

JIRAM

Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen

Vol: 1 No 2 Tahun 2023

E-ISSN: 3031-2973

Diterima Redaksi: 04-12-2023 | Revisi: 03-01-2024 | Diterbitkan: 28-03-2024

ANALISIS PENINGKATAN PENJUALAN NOTEBOOK DI WILAYAH MANGGA DUA JAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19

Aditya Immanuel¹, Widi Dewi², Yunus Handoko³

¹Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

²Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

³Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang

adityaimmanuel@gmail.com¹, wididewi@asia.ac.id², yunushandoko@gmail.com³

Abstrak

Pandemi Covid-19 pada periode Februari sampai Agustus 2021 dan 8 Februari sampai 24 Februari 2022 pemerintah memberlakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berksala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Mangga Dua Jakarta adalah pusat perbelanjaan barang elektronik berupa notebook. Pada periode PSBB tersebut dianalisa penjualan notebook, penelitian dilakukan dengan pendekatan metode kualitatif, model kerangka analisis data mengacu model Miles dan Huberman. Sample penelitian berjumlah 10 responden penjual notebook di daerah Mangga Dua Jakarta, teknik sampling menggunakan teknik purposive dan pengambilan data melalui teknik wawancara, hasil wawancara dianalisa melalui descriptive research. Pada periode awal pemberlakuan PSBB dan PPKM sangat mempengaruhi omzet penjualan notebook disebabkan pembatasan jam operasional kerja serta masyarakat dibatasi untuk melakukan transaksi jual beli. Fenomena lanjutan berkembang dimana perilaku konsumen dan penjual beralih menuju berbelanja dan berdagang melalui platform e-commerce. Hasilnya menunjukkan dari 10 responden mengemukakan penjualan melalui e-commerce meningkat dan mampu menutupi biaya operasional toko serta omzet penjualan melalui daring mampu menyamai ozet penjualan secara luring. Selain itu 10 responden mengemukakan ada opsi untuk fokus mengembangkan bisnis melalui daring.

Kata Kunci: Covid, PSBB, Notebook, Mangga Dua, Omzet

Abstract

During the Covid-19 pandemic from February to August 2021 and February 8 to February 24, 2022, the government imposed large-scale social restrictions (PSBB) and community activity restrictions (PPKM). Mangga Dua Jakarta is a shopping center for electronic goods in the form of notebooks. During the PSBB period, notebook sales were analyzed, the research was conducted using a qualitative method approach, the data analysis framework model refers to the Miles and Huberman model. The research sample is 10 respondents who sell notebooks in the Mangga Dua area, Jakarta; the sampling technique uses a purposive technique and data collection through interview techniques; the results of the interviews are analyzed through descriptive research. In the early period of the PSBB and PPKM, it greatly affected the turnover of notebook sales due to restrictions on working hours and the public being limited to buying and selling transactions. A further phenomenon is developing where the behavior of consumers and sellers shifts towards shopping and trading through e-commerce platforms. The results show that 10 respondents stated that sales through e-commerce increased and were able to cover store operational costs, and sales turnover online matched the sales volume offline. In addition, 10 respondents stated that there is an option to focus on growing their business online.

Keywords: Covid, PSBB, Notebook, Mangga Dua, Omzet

I. PENDAHULUAN

Indonesia menjadi salah satu negara positif virus corona (Covid-19). Kasus pertama yang terjadi di Tanah Air menimpa dua warga Depok, Jawa Barat, yang diumumkan oleh presiden Joko Widodo pada tanggal 2 Maret 2020, yang dimana setelah diumumkan penyebaran virus tersebut semakin meluas dan memakan banyak korban.

Dampak dari penyebaran virus tersebut di Indonesia ternyata memukul dengan keras di bidang kesehatan dan ekonomi rakyat Indonesia, dimana untuk menanggulangi penyebaran tersebut pemerintah yang berada di situasi sulit terpaksa harus menjalankan strategi pembatasan kegiatan kepada masyarakat yang dituangkan dalam surat Instruksi Kementerian Dalam Negeri no 4 tahun 2021, dimana strategi tersebut dikenal dengan nama PPKM.

Selama masa PSBB atau PPKM semua pekerja dituntut untuk beradaptasi dengan cepat, mulai dari pekerja kantoran, pegawai negeri, dan pekerjaan-pekerjaan yang bersifat mengharuskan adanya interaksi secara langsung diminta untuk mulai bekerja dari rumah atau populer dinamakan dengan *Work From Home* (WFH), tidak hanya pekerja saja. Siswa Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Mahasiswa diminta untuk belajar dari rumah saja yang mengakibatkan semua sektor ini menggunakan *notebook* dalam menunjang pekerjaan masing-masing dan ini merupakan transisi dan proses menuju melek teknologi sehingga penggunaan, pengrajan, pemakaian dengan *notebook* meningkat drastis, oleh karena itu akan dianalisa, apakah dengan kondisi tersebut penjualan *notebook* meningkat atau justru menurun selama kurun penerapan PSBB atau PPKM di daerah Mangga Dua.

Notebook menjadi kebutuhan vital di masa pandemi ini karena merupakan hardware elektronik yang paling lengkap untuk menjalankan software atau aplikasi tatap muka tersebut, karena *notebook* memiliki fitur layer yang cukup luas, dilengkapi dengan kamera untuk saling bertatap muka di layer, dan juga memiliki speaker yang cukup kencang dan jelas suaranya untuk saling berkomunikasi. Keyboard pada *notebook* juga sebuah sarana yang penting untuk mengirim email atau membalsas chatting dengan cepat.

