DIALEKTIKA
Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial

Volume 7 Nomor 2 (September 2022) 126 – 139
P-ISSN: ***2502-4094***
E-ISSN: ***2598-781X***
DOI: https://doi.org/ 10.36636/dialektika.v7i2.1007
http://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/dialektika

PERUBAHAN PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT KOTA GRESIK DARI PASAR MODERN KE ONLINE SHOP DIMASA PANDEMI COVID-19

Khilda Nurul Falahiyah[a,*], Sugeng Hariyanto[b]

[a,b] Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
[*]khilda.19099@mhs.unesa.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze changes in the consumption behavior of the people of Gresik city from the modern market to the online shop. In this study using a descriptive qualitative approach. The nature of the writing is descriptive, the research subject is the people who live in Gresik Regency GKB Housing located in Gresik Regency. Data collection techniques use primary and secondary data, primary data in the form of observations and interviews, while secondary data comes from journals, articles, books and others. Data analysis uses descriptive analysis with data reduction, data presentation, and data verification methods. The results of the study show that the change in the consumption pattern of the people of Gresik city from a modern market to an online shop was triggered by covid-19, where the pandemic period required the public to comply with health protocols and PPKM policies which made people locked out of their homes and interacted in order to break the spread. covid-19. With the COVID-19 pandemic and the support of the increasingly rapid development of information technology, people are more likely to consume or shop online rather than buying goods at the right place, such as shops, malls, supermarkets, and minimarkets. This has created a change in the consumption pattern of the people of the city of Gresik.
Keywords: Changes in Consumption Patterns; Modern Market; Online Shop.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan perilaku konsumsi masyarakat kota Gresik dari pasar modern ke online shop. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sifat penulisan berupa deskriptif, subek penelitian yakni masyarakat yang tinggal di Perumahan Gresik Regency GKB yang berad di Kabupaten Gresik. Teknik pengumpulan data menggunkan data primer dan sekunder, data primer berupa oabservasi dan wawancara, sedangkan sekunder bersumber dari jurnal, artikel, buku dan lain-lain. Analsisi data menngunakan analsisis deskriptif dengan metode reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Hasil dari penelitian menujukan bahwa perubahan pola konsumi masyrakat kota Gresik dari pasar modern ke online shop di picu oleh covid-19, dimana masa pandemi mengharuskan masyrakat untuk mematuhi protokol kesehatan dan kebijakan PPKM yang memebuat masyrakat di batsi dalam keluar rumah dan berinteraksi agar dapat memutus penyebaran covid-19. Dengan adanya pandemi covid-19 dan dukungan dari perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat membuat masyrakat lebih sering melalukan konsumi atau berlanja melalui online daripada membeli barang ke tempatnya langusng seprti toko, maal, supermarket, dan minimarket. Hal ini yang menciptakan perubahan pola konsumi masyarakat kota Gresik.
Kata Kunci: Perubahan Pola Konsumsi. Pasar Modern, Online Shop.

PENDAHULUAN

Perkembangan negara menjadi titik awal kemajuan bangsa sekaligus memicu perubahan dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan di dukung dengan teknologi dan informasi yang semakin canggih hingga merembah ke bisnis online yang semakin marak di masyarakat modern. Bisnis online yang dilakukan melalui situs internet diberbagai laman media tidak hanya di lakukan oleh pekerja kantor melainkan siswa, mahasiswa bahkan ibu rumah tangga ikur menggunkan sebagai sarana informasi dan transaksi (Widiyanto, 2015) . Hal ini dapat mempengarui pola konsumsi masyarakat, teruama masyarakat yang mengikuti arus modernisasi dan mengikuti tren seperti masyarakat perkotaan.

