

ANALISIS DAMPAK PANDEMI *COVID-19* TERHADAP PEMBELIAN *SMARTPHONE* DI INDONESIA

Siska Febriyanti S¹⁾ dan Restu Yuningsih²⁾

¹⁾ IAIN Batusangkar

E-mail: siskafebriyanti@iainbatusangkar.ac.id

²⁾ IAIN Batusangkar

E-mail: restuyuningsih@iainbatusangkar.ac.id



Abstract: *The Covid-19 pandemic has had many impacts on everyone in the world, including in Indonesia. As a result of the Covid-19 pandemic, the poverty rate in Indonesia has increased and income levels have decreased. During this pandemic, the community's space for movement has also become limited, due to the implementation of Large-Scale Social Restrictions (PSBB) in order to reduce the spread of the virus, so that many schools and offices carry out online activities. With so many students and workers doing activities from home, many people will use smartphone to help them in carrying out their activities. The purpose of this paper is to find out the impact of the Covid-19 pandemic on smartphone purchases in Indonesia. This study uses a qualitative method, where the authors describe the results of the study according to the data obtained from secondary data sources.*

Keywords: *Purchase, Smartphone, Covid-19 pandemic.*

Abstrak: Pandemi *Covid-19* menyebabkan banyak dampak bagi semua orang di dunia, termasuk di Indonesia. Akibat pandemi *Covid-19* ini, angka kemiskinan di Indonesia menjadi naik dan tingkat pendapatan menjadi menurun. Selama pandemi ini ruang gerak masyarakat juga menjadi terbatas, karena diterapkannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) guna untuk mengurangi tersebarnya virus tersebut, sehingga banyak sekolah dan kantor-kantor melaksanakan kegiatan secara daring. Dengan banyaknya para pelajar dan pekerja yang melakukan kegiatan dari rumah, maka akan banyak masyarakat menggunakan *smartphone* untuk membantu mereka dalam menjalankan aktivitasnya. Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui dampak pandemi *Covid-19* terhadap pembelian *smartphone* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana penulis mendeskripsikan hasil penelitian sesuai data yang didapatkan dari sumber data sekunder.

Kata Kunci: *Pembelian, Smartphone, Pandemi Covid-19*

PENDAHULUAN

Indonesia mulai terkena dampak *Covid-19* di awal tahun 2020. Penyebaran virus ini sangat cepat dan untuk mengurangi angka penularan virus, maka dikeluarkan kebijakan untuk membatasi kegiatan (Siregar. H. S, 2020). Dengan terbatasnya kegiatan masyarakat, menyebabkan kondisi ekonomi masyarakat

menjadi terpuruk, sehingga angka kemiskinan menjadi meningkat dan tingkat pendapatan menjadi menurun. Berikut data angka kemiskinan di Indonesia sampai tahun 2020.

Tabel 1
Data Kemiskinan di Indonesia Tahun 2015-2020

Tahun	Angka Kemiskinan
2015	28,59
2016	28,01
2017	27,77
2018	25,95
2019	25,14
2020	26,42

Sumber : bps.go.id

Dari tabel 1.1. dapat dilihat angka kemiskinan pada tahun 2020 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, yaitu sebesar 26,42. Dengan tingginya angka kemiskinan ini juga akan berdampak pada pendapatan masyarakat. Dimana sesuai dengan data yang diperoleh dari (bps.go.id) pada tahun 2020 terjadi penurunan pendapatan per kapita yaitu sebesar Rp 35.646.184,00 dibandingkan pada tahun 2019 pendapatan per kapita sebesar Rp 36.708.478,00.

Menurut (Pipi Yunita Sari, Erlina Sari, Armansyah Lubis, 2021) mengungkapkan bahwa yang menjadi salah satu factor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan permintaan atau pembelian suatu barang adalah pendapatan. Semakin tinggi pendapatan seseorang, biasanya permintaan atau pembelian seseorang semakin tinggi pula. Menurunnya pendapatan per kapita di Indonesia disebabkan karena adanya aturan pembatasan kegiatan di luar rumah dari pemerintah. Masyarakat yang mencari nafkah dari kegiatan di luar dan tidak bisa dilakukan di rumah tentu tidak akan mendapatkan penghasilan seperti biasanya. Hanya kalangan tertentu saja yang bisa menjalankan pekerjaan dari rumah, seperti pegawai negeri atau swasta, guru dan dosen, serta para pelajar dan mahasiswa. Jadi, dampak Covid-19 ini sangat buruk terhadap perekonomian suatu Negara. Masyarakat juga mengalami kesusahan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun, ada beberapa barang yang mengalami kenaikan harga, salah satunya adalah harga *smartphone*. Walaupun di awal pandemic harga *smartphone* sempat mengalami kenaikan, akan tetapi pada tahun 2021 harga jual rata-rata dari *smartphone* mengalami kenaikan sebesar 10 persen. (kompas.com, 2021).