Permasalahan timbul ketika ternyata keinginan masyarakat untuk membeli *notebook* di Kawasan Mangga Dua tersebut, ternyata bertolak belakang dengan aturan yang diterapkan oleh pemerintah pusat, yaitu kegiatan pemberlakuan pembatasan kegiatan atau yang dikenal dengan sebutan PPKM. Dimana dalam peraturan tersebut, untuk membatasi pergerakan dari masyarakat agar mencegah penyebaran virus secara massal, banyak pusat perbelanjaan atau mall tidak dapat beroperasi secara maksimal, sehingga menyebabkan mengurangi minat dari masyarakat untuk pergi berbelanja mencari *notebook*.

Mangga Dua merupakan salah satu pasar swalayan terbesar di Asia Tenggara yang terletak di daerah Pademangan, Jakarta Utara. Pernah menjadi pusat perbelanjaan tersibuk di Jakarta dengan perputaran ekonomi yang tinggi, pusat belanja Mangga Dua sendiri terbagi menjadi Mangga Dua Square, WTC Mangga Dua tempat pusat otomotif, Harco Mangga Dua pusat perbelanjaan komputer dan elektronik, ITC Mangga Dua pusat perbelanjaan untuk mode dan tekstil, Mangga Dua Mall untuk komponen komputer, meja komputer, laptop, dan *notebook* berbagai merek. Harcomas Mangga Dua juga sebagai pusat perbaikan elektronik dan suku cadang. Pasar Pagi Mangga Dua merupakan pusat perbelanjaan yang menjual pakaian siap pakai, dan Orion Mall Mangga Dua pusat perbelanjaan komputer dan aksesorisnya juga.

Berdasarkan kasus di atas, pada suatu kondisi dimana kebutuhan akan *notebook* meningkat akibat tuntutan kerja yang tinggi namun diberlakukan PSBB atau PPKM yang menuntut masyarakat untuk tetap di rumah saja apakah mempengaruhi penjualan *notebook* di daerah Mangga Dua atau sebaliknya terjadi penurunan penjualan. Menurut teori yang dikemukakan oleh Ibnu Khaldun dalam penelitian Defy mengatakan teori permintaan dan penawaran terletak pada kebutuhan pokok dan kebutuhan sekunder. Apabila suatu kota berkembang penduduk

bertambah banyak, harga kebutuhan pokok akan mendapat prioritas pengadaan penawaran meningkat dan turunnya harga. Adapun untuk kebutuhan sekunder, permintaannya akan meningkat sejalan dengan berkembangnya kota dan berubahnya gaya hidup akibatnya harga barang sekunder 5 meningkat (Defy, 2010). Berangkat dari teori tersebut kondisi *notebook* menjadi kebutuhan sekunder yang demand-nya meningkat sehingga semestinya berpengaruh secara langsung terhadap penjualan *notebook* walaupun berada di situasi PSBB dan PPKM.

Dalam menganalisis dampak PSBB dan atau PPKM terhadap penjualan *notebook* di daerah Mangga Dua dilakukan pendeketan deskriptif kualitatif, mulai dari tahapan dampak PSSB terhadap ekonomi secara umum. Menurut saputra *et.al* dalam jurnalnya serta menurut Cohen (dalam Dwi, 2015 : 21), "Dampak ekonomi terdiri dari dampak terhadap pendapatan, dampak terhadap aktivitas ekonomi, dampak terhadap pengeluaran." Dampak ekonomi sebagai akibat dari suatu perubahan yang terjadi dilingkungan. Penerapan PSBB dengan beberapa kebijakan pendukung tentunya sangat berdampak terhadap pendapatan para pelaku usaha, karena aktivitas perekonomian mati, terhenti total saat penutupan Pasar. Selain itu akibat merebaknya virus covid ini mengakibatkan penjual tidak mempunyai penghasilan tetap dan dengan adanya kebijakan PSBB yang membatasi pergerakan masyarakat sehingga pemutusan kerja banyak terjadi dan mengakibatkan kehilangan mata pencarian sehingga menimbulkan dampak yang besar bagi perekonomian (Honnatubun, 2020). Selanjutnya dampak PSBB terhadap aktivitas ekonomi, meskipun dalam kajian saputra et. al dalam penelitian yang berjudul "Dampak Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Terhadap Ekonomi Pelaku Usaha di Pasar Tanah Abang Jakarta" dari sektor aktivitas ekonomi yang terdiri dari produksi, distribusi dan konsumsi (Crayonpedia, 2019 dalam Lubis 2014) terjadi penurunan produksi dibidang tekstil akibat kegiatan masyarakat berpergian dibatasi, proses distirubusi juga menurun 6 akibat PSSB tidak semua jenis kendaaran diperbolehkan melakukan aktivitasnya sehingga konsumsi masayarakat menurun khusunya pada bidang kebutuhan pokok. Disisi lain menurut Ayu dan Lahmi dalam penelitian berjudul "Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19" perekonomian mengalami peningkatan pada bidang penjualan elektronik, menurut (Andrienko, 2020) dalam (Ayu, 2020) menyatakan bahwa pendapatan beberapa website ritel dunia memperlihatkan pertumbuhan yang signifikan selama pandemi Covid-19. Peringkat tertinggi diduduki oleh website Amazon.com yang mampu membukukan penjualan sebesar US\$ 4,059 miliar, menyusul Ebay.com dengan penjualan sebesar US\$ 1,227 miliar dan hal yang sama juga terjadi di Indonesia dimana banyak perusahaan yang bergerak di bidang Ecommerce membukukan kenaikan volume penjualan selama pandemi ini. Penyebabnya adalah karena masyarakat menghindari berbelanja secara offline serta melakukan social and physical distancing sebagai upaya pencegahan penyebaran virus Corona. Selain itu hal ini didukung dari penelitian (Fatoni *et.al*) dalam penelitian yang berjudul "Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen dalam Penggunaan e-wallet Di Indonesia" menunjukkan akibat PSBB penggunaan e-wallet meningkat yang mengakibatkan pembelian melalui ecommerce meningkat dan hal ini mempengaruhi penjualan barang-barang elektronik tidak terkecuali *notebook*. Selanjutnya dalam penelitian (Fadillah dan Subchan) yang berjudul "Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Marketplace di Indonesia" menunjukkan perilaku konsumen 57% lebih sering berbelanja *online* dan 51% menghabiskan waktu untuk bermain social media dibandingkan sebelum adanya pandemi yang mana hal ini erat kaitannya dengan penggunaan *Notebook* dan 7 mendukung teori bahwa demand meningkat. Hal senada juga diungkapkan dari penelitian (Safitri dan Dewa, 2020) yang berjudul "Analisa Pengaruh Masa New normal Pada Penjualan Online Melalui e – Commerce Shopee" dimana Indonesia menjadi negara dengan urutan ketiga untuk pertumbuhan internet tertinggi didunia. Selain itu pengguna internet di Indonesiamenjadi pelaku jual beli *online* tertinggi di dunia. Selain itu penelitian (yusup *et.al* 2020) dalam judulnya "Pengaruh Bencana Covid-19, Pembatasan Sosial, dan Sistem Pemasaran Online Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Retail" menunjukkan akibat kebijakan pembatasan sosial akhirnya