Dimana masyarakat kota yang hidup dengan kemajuan bari segala bidang. Masyarakat kota cenderung lebih menyukai barang-barang yang bersifat instan dan tentunya di ikuti oleh kemajuan teknologi yang canggih. Masyarakat yang tinggal di perkotaan memiliki pola konsumsi yang berdaskan pergerakan tren yang ada semata-mata mengonsumsi barang, makanan sebagai bentuk mengikuti tren vukan untuk kebutuhan yang diperlukan dalam kebutuhan seharu-hari. Interaksi yang terjadi pada masyarakat kota lebih didasarkan pada faktor kepentingan pribadi bukan berdasar pada kepentingan umum atai kepentingan bersama.

Fenomena yang terjadi saat ini yakni pola konsumsi atau berbelanja baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun keinginan masyarakat mulai beralih dari yang awalnya berbelanja di pasar trasional beraliha ke pasar modern yakni disebut dengan mall kemudian beralih ke market place yang merupakan tempat berbelanja onine. Masyarakat modern perkotaan memilih memebeli kebutuhan dan keperluan hidupnya yang cara yang berbeda di setiap orang dimana sebagian lebih memilih berbelanja secara lansung yakni di pasar trasdisonal atau di pasar modern yakni mall dan lainya memilih berbelanja dengan menggunkan market place atau mall. Dari kedua ladang belaja tentu memiliki keungulan masing-masing. Setiap masyarakat tentu memilki selera pandangan dan preferensi masing-masing dalam membeli barang yang dinginkan. Hal ini menjadi tolak ukur masyarakat dalam menentukan pusat berbelanjaaan. Jadi apapun yang di beli dan dikonsumsi oleh masyarakat meruapakan bentuk dari sususan prefensinya.

Indikator kelas di masyarakat dapat ditentukan oleh prefensi setiap masyarakat. Istilah prefensi disini meruapkan arti kata dari minat atau keinginan terhadap sesuatu. Prefensi konsumen dapat dilihat dari frekunesi belanja di pasar modern, pasar tradisional maupaun melalaui market place yakni belanja online dengan menggunakan media massa berupa media sosial. Setiap manusia hidup didunia tentu memiliki kebutuhan hidup yang berbeda, dalam pemenuhan kebutuhan hidup maka diperlukan tempat perbelanjaan yakni market atau pasar, baik pasar trasional, pasar modern mauapaun masar trasparan yakni pasar di media online, guna pasar sebagai sarana pendukung sarana kebutuhan hidup masyarakat selaigus menjadi tempat adaptasi manusia dengan lingkungan (Izzah, 2010).

Adanya pasar dalam kehidupan masyarakat bukan hanya tempat bertemunya individu satu dengan yang lain, penjual dengan pembeli, namun pasar menjadi wadah interaksi sosial antar penjual dan pembeli. Maka dari itu kehadiran pasar menjadi tempat penting di tengah-tengah masyarakat, dimana bahan pokok, dan kebutuhan manusia terdapat di pasar modern maupun pasar online. Meski saat ini kehadiran pasar lansung berupa toko, mall, mini market dan lain-lain dapat digser dengan *e-commerse* yang berupa market online, diamna konsumen ketika berbelanja tidak perlu datang ke tokoh atau tempat perbeljaan cukun dengan menggunkan media digital dengan mengakskes platfrom *e-commerse* berupa shoope, lazada, tokopedia, dan lain-lain.

Menurut ahli ekonomi pasar merupakan tempat perkumpulan antara penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas sebuah kesepakatan dalam jual beli produk tertentu, di dalam transaksi terdapat interaksi antara dua belah pihak yakni penjual dan pembeli (Hakim, 2006). Interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli di pasar merupakan bentuk dari interaksi simbolik. Hal ini sama dengan penyataan George Herbert Mead, dalam teori interaksi simbolik. Menurut Mead interaksi sosial dapat terjadi dengan adanay penggunaan simbol-simbol yang memiliki makna, diman simbol terbut mengandung makna sehingga dapat memicu adanya interaksi sosial antar individu satu dengan yang lain. Interaksi simbolik yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari yakni berupa aktivitas dalam berbelanja diaman terdapat pelayanan dari panjual yang menawarkan beberapa produk yang akan dijual dan pembeli akan menempatkan dirinya sebagai konsumen. Dengan ini pemebrian makna atas suatu peran dan juga aktivitas yang dilakukan oleh setiap individu.