Pembelian merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Sebagaimana yang dijelaskan oleh (Mulyadi, 2008) bahwa pembelian merupakan beberapa kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh suatu barang/jasa yang akan digunakan sendiri atau untuk dijual. Lebih lanjut (Assauri, 2008) juga menyebutkan bahwa pembelian merupakan suatu alat ukur untuk menilai keberhasilan operasi suatu usaha, karena semakin banyaknya barang/jasa yang dibeli oleh konsumen maka semakin banyak keuntungan yang akan diterima oleh suatu usaha. Jadi pembelian itu bisa kita lihat dari sisi konsumen dan bisa dilihat dari sisi produsen. Jika kita melihat dari sisi konsumen pembelian lebih mengarah pada penggunaan barang/jasa, sedangkan dari sisi produsen dilihat dari banyaknya barang/jasa yang dibeli oleh konsumen.

Dalam pembelian *smartphone* pada masa pandemic Covid-19 ini masyarakat lebih banyak melakukan pembelian karena *smartphone* pada masa tersebut sangat dibutuhkan untuk membantu masyarakat dalam bekerja, belajar, dan bahkan digunakan juga untuk hiburan sebagai pengobat rasa bosan saat di rumah.

Smartphone merupakan suatu alat yang memiliki fitur canggih dan memudahkan orang dalam berkomunikasi. Pada masa pandemic Covid-19 *smartphone* ini lebih mudah digunakan dibandingkan dengan laptop, karena mudah di bawa dan bisa menyimpan data juga, serta tidak menunggu waktu lama untuk menghidupkannya. Jadi, fungsi (detik.com, 2022) ini bisa lebih efisien untuk membantu seseorang untuk bekerja dan belajar.

Dengan banyaknya masyarakat melakukan kegiatan atau pekerjaan dari rumah, maka penggunaan *smartphone* akan lebih dominan, seperti untuk bekerja, mengajar, dan belajar. Dari fenomena inilah penulis ingin melihat apakah dampak pandemic Covid-19 terhadap tingkat pembelian *smartphone* di Indonesia, sehingga bisa diketahui apakah pembelian *smartphone* pada masa pandemic Covid-19 ini meningkat atau menurun.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dimana penulis ingin memaparkan bagaimana tingkat pembelian *smartphone* pada masa pandemic Covid-19, dibandingkan dengan kondisi perekonomian pada masa pandemic tersebut bisa dikatakan menurun. Dalam penelitian ini penulis mencari data dari data sekunder yaitu data perkembangan pangsa pasar *smartphone*, karena dari data tersebut bisa terlihat besar atau kecil pembelian *smartphone* tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Dari data yang diperoleh dari (detik.com, 2022) diketahui bahwa pada tahun 2021 terjadi peningkatan *market share*. Dimana di Indonesia dikuasai oleh lima merk *smartphone*, yaitu OPPO, Xiaomi, Vivo, Samsung dan Realme. Berikut besaran *market share smartphone* di Indonesia berdasarkan IDC *Quarterly Mobile Phone Tracker*, yaitu:

Tabel 2
Top Smartphone Vendors, Q1 2021

Merk/Vendors	Unit Share (%)	Annual Growth (%)
OPPO	24	+39
Samsung	19	-5
Vivo	19	+17
Xiaomi	18	+37
Realme	12	+39

Sumber: Data Sekunder 2021 (Detik.com)

Berdasarkan data sekunder di atas, dapat dijelaskan bahwa semasa pandemic Covid-19, pangsa pasar *smartphone* di kuasai oleh lima merk *smartphone* yang terkenal. Jadi, pada saat pandemic pembelian masyarakat di

Indonesia terhadap *smartphone* cukup tinggi, karena umumnya ada peningkatan dalam pertumbuhan tahunannya, kecuali merk Samsung yang mengalami penurunan pertumbuhan sebesar 5 persen. Namun, secara umum unit share atau *market share* dari lima produk tersebut mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Ini sesuai dengan informasi dari (liputan6.com, 2021) bahwa menurut data dari firma riset International Data Corporation (IDC) jumlah permintaan *smartphone* di Indonesia meningkat sebesar 19 persen (YoY), senilai dengan 36,8 juta dibandingkan dengan permintaan tahun 2020. Dimana *market share* yang paling besar di kuasai oleh produk OPPO dan paling rendah adalah Produk Realme. Secara umum bisa kita lihat bahwa terjadinya peningkatan dalam pembelian *smartphone* di Indonesia pada masa pandemic Covid-19. Untuk lima merk *smartphone* yang menguasai pasar pada masa pandemic Covid-19 ini, termasuk pada merk *smartphone* yang mempunyai fitur-fitur yang canggih dengan tingkat harga yang tidak murah, dimana harganya berkisar pada Rp 1000.000-Rp3000.000, bahkan ada yang lebih dari itu. Untuk harga *smartphone* ini juga tergantung pada kecanggihan atau inovasi dari produk tersebut. Semakin canggih dan inovasi produk *smartphone* tersebut tentunya harganya akan semakin mahal. Inovasi dari *smartphone* ini juga mempengaruhi keputusan seseorang untuk membelinya, ini sesuai dengan penemuan (Dia Nuraini, Christiawan Hendratmoko, 2022). Ini bisa diketahui bahwa dengan pendapatan masyarakat yang menurun akibat pandemic Covid-19, namun pembelian *smartphone* terjadi peningkatan di Indonesia. Ini tentunya berbanding terbalik dengan teori ekonomi, bahwa dengan pendapatan yang rendah, namun tingkat pembelian meningkat.