memaksa sebagian besar pelaku usaha untuk merubah model bisnis dari sistem pemasaran langsung menjadi sistem pemasaran secara *online*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan di daerah Mangga Dua Jakarta di pusat penjualan elektronik pada jenis elektronik tipe *notebook*, lalu akan ditinjau dan dilakukan analisa kualitatif deskriptif terkait fenomena yang terjadi saat pemberlakuan PSBB dan atau PPKM periode Februari sampai Agustus 2021 dan 8 Februari sampai 24 Februari 2022. Kemudian dilakukan pengumpulan data, diuraikan dan dianalisis menjadi konsep dan hipotesis berdasarkan data sehingga teori yang menerangkan data dan dapat diklasifikasikan Perbedaan Penelitian yang sedang dilakukan dengan Penelitian Terdahulu serta Persamaan

2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang

Penelitian ini berangkat dari fenomena PSBB dan atau PPKM yang sudah diberlakukan oleh pemerintah pada periode Februari sampai Agustus 2021 dan 8 Februari sampai 24 Februari 2022, dimana pokok data yang diangkat adalah fenomena penjualan *notebook* selama masa pemberlakuan tersebut, pada saat fenomena berlangsung terjadi perubahan aktivitas masyarakat yang semulanya kerja dari kantor berubah menjadi kerja dari rumah, sektor pemerintahan, pendidikan dan yang memerlukan kontak fisik secara langsung dialihkan semuanya menjadi from home sehingga fenomena kebutuhan akan penggunaan *notebook* meningkat sebab dari semua sektor yang dirumahkan membutuhkan device dalam menunjang kegiatan mereka dalam sehari-harinya, berangkat dari hal itu volume penggunaannya mestinya akan meningkat, 11 dimana hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ibnu Khaldun, apabila suatu kota berkembang penduduk bertambah banyak, harga kebutuhan pokok akan mendapat prioritas pengadaan meningkat dan turunnya harga.

Hal berbeda ditemukan pada penelitian (Pratama *et.al*, 2022) dengan judul “Dampak Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Terhadap Ekonomi Pelaku Usaha di Pasar Tanah Abang Jakarta” Bahwa Dampak kebijakan PSBB menyebabkan keterpurukan ekonomi pelaku usaha di Pasar Tanah Abang yang paling utama dikarenakan turunnya pendapatan hingga 80% dibandingkan dengan pendapatan normal saat sebelum pandemi, bahkan tak jarang pelaku usaha tidak mendapat omzet sama sekali. Pada penelitian Safitri dan Dewa (2020) dengan judul “Analisa Pengaruh Masa New normal Pada Penjualan *Online* Melalui e - Commerce Shopee” bahwa masa new normal meningkatkan penjualan *online* di e-commerce shopee. Hal ini mengindikasikan bahwa masa new normal meningkatkan roda perekonomian yang dapat dirasakan oleh para pemilik toko *online*. Namun pada penelitian ini yang dianggap terpengaruh adalah telekomunikasi, penyedia/vendor platform *online*, farmasi dan produk kesehatan.

Pada penelitian Ayu dan Lahmi (2020) dengan judul “Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19” bahwa e-commerce memberikan peran bagi perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19 baik bagi pelaku usaha, konsumen, dan pemerintah. Bagi pelaku usaha, e-commerce menjadi solusi untuk mengatasi dampak Covid-19, meningkatkan skala usaha karena banyak investor yang berinvestasi dalam bidang ini, meningkatkan pemahaman tentang trend dan perilaku pasar, jangkauan pemasaran, dan mendorong pelaku bisnis untuk beradaptasi terhadap kondisi selama pandemi dan teknologi. Pada peneltian tersebut hanya menampilkan peran e-commerce pada peningkatan ekonomi pada masa pandemi namun belum spesifik membahas sektor apa yang mengalami peningkatan yang paling dominan.

Pada penelitian Nurlaela (2021) dengan judul “E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19” menunjukkan sektor bisnis ecommerce dapat memberikan peran penting yang menguntungkan bagi masyarakat dan juga perkembangan perekonomian di Negara Indonesia selama pandemi covid-19.