Pemberian makna disetiap individu tentu memiliki pandangan masing-masing begitu pula dengan pemkanaan terhadap tempat perbelanjaan yang menjadi identitas atau kebiasaan setiap masyarakat. Dimasa modern yang didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin maju tidak membtasi ruang dan waktu bagi para konumen untuk melakukan aktivitas dengan mengakses melalui internet sesuai dengan keutuhan yang dibutuhkan. Semakin marak pusat perbelanjaan online menjadi suatu opertunity bagi para produsen dalam menawarkan produk yang akan dipasarkan, dengan melalui media digital nerupa online shop kepada konsumen yang bersifat heterogen dari berbagai kalangan baik anak remaja mauapun ibu rumah tangga. Hampir selurug masyrakat yang tinggal di perkotaan sudah faham dan mengetahui cara berbelanja online (Sari, 2015).

Melalui media masaa berupa online shop dinilai lebih mudah dan praktis dalam prses belanja, dengan hadirnya online shop yang dinilai memudakan masyarakat dalam berbelanja untuk pemenuhan kebutuhan, membuat masyarakat kota baeralih dari yang awalnya berbelanaj di pasar mdoern kini beralih ke online shop. Dalam penelitian lain menjelaskan bahwa karakristik konsumen dapat dikur dari cara interaksi, bersosialisasi kepada orang lain dan dapat membandingkan cara berbelnaj di online dan di pasar modern (Putri, 2016). Berbelanja melalui media online berupa

online shop lagi gencar-gencarnya di lakukan oleh masyrakat kota teruam adi masa pandemi covid-19, dengan penetapan protokol kesehatan masyarakat dihimbau untuk tetep melakukan kegiatan di dalam rumah, dan pembatasan kegiatan masyarakat bersekala besar diterapkan guna memutus mata rantai penyebaran covid-19. Dalam rangka menematuhi protokol kesehatan dengan berdiam dirumah menjalankan *Social Distancing* dan kebijkan PPKM yang telah ditetapkan oleh pemerintah, maka menjadi pemicu terjadinya perubahan perilaku konsumsi masyarakat kota dalam berbelanja yang awalnya secara langsung datang ke tempat perbelanjaan atau tokoh, semenjak covid-19 masyarakat mulai beralih ke berbalanja online melalui media digital.

Fenomen belanja online di masyarakat kota Gresik dimasa pendemi covid-19 menujukan perkembangan, diamanan pemberlakuan *Social Distancing* dan kebijakan dari pemerintah berupa PPKM berdampak sangat signifikan pada tren belanja online yang diikuti oleh masyarakat. Hal ini dapat memicu perubahan pola prilaku konsumsi masyarakat yang awalnya berbelanja secara langsung dengan mendatangi tempat perbelanjaan berupa toko, malh, mini market, supermarket dan lain-lain. Namun saat ini masyarakat lebih memilih untuk berbelanja melalui online dengan platfrom *e-commerce* yang mejaulakan produk melalaui media sosial, dengan masyarajat hanya dirumah produk, bahan makanan yang diperlukan sudah dapat dibeli dengan parktis tanpa harus pergi ke tempat perbelanjaan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dalam kehidupan masyarakat mengenai pola perilaku konsumsi masyarakat kota, dan seiring dengan perkembangan jaman munculnya media sosial yang digunakan untuk ladang bisnis online sehingga menciptakan online shop dengan berbelajan online melalui *e-commerce* menjadi titik awal perubahan pola konsumsi di masyarakat. Hal ini menjadi ketertarikan peneliti dalam menjadikan fenomena ini sebagai kajian dengan judul "**Perubahan Perilaku Konsumsi Masyarakat Kota Gresik dari Pasar Modern ke Online Shop".** Dalam penelitian ini tentu memiliki tujuan yakni untuk menganalisis perubahan yang terjadi pada perilaku pada masyarakat kota Gresik dimasa pademi covid-19 diamna awalnya masyarakat kota Gresik yang gemar berbelanja di pasar tradisional, beralih ke pasar modern yang dinilai lebih terjaga kebersihanya dan barang-barang yang diperlukan cenderung lengkap daripada di pasar tradisional. Namun saat wabag Covid-19 menyerang justru dapat mempengarui perubahan masyarakat dalam berbelanja yang beralih ke yang dinilai lebh menghamt watu dan haraga yang dipasarkan di online shop lebih murah, selain dapat menghemat waktu dalam berbelanja melalui online shop banyak diskon atau potongan harga yang ditawarkan di online shop. Dengan benefif yang didapat masyarakat dalam berbelanja memebuat masyarakat lebih tergiur untuk berbelanja online.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan sebuah penelitian tentu terdapat teknik pengumpulan data yang mana teknik ini sangat berperan penting dalam peroleh data sebuah penelitian. Peran dari

