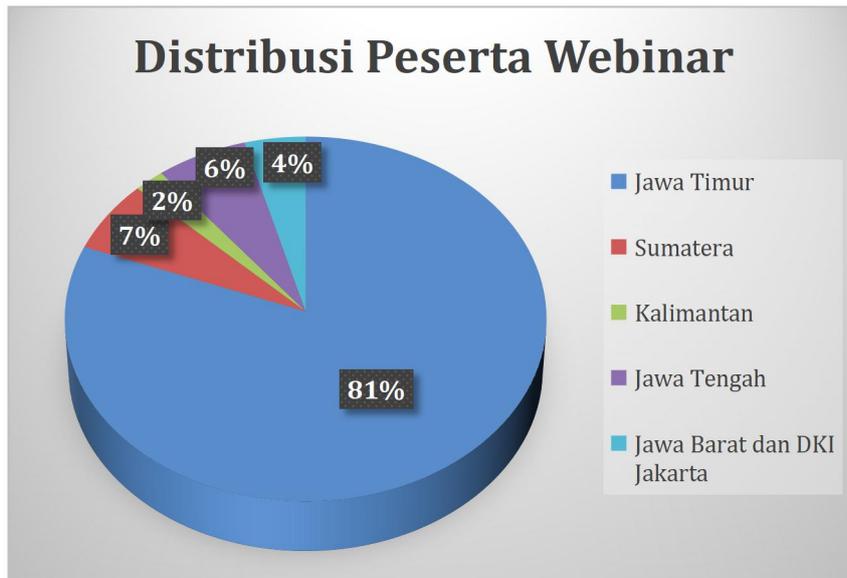
Di akhir sesi peserta diadakan tanya jawab antara peserta dan penyaji. Kemudian peserta diminta untuk mengisi kuisioner terkait dengan pelaksanaan webinar dan kinerja dari narasumber. Hasil dari kuisioner akan digunakan sebagai evaluasi untuk kegiatan mendatang.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan edukasi masyarakat dilaksanakan secara online dengan platform Zoom (Gambar 3). Topik terkait dengan berbelanja online selama masa pandemic ini diikuti oleh 47 peserta yang berasal dari berbagai daerah di pulau Jawa (Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat dan DKI Jakarta) hingga luar pulau Jawa (Sumatera dan Kalimantan). Distribusi daerah peserta dapat dilihat pada Gambar 4. Berdasarkan hasil kuisioner yang dibagikan kepada peserta terkait dengan kegiatan webinar ini, 91,5% dari peserta menyatakan bahwa kegiatan ini bagus/sangat bagus (Gambar 5). Sedangkan hasil kuisioner terhadap narasumber dapat dilihat pada Gambar 6. Narasumber dinilai melalui tiga kriteria, yaitu: pengetahuan, kemampuan presentasi, serta alat bantu visual dan konten yang dibawakan. 98% peserta menyatakan pengetahuan dan kemampuan presentasi dari narasumber bagus/sangat bagus, serta sekitar 95% dari peserta menyatakan bahwa alat bantu visual dan konten yang dibawakan oleh narasumber bagus/sangat bagus. Jadi secara keseluruhan kegiatan edukasi masyarakat dengan topik Belanja Online selama Masa Pandemi dapat dinyatakan sudah berjalan dengan bagus.



Gambar 3. Pelaksanaan webinar dengan Zoom



Gambar 3. Peserta webinar



Gambar 4. Penilaian webinar secara umum



Gambar 5. Penilaian terhadap penyaji

Kegiatan berjalan lancar sesuai dengan rencana. Namun, ada beberapa kendala yang dialami selama pelaksanaan kegiatan, yaitu jaringan yang kadang-kadang kurang bagus dan adanya peserta yang sudah mendaftar namun tidak hadir dan sebaliknya.

Kesimpulan

Belanja online merupakan salah satu solusi yang sangat membantu masyarakat luas selama masa pandemic Covid-19, dimana pembatasan mobilitas terjadi di berbagai sektor. Namun tidak dapat dipungkiri, bahwa pengetahuan calon pembeli memiliki peranan yang sangat besar dalam keberhasilan transaksi online di kedua belah pihak. Oleh karena itu, dengan edukasi yang tepat terkait dengan cara belanja online yang aman dan nyaman, maka masyarakat pun dapat melakukan transaksi online tanpa rasa khawatir.

Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat

Peran Perguruan Tinggi dalam Pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) di Masa Normal Baru

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada LPPM Universitas Surabaya yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melaksanakan pengabdian masyarakat ini sebagai bentuk edukasi masyarakat.