Pada penelitian Permana *et.al* (2021) dengan judul “Analisa Transaksi Belanja *Online* Pada Masa Pandemi Covid-19” menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 di Indonesia berpengaruh cukup signifikan terhadap pola penggunaan E-commerce oleh masyarakat sebagai sarana pemenuhan kebutuhan. Peningkatan ini terlihat pada kuartal pertama tahun 2020, yang bertepatan dengan awal kemunculan kasus pertama covid-19 di Indonesia, dan terus meningkat pada kuartal kedua sebanyak 38% hingga saat ini.

Pada penelitian Mardiani *et.al* (2020) dengan judul “Perilaku Konsumen Terhadap E-commerce Disaat Pandemi Covid 19 di Shop and Travel” menunjukkan masyarakat atau responden sangat antusias melakukan pembelian dengan menggunakan transaksi ecommerce secara signifikan karena memudahkan bagi masyarakat sebagai pembeli maupun sebagai penjual dalam mendapatkan informasi mengenai yang dibutuhkan maupun melakukan transaksi serta memberikan kepuasan pada pelayanannya.

Pada kajian Zhang (2020) dengan judul “Global Demand for Laptops Gets Pandemic Push” menunjukkan penjualan *notebook* global pada masa pandemi relatif stabil walaupun sempat memuncak penjualannya pada tahun 2020.

Dari semua peneletian di atas perbedaan yang mencolok menunjukkan bahwa semua sektor bisnis terpengaruh kuat oleh adanya pandemi covid, selama proses tersebut penjual dan konsumen dari berbagai sektor mulai beradaptasi dan mengubah pola penjualan dari kunjungan secara langsung menjadi berbelanja hanya melalui ecommerce dan menunjukkan efek yang positif, lambat laun omzet penjualan mulai menyamai penjualan dari kunjungan ke toko secara langsung hal tersebut sejalan juga dengan tuntutan PSBB merubah pola pembayaran menuju penggunaan e-wallet.

2.3 Persamaan Penelitian Terdahulu dan sekarang

Pada garis besarnya alur yang sama ditunjukkan bahwa pandemi covid membuat ekonomi lesu selama periode tertentu, seiringnya berjalan waktu pada periode tersebut fenomena pendukung semacam peningkatan pemakaian dan akses penggunaan e-wallet yang semakin mudah dan aman untuk digunakan serta e-commerce

menjadi pilihan alternatif pelaku usaha dalam menyikapi peraturan PSBB dan atau PPKM yang mnegurangi aliran

penjualan dari proses penjualan secara konvensional. Hal senada diungkap dalam penelitian ini, pemberlakuan PSBB dan atau PPKM pada masa periode tertentu menekan omzet penjualan *notebook* hingga fenomena lain berkembang yang menciptakan perilaku penjual *notebook* di daerah Mangga Dua mengubah penjualannya dengan membuka toko *online*, selama periode tersebut efek positif yang diproleh yakni 16 peningkatan omzet penjualan meningkat kembali dan hal itu sesuai dengan penelitian dari Wardani (2020) bahwa penjualan elektronik cenderung meningkat dalam hal ini *notebook*. Secara garis besar dapat dilihat pada **gambar 1**.