teknik pengumpulan data dapat membantu dan memudahkan peneliti dalam memperoleh sebuah data yang valid (Dewi, E, 2020). Sebelum melakukan pengupulan data tentu harus menentukan jenis metode yang akan digunakan untuk penelitian, agar data yang diperoleh lebih akurat, oabjektif dan relevan. Dalam penelitian ini menggunakan suatu pendekatan penelitian kualitatif deskriptif hakikatnya pendekatan kualitatif bersifat mencari, menjelaskan, memahami serta menyusun suatu realitas sosial dengan suatu dasar.

Pendekatan kualitatif yang merupakan suatu metode yang digunakan dalam meneliti kondisi alamiah, pendekatan kualitataif hanya memiliki tema dalam bentuk tujuan dan rumusan masalah yang bersifat sementara dikeranakan dapat berubah ketika melakukan *getting in* dalam subjek penelitian. Peneliti ketika menggunakan pendekatan kualitatif akan memberikan subjek sebagaimana berperilaku sehari-hari, subjek penelitian tidak selalau individu, namun bisa berupa gambar, teks, dan bentuk-betuk lain yang ada di internet (Sadewo, 2016: 67). Sifat penulisan berupa analisis deskriptif dengan memberikan data secara aktual dan detail terhadap fenomena mauapun gejala manusia, dengan tujuan untuk mengidentifikasi masalah evaluasi praktik yang berlaku, mempertegas hip otesa adar dapat memeprkuat teori lama dalam menyusun teori baru (Soerjono Soekanto, 2010:10). Tujuan penelitian kualitatif deskriftif yaitu untuk dapat membuat suatu gambaran atau deskripsi yang akurat dan didasarkan oleh fakta yang ada, dimana terdapat hubungan antar fenoma yang diletiliti.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer berasal dari data yang diperoleh peneliti secara lang sung dengan melakukan observasi dan wawancara kepada subjek penelitian atau orang yang bersangkutan dalam penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur artikel, jurnal, e-book, buku, tesis dan berita. Subjek penelitian berupa masyarkat kota Gresik Lebih tepatnya di perumahan Gresik Kota Baru. Tempat penelitian di kawasan Perum Gresik Kota Baru (GKB), peneliti memilih kota tersebut karena termasuk kawasan elit dan dekat dengan mall besar di Kota Gresik salah satunya Gress Mall, selain itu masyarakat nya tergolong kelas menegah atas sampai kelas atas borjuis dengan hidup serba mawah yang dilengkapi dengan akses teknologi yang memadai.

Teknik analisis data dalam metode kualitatif dilakukan secara interktif dan berlangsung terus menerus sampai mencapai kejenuhan. Analsisi data menggunakan reduksi data dengan memilah data yang pokok, kemudia penyajian data untuk menguraikan dengan singkat bentik teks yang bersifat naratif, langkah terahir berupa verifikasi data dengan penarikan kesimpulan dari data yang sudah dipilah dan disajikan sehingga dapat menjawab dan memberikan hasil penelitian.