Pada masa pandemic Covid-19 ini, masyarakat juga mempertimbangkan merk *smartphone* apa yang akan dibelinya. Sebagaimana menurut hasil penelitian (Widianingrum, 2021) bahwa yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli *smartphone* pada masa pandemic Covid-19 adalah salah satunya *brand* atau merk *smartphone* tersebut. Meningkatkannya pembelian *smartphone* oleh masyarakat di Indonesia pada masa pandemic Covid-19 dipengaruhi karena kondisi yang menuntut masyarakat untuk melaksanakan kegiatan dari rumah. Meningkatnya pembelian *smartphone* di Indonesia tidak hanya karena banyak kegiatan dilakukan di rumah, namun juga digunakan untuk hiburan karena bosan di rumah, seperti untuk main game, menggunakan berbagai media social, bahkan digunakan juga untuk melakukan pembelian barang secara online (*e-commerce*). Sebagaimana yang ditemukan oleh (Permana, Alvin Edgar, Arvy Muhammad Reyhan, dkk, 2021), yaitu pada masa pandemic Covid-19 terjadi peningkatan transaksi belanja *online* di kalangan masyarakat Indonesia. Diperkuat lagi dengan penelitian (Hernikawati, 2021), yang juga menemukan bahwa adanya peningkatan jumlah pengunjung pada situs *e-commerce*, yaitu shopee dan Tokopedia. Ini juga yang menyebabkan tingginya intensitas masyarakat menggunakan *smartphone*, sehingga pembelian terhadap *smartphone* juga meningkat.

SIMPULAN

Berdasarkan analisa dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa walaupun terjadi penurunan pendapatan masyarakat pada masa pandemmi Covid-19 akan tetapi pembelian *smartphone* di Indonesia mengalami

peningkatan. Ini berbanding terbalik dengan teori ekonomi, bahwa peningkatan pembelian itu juga diiringi dengan peningkatan pendapatan. Peningkatan ini terjadi karena penggunaan *smartphone* pada masa pandemic Covid-19 juga meningkat. Dengan fenomena ini saran yang bisa diberikan adalah agar masyarakat lebih mempertimbangkan mana kebutuhan yang lebih prioritas dan membeli *smartphone* sesuai dengan kemampuan ekonominya.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2021). Retrieved Juni Jumat, 2022, from bps.go.id
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- detik.com. (2022, Maret 22). *detik.com*. Retrieved Juni 17, 2022, from detik.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/03/18/09060077/pasar-smartphone-indonesia-ternyata-naik-di-tengah-pandemi?page=a>
- Dia Nuraini, Christiawan Hendratmoko. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone OPPO di Kabupaten Sukoharjo. *Equilibrium*, 40-46.
- Hernikawati, D. (2021). Analisa Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Jumlah Kunjungan pada Situs E-Commerce di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 191-202.
- liputan6.com. (2021, Agustus 14). *liputan6.com*. Retrieved Juni 17, 2022, from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4624179/foto-permintaan-ponsel-di-indonesia-meningkat?page=1>
- Mulyadi. (2008). *Sistem Akuntansi Jilid 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Permana, Alvin Edgar, Arvy Muhammad Reyhan, dkk. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal TEKNOINFO*, 32-37.
- Pertiwi, W. K. (2021, Maret 17). *kompas.com*. Retrieved Juni 17, 2022, from kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2021/03/18/09060077/pasar-smartphone-indonesia-ternyata-naik-di-tengah-pandemi?page=a>
- Pipi Yunita Sari, Erlina Sari, Armansyah Lubis. (2021). Pengaruh Harga terhadap Pendaparan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19 di Toko Rabbani Cabang Padangsidempuan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 39-48.
- Siregar. H. S, S. H. (2020). Merekonstruksi Alam dalam Kajian Sains dan Agama: Studi Kasus pada Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Dampak Covid-19. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- Widianingrum, E. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri dan Rantai Pasok* (pp. 340-348). Jakarta: Politeknik APP Jakarta.