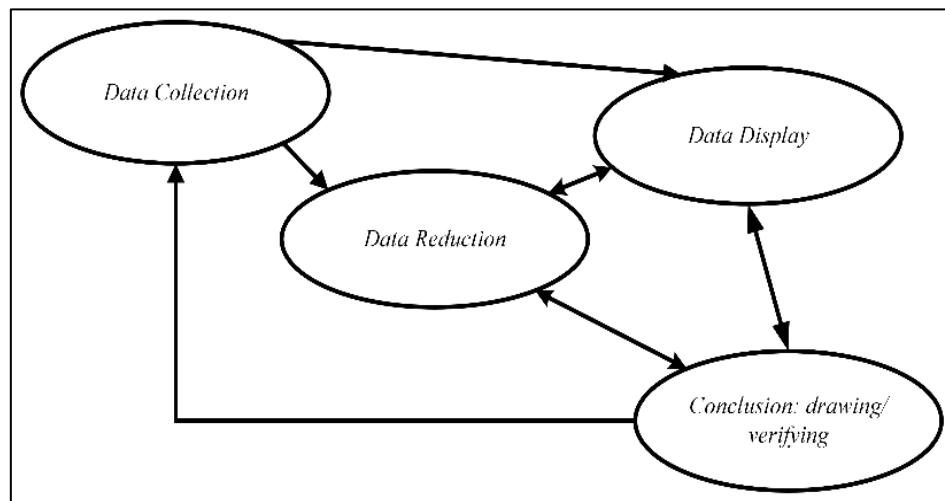


Gambar 1. Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang

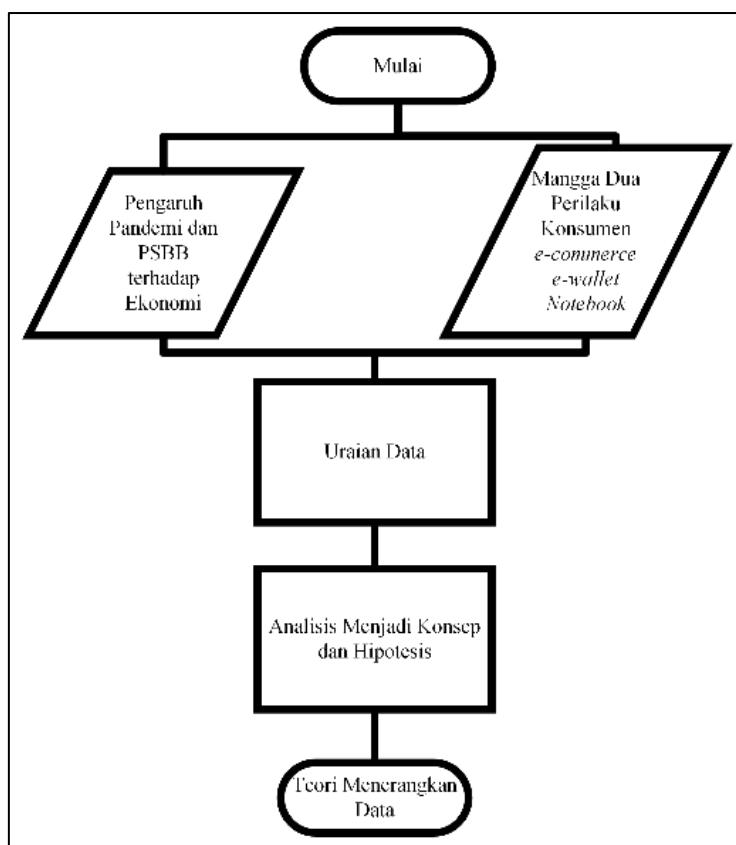
Penelitian yang sekarang dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dampak PSBB dan PPKM pada periode tertentu terhadap penjual di Mangga Dua Jakarta dalam menjalankan bisnisnya menjual *Notebook* dengan memperhatikan perubahan fenomena yang berkembang dimasyarakat. Pegumpulan data primer menggunakan hasil wawancara dengan penjual *Notebook* . Data yang didapatkan kemudian dikumpulkan dan analisis data dilakukan secara deskriptif untuk mendapatkan simpulan akhir tentang trend yang terbentuk.

2.4 Kerangka Konsep dan Hipotesis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif deskriptif, triangulasi dan fenomenologi untuk dikaji teori yang berkembang. Adapun kerangka berpikir dan kerangka kerja pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2. dan gambar 3. di bawah ini



Gambar 2. Kerangka Berpikir Penelitian



Gambar 3. Kerangka Kerja

Data yang dikumpulkan akan uraikan secara deskriptif (*deskcriptive research*) dan dikaji fenomena yang berkembang kemudian di tanyakan kebenaran data yang berkembang dengan pendekatan triangulasi. Sehingga pada akhir penelitian diharapkan menghasilkan teori bahwa penjualan *notebook* secara offline di Mangga Dua Jakarta menurun akibat pemberlakuan PSBB namun meningkat secara *online*.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana pendekatan ini mencoba memahami fenomena dalam setting dan konteks natural nya, dimana peneliti tidak memanipulasi fenomena yang diamati (Ledy & Omrod 2005; Patton 2001). Penelitian ini berusaha menggali infomasi dan pendapat yang sebenar-benar nya dari narasumber, dan pendekatan yang akan dilakukan adalah dengan studi kasus. Studi kasus merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus- kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan.

3.2 Responden Penelitian

Sarwono (2006 : 205) dalam penelitian kualitatif teknik pemilihan sampel atau responden menggunakan teknik non probabilitas, yaitu suatu teknik pengambilan sampel atau informan yang tidak didasarkan pada rumusan statistik tetapi lebih pada pertimbangan subjektif peneliti dengan didasarkan pada jangkauan dan kedalaman 31 masalah yang diteliti. Salah satu teknik sampel non-probabilitas dalam penelitian kualitatif adalah teknik purposive sampling, memulai penelitian dengan tujuan tertentu (Sekaran, 2013). Fokusnya adalah pada data penjualan *Notebook* di masa pandemi di took-toko di Mangga Dua, dan pendapat para pedagang *Notebook* tentang berjualan *notebook* secara *online*. Fokus purposive dimana unit analisis yang dipilih adalah yang dianggap sesuai oleh peneliti. Unit analisis dalam penelitian ini adalah para pedagang *notebook* di wilayah Mangga Dua. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah minimal sepuluh pedagang *notebook* di Kawasan bisnis Mangga Dua, dimana mereka juga memiliki took *online*. Langkah selanjut nya akan dilakukan wawancara mendalam terhadap responden tersebut sehingga mendapatkan informasi yang lengkap serta mendalam.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Kawasan bisnis Mangga Dua, dimana terdapat beberapa mal penjual elektronik, dan peneliti akan mengumpulkan minimal sepuluh responden yang bersedia membagikan pendapat nya.

3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Sarosa (2012:43), dalam penelitian kualitatif teknik pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian adalah wawancara, observasi dan telaah dokumen.

3.5 Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data yang terbaik. Wawancara memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang beragam dari para responden dalam berbagai situasi dan konteks, sehingga sebagian besar data akan diperoleh melalui wawancara. Tipe wawancara dipilih karena kombinasi antara wawancara terstruktur dengan wawancara tidak terstruktur jadi tidak terlalu kakutan tidak terlalu bebas. Pewawancara sudah menyiapkan daftar pertanyaan paduan wawancara. Daftar pertanyaan pemandu biasanya berfungsi untuk memulai wawancara.

3.6 Observasi

Observasi sendiri adalah suatu proses melihat, mengamati serta ‘merekam’ peristiwa tertentu secara sistematis untuk tujuan tertentu (Cartwright, 1984). Inti dari kegiatan observasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai.

3.7 Pedoman Pertanyaan Wawancara

Wawancara yang akan digunakan oleh penulis adalah semi terstruktur, dimana bentuk pertanyaan wawancara adalah pertanyaan terbuka. Pertanyaan awal adalah sebagai panduan awal saat melakukan wawancara, tetapi pertanyaan lain berdasarkan jawaban atau pernyataan yang dibuat oleh responden.