Analisis data menggunakan deskriptif untuk menjaga kekekalan proses pengkajian san mencegah sekaligus mengatasi misinformasi dari penafsiran mausiawi yang dapat terajdi kerena kurangnya penegetahuan dari peneliti. Menurut Miles dan Hubermen bahwa aktivitas

dalam menganslisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlagsung terus menerus sampai data mencapai titik jenuh. Kejenuhan data dapat diukur dari tidak adanya data dari informan baru dapat diartikan bahwa data yang diperoleh sudah menjawab permasalahan penelitian (Miles dan Hubermen, 1984:21). Dalam menganalisi data melalui beberapa prosedur yaitu reduksi data yang merupakan proses merangkum data yang diperoleh dengan cara memilah yang menjadi pokok penelitian, reduksi data dilakukan untuk mencari hal yang belum diketahui sebelumnya, setelah itu penyajian data merupakan perangkain singkat dalam bentuk teks yang bersifat naratif, dan langkah terahir yakni verifi kasi data merupakan proses akhir analisis data dengan verifikasi data mendapatkan kesimpulan dari data yang sudah di dideskripsikan, sehingga memunculkan hasil penelitian dan dapat menjawab rumusan masalah.

Dalam metode penelitian kulitatif dapat memeproleh kejenuhan data terkait perilaku masyarakat yang mengalami perubahan dalam proses berbalanja yang mana masyarakat kota Gresik yang awalnya cenderung lebih memeilih berbelanja di pasar modern seperti Mall, Supermarket, dan sebagainya. Namum seiring berlangsungnya kehidupan yang didominasi dengan canggihnya teknologi membuat masyarakat beralih dalam menentukan tempat berbelanja, didikung dengan wabah Covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk memebatsi kegiatan di luar rumah yang memebuat warga lebih memilih memebli barang maupun bahan pokok melalaui online shop selain waktu yang dikeluarkan tidak banyak karena tidak perlu keluar rumah cukup melalui hp semua dapat berbelaja sesuai dengan market palce yang di tuju barang yang didinginkan bisa langsung dianatar ke rumah. Perubahan tesevyt sangat signifikan dan dapat mengubah pola konsumsi masyarakat dimasa pandemi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat yang tinggal di Perum GKB Kota Gresik.

Kota Gresik terkenal dengan sebutan kota indutri yang merupakan daerah yang di kelilingi oleh sektor indutri, namun wilayah yang luas meliputi perdesaan dengan mayoritas masyrakat berprofesi sebagai petani, sektor pertnian menjadi tumpuan hidup bagi masyarakat perdesaan. Namun bagi sebagian masyrakat desa lebih memilih pidah ke kota untuk mencari pekerjaan yang lebih layak dengan tujuan meningkatkan perekonomian dan mensejarterakan hidup. Dengan banyakanya orang yang migrasi ke kota memebuat kepadatan penduduk di wilayah perkotaan. Hal ini terajdi di kawasan Perumahan Gresik Regency GKB yang mana masyrakat yang tinggal hampir sebagian berasal dari masyarakat desa. Masyarakat yang tinggal di Perum Gresik Rigency GKB mayoritas bekerja sebagai tenaga kerja indutri, pegawai kantro, dan guru. Masyarakat yang tinggal di perumahan kebanyakan pendatang dari luar derah yang memiliki pekerjaan di kota Gresik sehingga memutuskan untuk tinggal di kota Gresik dengan berbagai kepentingan yang berupa pekerjaan. pada triwulan 1 dari Januari sampai Maret dalam kondisi menurun, dari