Daftar Pustaka

- Abdullah, I. (2020). COVID-19: Threat and Fear in Indonesia. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 12(5), 488–490. <https://doi.org/10.1037/tra0000878>
- Chintia, E., Nadiyah, R., Ramadhani, H. N., Haedar, Z. F., Febriansyah, A., & Rakhmawati S.Kom., M.Sc.Eng, N. A. (2019). Kasus Kejahatan Siber yang Paling Banyak Terjadi di Indonesia dan Penanganannya. *Journal of Information Engineering and Educational Technology*, 2(2), 65. <https://doi.org/10.26740/jieet.v2n2.p65-69>
- Detik. (2021). Awas! Tertipu Belanja Online, Barang Tak Sesuai Gambar. Detik. <https://inet.detik.com/fotoinet/d-5560808/awas-tertipu-belanja-online-barang-tak-sesuai-gambar>
- Dewi, R. K. (2021). 7 Jebakan Pinjaman Online Ilegal yang Harus Diwaspadai. Kompas. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/05/02/195000165/7-jebakan-pinjaman-online-ilegal-yang-harus-diwaspadai?page=all>
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., Mahfud, C., Sinapoy, M. S., Djalante, S., Rafliana, I., Gunawan, L. A., Surtiari, G. A. K., & Warsilah, H. (2020). Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science*, 6, 100091. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100091>
- Ervina. (2019). Toko Konvensional Vs Toko Online, Mana yang Terbaik? Cerita Talenta. <https://www.talenta.co/blog/cerita-talenta/toko-konvensional-atau-toko-online-2/>
- Faridi, M. K. (2019). Kejahatan Siber Dalam Bidang Perbankan. *Cyber Security Dan Forensik Digital*, 1(2), 57–61. <https://doi.org/10.14421/csecurity.2018.1.2.1373>
- GFCGlobal. (2021). Belanja online dengan aman. https://edu.gcfglobal.org/en/tr_id-internet-safety/belanja-online-dengan-aman/1/
- Google. (2021). Google.
- Gusti. (2020). Transaksi Penjualan Online Naik 400 Persen di Masa Pandemi Covid-19. Universitas Gadjah Mada. <https://www.ugm.ac.id/id/berita/19452-transaksi-penjualan-online-naik-400-persen-di-masa-pandemi-covid-19>
- Hagiu, A., & Wright, J. (2015). Marketplace or reseller? *Management Science*, 61(1), 184–203. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2042>
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid– 19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns Journal*, 2(1).
- Juditha, C. (2017). Memahami Struktur Jaringan Media Sosial Sebagai Cara Strategis Periklanan Di Era Ekonomi Digital. *Journal Pekommas*, 2(1), 99. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2017.2020110>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). Permenkes No. 9 Tahun 2020 tentang Pedoman PSBB Dalam Rangka Percepatan Penanganan Covid-19. In Kementerian Kesehatan RI (pp. 9–19). <https://covid19.go.id/p/regulasi/permenkes-no-9-tahun-2020-tentang-pedoman-psbb-dalam-rangka-percepatan-penanganan-covid-19>
- Lidwina, A. (2021). Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- Ma'rufah, N., Rahmat, H. K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Degradasi Moral Sebagai Dampak Kejahatan Siber Pada Generasi Millennial di Indonesia. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 191–201.
- Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia. (2021). Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 01 Tahun 2021. In Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia (pp. 1–4). <https://infocorona.baliprov.go.id/2021/01/07/instruksi-menteri-dalam-negeri-nomor-01-tahun-2021-tentang-pemberlakukan-pembatasan-kegiatan-untuk-pengendalian-penyebaran-corona-virus-disease-2019-covid-19/>
- Nurdian, G. (2021). Data E-commerce Indonesia 2021 (Atur Strategi di Tahun 2021). <https://grahanurdian.com/e-commerce-indonesia-2021/>

- OCBC_NISP. (2021). Jastip adalah Usaha Tanpa Modal, Ini Cara Memulainya agar Untung. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/06/09/jastip-adalah>
- Prayoga, R. A. (2021). Pandemi COVID-19: Penjarakan Diri sebagai Perubahan Sosial Instan. Pusat Penelitian Masyarakat Dan Budaya, LIPI. <https://pmb.lipi.go.id/pandemi-covid-19-penjarakan-diri-sebagai-perubahan-sosial-instan/>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Rahmanto, T. Y. (2019). Penegakan Hukum terhadap Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 19(1), 31. <https://doi.org/10.30641/dejure.2019.v19.31-52>
- Shalihah, N. F. (2021). Viral, Order Fiktif Makanan Rp 1 Juta, Ini Kronologi dan Tanggapan Gojek. *Kompas*. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/04/200000665/viral-order-fiktif-makanan-rp-1-juta-ini-kronologi-dan-tanggapan-gojek?page=all>
- Siber, D. T. P. (2019). Patroli Siber. *Polri*. <https://patrolisiber.id/home>
- SimulasiKredit. (2021). Apa Itu Pencurian Identitas. *Simulasi Kredit*. <https://www.simulasikredit.com/apa-itu-pencurian-identitas/>
- Solim, J., Rumapea, M. S., Wijaya, A., Monica, B., & Lionggodinata, W. (2019). Penipuan Situs Jual Beli Online Di Indonesia. 5(1), 96–109.
- Sumadiyono, S. (2021). Kajian Kriminologis Perbandingan Kejahatan Yang Terjadi Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Belo*, 6(2), 148–156. doi: <https://doi.org/10.30598/belovol6issue2page148-156>
- Syaiful, A. (2020). Waspada Penipuan Online Shop via Medsos. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/news/read/4157366/waspada-penipuan-online-shop-via-medsos>
- Wang, S., & Archer, N. P. (2007). Electronic marketplace definition and classification: Literature review and clarifications. *Enterprise Information Systems*, 1(1), 89–112. <https://doi.org/10.1080/17517570601088380>
- Xendit. (2021). Tren Pertumbuhan E-commerce di 2021 yang Harus Anda Ikuti. *Xendit*. <https://www.xendit.co/id/blog/tren-pertumbuhan-e-commerce-di-2021-yang-harus-anda-ikuti/>
- Yuliarti, M. S. (2020). Interaksi Sosial dalam Masa Krisis: Berkomunikasi Online Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Problematika Sosial Pandemi Covid-19*, 15–20. <https://ojs.literacyinstitute.org/index.php/prosiding-covid19>