3.8 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data model interaktif menurut Miles dan Huberman yang terdiri atas empat tahapan (Herdiansyah, 2012:164). Tahapan-tahapan yang harus dilakukan menurut Miles dan Huberman dalam Herdiansyah (2012) adalah tahap pertama adalah tahap pengumpulan data, tahap kedua adalah tahap reduksi data, tahap ketiga adalah tahap display data dan tahap keempat adalah tahap penarikan kesimpulan atau tahap verifikasi.

3.9 Pengumpulan Data

Pada penelitian kualitatif, pada awal nya peneliti akan melakukan studi preeliminary yang berfungsi untuk verifikasi dan pembuktian awal bahwa fenomena yang diteliti itu benar-benar ada. Pada studi pre-eliminary, peneliti sudah melakukan wawancara, observasi dan hasil dari aktivitas tersebut adalah data (Herdiansyah, 2012: 164).

3.10 Reduksi Data

Reduksi data adalah sebuah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (script) yang akan dianalisis. Nantinya data yang diperoleh di lapangan diterjemahkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terinci.

3.11 Display Data

Proses Display Data adalah mengelolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas kedalam kategori sesuai 36 dengan tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan, serta akan memecah tematema tersebut kedalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana yang disebut dengan subtema yang diakhiri dengan memberikan kode (coding) darisubtema tersebut sesuai dengan wawancara yang sebelumnya sudah dilakukan (Herdiansyah, 2012 : 176). Tiga tahap dalam display data adalah pertama kategori tema, kedua subkategori tema dan ketiga adalah proses pengkodean.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden

Responden yang diseleksi oleh penulis untuk penelitian ini memiliki kriteria yang jelas yaitu pemilik atau penanggung jawab dari toko elektronik yang berlokasi di Kawasan bisnis Mangga Dua, dimana toko tersebut menjual produk *notebook*.

Peneliti berhasil mengumpulkan sepuluh responden yang bersedia di wawancara dan memberikan waktu nya untuk memberikan jawaban dan pendapat dari pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan oleh peneliti, dan berikut data dari responden yang berhasil peneliti rangkum.

Responden yang sudah di wawancara ini dapat dipastikan sudah masuk dalam kriteria dalam penelitian ini, yaitu memiliki toko elektronik di Kawasan Mangga Dua, berjualan produk *notebook* dan mereka juga masing-masing memiliki toko *online* di Marketplace atau *e-commerce*. Kemudian dari 10 responden yang diwawancari masing-masing berposisi sebagai *sales manager* dan *admin sales*. Posisi responden dalam menjalankan bisnisnya dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Jabatan Responden di Toko

Posisi		
variabel	n	Percent
Sales Manager	5	50.0
Admin Sales	5	50.0

Total	10	100.0
-------	----	-------

b. Hasil Wawancara Responden

Untuk mengetahui seberapa jauh dari dampak Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang harus dilakukan oleh pemerintah dalam rangka penanggulangan penyebaran virus Covid 19 di masyarakat terhadap peningkatan penjualan *notebook* di daerah Mangga Dua Jakarta, maka peneliti mencoba melakukan eksplorasi mendalam terhadap 10 responden di dalam penelitian ini.

Pertanyaan pertama dan kedua diberikan kepada responden untuk mengklarifikasi apakah responden benar adanya berdagang di daerah Mangga Dua Jakarta dan menjual *notebook*. Hasilnya 10 responden yang terdiri dari 5 *sales manager* dan 5 *admin sales* mengkonfirmasi benar adanya mereka memiliki pusat bisnis di daerah Mangga Dua Jakarta serta menjual *notebook*.

Pertanyaan ketiga diberikan kepada responden untuk mengeksplorasi lokasi bisnis responden apakah terpengaruh dengan adanya PPKM atau tidak. Hasilnya menunjukkan pada tabel 2 di bawah ini dari 10 responden, 60% responden menyatakan PPKM sangat mempengaruhi tempat berbisnis mereka.

Tabel 2. Karakteristik Pertanyaan 3
Apakah tempat berbisnis anda terdampak
oleh PPKM?

Variabel	n	Percent
Cukup Terpengaruh	2	20.0
Terpengaruh	2	20.0
Sangat Terpengaruh	6	60.0
Total	10	100.0

Selanjutnya pada pertanyaan keempat diekplorasi untuk mengukur apakah responden mengalami kesulitan berjualan *notebook* setelah terkena dampak pemberlakuan PPKM. Hasilnya 50% responden sangat mengalami kesulitan dalam menjual *notebook* setelah adanya PPKM. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Karakteristik Pertanyaan 4
Apa anda mengalami kesulitan berjualan
Notebook setelah terkena dampak PPKM,
jelaskan mengapa?

Variabel	n	Percent
Mengalami Kesulitan	5	50.0
Sangat Mengalami	5	50.0
Kesulitan		
Total	10	100.0

Kemudian pada pertanyaan 5 dieksplorasi kembali dan merupakan pertanyaan lanjutan dari pertanyaan sebelumnya apakah penjualan responden mengalami penurunan atau tidak dan

pada tabel 4 di bawah ini menunjukkan bahwa 80% responden mengalami penurunan penjualan *notebook* dan 20% responden sangat mengalami penurunan penjualan *notebook*.

Tabel 4.Karakteristik Pertanyaan 5

Apakah tingkat penjualan notebook anda menurun setelah terkena dampak PPKM?