estimasi sampai akhir tahun diperkirakan 4,52% sejauh ini pertmumbuhan ekonomi masih daalam angka 2%. Hal ini berdasarkan penytaan dari kepala Bappeda Gresik Hermanto T. Sianturi yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi masyrakat gresik padaakhir 2021 dapat mencapai 4,52%, dalam meuuwjudkan kenaikan pertumbuhan ekonomi dibutuhkan upaya dan tindakan yang signifikan agar pertmbuhan ekonomi sekain baik dan terus naik (Jawapos.com/23/03/2021). Meskipun pada triwulan satu petumbuhan ekonomi Kota Gresik masih 2% namun kenaikan hanya 0,98%. Penyebab dari pertumbuhan ekonomi yang masih lamban saah satunya yakni UMKM yang belum bangkit dimasa pandemi covid-19, tentu dalam hal ini memeberikan dampak bagi kesejarteraan masyarakat. Dalam mewujudkan proyeksi pertumbuhan ekonomi yang mencapai 4,52% pada akhir tahun 2021 memerlukan kebijakan pemkab dalam pergerakan ekonomi di perkotaan.

Kondisi sosial masyarkat yang tinggal di Perumahan Gresik Rigency GKB kurang akan kebersamaan. Dilandasi dari kawasan yang di padati oleh gedung-gendung, berjejer pasar modern, dan jalanan penuh kemacetan. Dari segi perekjaan masyrakat kota cenderung bekerja di kantor yang aman dengan kesibukan bekerja memciu kurangnya sosialisasi dengan lingkungan sekitar. Kehidupan masyarakat di kota merupakan kehidupan yang heterogen dan bersifat kompleks. Masyarakta yang tinggal di perumahan kota Gresik terbentuk dari beberap contoh kondisi sosial yang mana banyak masyarakat pendatang dari berbagai daerah. Pmusatan penduduk yang sangat padat sehingga masyarakat kota mudah terkena dampak masalah sosial yang didukung oleh kehidupan matrealistis. Dari data infroman yang disumpulan bahwa masyarkat yang tinggal di Perumahan cenderung bersikap individualis dan egoisme, kerena mereka sibuk dengan urusnaya sendiri sehingga tidak peduli dengan orang lain (Taufik, et al. 2019). Masyarakat kota cenderung ingin berusaha untuk mendapatkan keinginannya namun tidak adanya dan pembicraan dengan lingkungan sekitar. Tingkah laku masyarakat kota lebih bersifat kreatif, radikan dan dinamis Masyarakat kota sangat terbuka dalam hal baru dan dengan mudah menerima hal-hal baru, tentu hal ini sangat berbanding terbalik dengan masyarakat desa.

Dengan penerimaan hal-hal yang belum diketahui sebelumnya membuat masyarakat lebih krekreatifan yang lebih luas. Dengan ini maka masyrakat kota akan lebih cepat dalam memutuskan sesuatu. Mak dapat disimpulkan bhawa kondisi sosial masyarakt yang tinggal di perumahan Gresik Regency GKB bahwa jalan pikiran yang rasional dan lebih mementingkan urusan diri sendiri daripada orang lain. Dengan keterbukaan masyarakat kota gresik cederung muda mendapatkan pekerjaan, sangat cepat dalam melakukan sesuatu. Tekonologi yang berkembang pesat di kota sehigga membuat masyarakat mudah dalam mengakses pendidikan, mengkakses tempat belanja dengan menggunakan media online. Didukung dengan kemajuan dunia sontak membuat membuat masyarakat perkotaan termasuk masyarakat Kota Gresik yang dikategorikqn sebagai masyarakat modern mengalami perubahan yang

sangat signifikan dalam segi konsumsi dalam berbelanja, yang kini lebih tertarik pada belaja online melalaui media sosial atau disebut dengan toko online media masa yang sangat digandrungi oleh semua masyarakat terutama kalangan remaja yang gemar mengaloksikan media sosial dalam melakukan metode berbelaja melalui online dikerankan lebih hemat waktu dan biaya yang dikeluarakan senagat sedikit apabila dibandingkan denngan berbelaja secara langsung di toko atau di sepermarket.

Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Gresik dari Pasar Modern ke Online Shop di Masa Pndemi.