Variabel	n	Percent
Mengalami Penurunan	8	80.0
Sangat Mengalami Penurunan	2	20.0
Total	10	100.0

Kemudian setelah fenomena PPKM dan Covid ini terus berkembang kemudian mulai terlihat adanya perubahan dalam perilaku konsumen dari kebiasaan belanja luring menjadi daring diberikanlah pertanyaan keenam yang tujuan untuk mengekplorasi apakah selama covid dan PPKM kebutuhan akan *notebook* semakin menurun atau sebaliknya. Hasilnya 70% responden mengatakan bahwa terjadi peningkatakan kebutuhan akan *notebook* selama covid ini yang menunjukkan bahwa konsumen telah mengalami perubahan perilaku. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 5 di bawah ini

Tabel 5. Karakteristik Pertanyaan 6

Apakah menurut anda tingkat kebutuhan atau permintaan notebook meningkat setelah pandemic Covid 19?

variabel	n	Percent
Cukup Mengalami Peningkatan	3	30.0
Mengalami Peningkatan	7	70.0
Total	10	100.0

Kemudian pertanyaan lanjutan diberikan kepada responden apakah selama pandemi covid ini kebutuhan akan *notebook* meningkat, selanjutnya karena PPKM diterapkan maka terjadi perubahan perilaku konsumen yang semulanya belanja *on the spot* sekarang hanya belanja melalui *e-commerce*, dianalisa apakah responden juga mengubah gaya berbisnisnya dengan membuka toko online pada *e-commerce* atau tidak. Hasilnya menunjukkan 70% responden setidaknya memiliki toko online pada *e-commerce* dan 30% memiliki lebih dari satu toko *online*, hasilnya dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6. Karakteristik Pertanyaan 7

Apakah anda juga memiliki toko online di Marketplace atau Ecommerce (contoh :

Shopee dan Tokopedia)?

variabel	n	Percent
Memiliki Toko	7	70.0

Memiliki Lebih dari 1 Toko	3	30.0
Total	10	100.0

Selanjutnya selama periode pandemi dan PPKM tersebut diberikan pertanyaan kembali apakah penjualan *notebook* melalui *e-commerce (online)* meningkat atau *offline* meningkat. Hasilnya 70% responden menyatakan penjualan via *marketplace* atau *online* cukup mempunyai hasil yang signifikan terhadap peningkatan penjualan mereka dan 30% menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil tersebut dapat di lihat pada tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7.Karakteristik Pertanyaan 8

Bagaimana menurut anda hasil penjualan yang di hasil kan baik secara offline (via pengunjung toko di Mangga Dua) atau secara Online (via Marketplace) masing-masing?

variabel	n	Percent
Online Cukup	7	70.0
Mempunyai Hasil yang Signifikan		
Online Mempunyai Hasil yang Signifikan	3	30.0
Total	10	100.0

Pertanyaan lanjutan diberikan kembali untuk mengeskplorasi dari jawaban sebelumnya yang mengemukakan penjualan melalui *marketplace* cukup memiliki hasil yang signifikan, dianalisa apakah selama periode tersebut hasil penjualannya dapat menutupi penjualan secara langsung atau tidak. Hasilnya 60% responden mengemukakan hasil penjualan melalui marketplace cukup menutupi omset penjualan secara offline, 30% menyatakan menutupi dan 10% menyatakan sangat menutupi yang artinya perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja, kemudian selama kurun PPKM tersebut penjual memiliki alternatif lain implikasi menyikapi kebijakan pemerintah. Hasilnya dapat di lihat pada tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8. Karakteristik Pertanyaan 9

Apakah hasil penjualan notebook secara Online berhasil menutup omset kekurangan penjualan anda secara Offline di masa pandemic ini?

variabel	n	Percent
Cukup Menutupi	6	60.0
Mentupi	3	30.0
Sangat Menutupi	1	10.0
Total	10	100.0

Menyikapi hasil penjualan tersebut diberikan kembali pertanyaan terakhir apakah penjual akan menutup usaha mereka dan fokus pada penjualan via *marketplace* atau tetap mempertahankan toko offline mereka. Hasilnya menunjukkan 90% responden menyatakan ada kemungkinan rencana untuk fokus berjualan melalui *marketplace* dengan beberapa pertimbangan, hasil tersebut dapat di lihat pada tabel 9 di bawah ini.

Tabel 9. Karakteristik Pertanyaan 10

**Apakah setelah berjualan secara online, dan
dengan hasil yang sudah didapatkan,
apakah anda mempunyai rencana menutup
toko offline/tatap muka anda di masa
depan?**

variabel	n	Percent
Tidak Ada Rencana	1	10.0
Ada Kemungkinan Rencana	9	90.0
Total	10	100.0

C. Analisa Hasil

Peneliti setelah melalui proses wawancara dari beberapa responden dan mendapat jawaban atas wawancara tersebut, mencoba memberikan pendapat bahwa, pada situasi pandemi Covid 19 yang berdampak pada PPKM yang dilakukan oleh pemerintah, beberapa fakta yang terjadi bahwa dengan PPKM yang telah di jalankan tersebut berakibat pada maraknya kegiatan yang harus di jalankan secara *online* seperti *meeting* kantor dan kelas untuk anak sekolah yang di lakukan tanpa tatap muka. Angka kebutuhan untuk teknologi pendukung kegiatan daring tersebut yaitu *notebook* mengalami kenaikan pesat permintaannya, namun pada kenyataannya, para pedagang *notebook* di Kawasan Mangga Dua peada periode awal mengalami dampak penurunan bisnis yang cukup signifikan dimana kegiatan PPKM yang sudah berjalan tersebut mempersulit terjadinya proses jual beli.

Berangkat dari fenomena yang terjadi di situasi pandemi Covid 19 ini, peneliti mendapatkan fakta bahwa fenomena lain berkembang, terjadi perubahan perilaku konsumen dan penjual *notebook* di Mangga Dua Jakarta menyikapi hal tersebut dengan membuka toko di *marketplace* dan hasil penjualan secara online cukup menutupi omset penjualan offline dan ada kemungkinan untuk fokus berjualan melalui online dengan beberapa pertimbangan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Analisa semua data di atas, maka dapat disimpulkan :

1. Dampak dari PPKM sebagai kebijakan untuk antisipasi dan pencegahan penyebaran wabah virus Covid 19 yang dilakukan oleh pemerintah, memberikan dampak yang cukup serius untuk para pedagang di kawasan bisnis Mangga Dua, dimana penerapan kebijakan tersebut membuat kegiatan operasional bisnis di kawasan tersebut mengalami penurunan yang cukup signifikan. B.
2. Akibat dari PPKM tersebut ternyata tidak hanya memberikan dampak pada para pebisnis, tapi juga pada masyarakat dimana terjadi pergeseran kebiasaan dan kegiatan yang sebelum nya di lakukan secara tatap muka, tetapi dalam situasi pandemi Covid 19 ini, semua kegiatan harus dilakukan secara daring atau *online*.
3. Penjualan produk secara *online* menggunakan jasa *marketplace* atau e-commerce, bahwa penjualan secara *online* mengalami peningkatan, hal tersebut tentu nya didorong oleh situasi

pandemi Covid 19 yang terjadi. Fakta ini juga yang memberikan dorongan untuk para penjual untuk mulai mempertimbangkan bahwa kedepannya penjualan secara *online* akan lebih bisa memberikan peluang bisnis yang menjanjikan.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi di antaranya :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya untuk bisa membuat penelitian sejenis dengan menggunakan skala yang lebih besar atas dampak Covid 19 terhadap perkembangan sebuah bisnis, juga bisa membuat penelitian tentang produk apa saja yang mengalami peningkatan kebutuhan ketika terjadinya pandemi Covid 19 serta dapat membuktikan teori supply and demand oleh ibnu khaldun dan perilaku konsumen oleh kotler.

2. Manfaat Praktis

Bagi para pebisnis kedepannya dapat memberikan gambaran lebih mendalam mengenai keuntungan dan kerugian penjualan secara *online*, dimana tentunya banyak hal mendetail yang harus diperhitungkan dan dibandingkan antara bisnis secara offline atau *online*, diantaranya adalah biaya operasional masing-masing yang dibutuhkan, lalu juga hasil penjualan secara omzet dan margin.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, D. (2010). Teori Supply dan Demand Ibnu Khaldun Jurusan Ekonomi Islam Semester VIII Fakultas Syari ’ Ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri. <Http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/11270/>
- Arianto, B. (2021). The Impact Of Covid-19 Pandemic On World Economy. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(2), 212–224.
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114. <Https://Doi.Org/10.24036/Jkmb.10994100>
- Chriswardana Bayu Dewa, M. M. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan *Online* Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Daya saing*, 22(2), 117–125. <Http://Journals.Ums.Ac.Id/Index.Php/Dayasaing/Article/View/12494>
- Diah Ayu Kusuma Wardani. (2020). Strategi Penjualan *Online* Bagi Pelaku Usaha Pasca Pandemi Covid-19 Berdasarkan Pemetaan Perubahan Perilaku Konsumen.
- Fatoni, S. N., Susilawati, C., Yulianti, L., & Iskandar. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hasanudin, H. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Penjualan E-Commerce di Media Sosial. *Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 41–50. <Https://Doi.Org/10.32722/Eb.V20i1.4058>
- Herdiansyah, Haris. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial. Jakarta : Salemba Humanika.
- Hernikawati, D. (2021). Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Jumlah Kunjungan Pada Situs E-Commerce di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 191. <Https://Doi.Org/10.31445/Jskm.2021.4389>

- Hutauruk, M. R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Faktor Yang Menentukan Perilaku Konsumen Untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok di Samarinda. *Jurnal Riset Inossa*, 2(June), 1–15.
- Laudon, K., & Traver, C. (2014). E-commerce 2014, Global Edition, 10/e. Pearson Higher Ed.
- Lubis, Y. A. (2014). Studi Tentang Aktivitas Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai Pelabuhan. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA (Journal of Governance and Political Social UMA)*, 2(2), 133-140.
- Maulidina, R., Rizki, N. A., & Dewi, R. S. (2020). Perencanaan dan Implementasi SAP pada PT XYZ dengan Menggunakan Metode Accelerated SAP (ASAP). *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 7(1), 83-90.
- Moleong, L. J. (2006). Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morrison, E. W. (2014). Employee voice and silence. *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.*, 1(1), 173-197.
- Neuman, W. L. (2016). Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Jakarta; PT. In: Indeks.
- Saputra Pratama, Kismartini, A. Z. R. (2546). Dampak Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (Psbb) Terhadap Ekonomi Pelaku Usaha Di Pasar Tanah Abang Jakarta. <Https://Ejournal3.Undip.Ac.Id/Index.Php/Jppmr/Article/View/32034>
- Sari, W. N., Murtono, & Ismaya, E. A. (2021). *Jurnal Inovasi Penelitian. Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2255–2262.
- Sarosa, S. (2021). Analisis Data Penelitian Kualitatif. PT Kanisius.
- Sarwono, J. (2006). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif.
- Setiadi, N. J., & SE, M. (2015). Perilaku Konsumen: edisi revisi. Kencana.
- Siti Nur Fatoni, Cucu Susilawati, Lina Yulianti, I. P. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan E-Wallet di Indonesia. 1–10. <http://digilib.uinsgd.ac.id/30953/>
- Slevitch, L. (2011). Qualitative and quantitative methodologies compared: Ontological and epistemological perspectives. *Journal of quality assurance in hospitality & tourism*, 12(1), 73-81.
- Vedamani, G.G. (2017). Retail management functional principles and practices (5th ed). India: Pearson.
- Yin, R. K. (2015). Studi Kasus Desain & Metode. Jakarta: Rajawali Pers. In