Berawal dari pandemi covid-19 dengan penerapan *Social Discanting* dan kebijkan PPKM membuat warga tidak keluar rumah dan didikung oleh perkembangan zaman, diman teknologi infomasi sudah canggih dapat memeicu perulabahan perilaku masyrakat terutama dalam segi konsumsi. Perubahn teknologi dapat mempengarui minat masyarakat dalam pembelian produk yang dilakukan secara online, maraknya penggunaan fasilitas internet oleh masyrakat sekitar dapat merubah pola pikir dalam konsumsi suatu produk. Malalui sentuhan teknologi melalaui media digital dinilai lebih menguntungkan bagi konsumen, diman konsumen t8dak perlu pergi ke tokoh untuk memebli prosuk melainkan konsumen hanya berada dirumah dengan memanfaatkan media digital dalam pembelian prodik. Hal ini sebanagi awal perubhan poal konsumi masyarakat menajdi berupah, terutama pada masyrakat kota yang melek akan teknologi.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa hampir semua warga yang tinggal di Perumahan Gresik Kota Beru GKB dimasa pandemi melakukan konsumi dengan membeli barang melalui onlin dengan alasan lebih mengemat biaya dan lebih menghemat waktu. Dengan berbelanja online selain dapat memutus penyebaran mata rantai covid-19 yang dinilai sangat berbahaya, belanja online juga dapat memeberikan keuntungan yakni efiensinsi waktu yang dibutuhan sangat sedikit dan biaya yang dikeluarkan cenderung lebih murah diending berbelanja secara lansung. Mayoritas warga yang tinggal di Perum GKB Gresik bekerja sebagai tenaga kerja di industri, guru, dan pekerja kantor. Dengan kesibukan masyarakat dan jadwal pekerjaan yang tidak memeungkingkan mereka berbelaja setiap hari ke pasar modern maka dengan berbelanja online sangat memudahkan pekerjaan mereka dan mengefisien waktu daripada berbelanja ke toko secara langsung atau disebut dengan pasar modern. Dengan berbelanja secara online konsumen mengalami keterbatasan barang yang di butuhkan tidak terdapat dalam lingkungan sekitar, hal ini memebuat masyarakat lebih memeilih mencari informasi barang yang di inginkan melalui media online. Ketiga dari segi harga cenderung barang atau prosuk yang dijual di online shop lebih murah dibandingkan dengan yeng di jula di toko offline seperti minimarket, supermarket, haipertmart, dan lain-lain.

Berbagai faktor yang membuat masyrakat lebih memilih membeli barang di online shop yakni, pertama harga barang realatif murah, dengan kelengakpan yang beraneka

macam berbagai variasi barang atau produk yang di tawarkan di online shop, kedua lebih hemat waktu dengan berbelanja di onine shop watu yang dil=keluarkan relatif singkat daripada membeli barang di ke tempat nta atau toko. Ketiga dari segi kualitas barang yang di jual di di online shop memiliki kualitas tinggi dan barang yang tertera degan keterangan ready maka barang tersbut tersedia di online shop. Perekembangan teknologi yang di dukung dengan berdirinya pasar modern di berbagai wilayah terutama di kota menciptkan budaya konsmerisme dimana pola konsumsi masyraat kota di pengarui oleh perkembangan zaman yang didikung oleh teknologi. Hal ini dapat dijelaskan menggunakan teori Hipperalitas yang di gagas oleh Jean Baudrlllard menegani pola konsusmi masyarakat dalam membeli sesuatu yang hanya didasarakan pada prestise bukan pada kebutuhan atau kegunaan. Menurut Jean Baudrillard pada era kapitalisme awal sebuah produksi menjadi faktor yang membentuk sebuah pasar kapitalis, lalu pada kapitalisme lanjut sebuah konsumsi semakin mengalami peningkatan, produk dan pemasaran ikan-iklan di media massa yang menunjukkan adanya sebuah strategi baru untuk memulai konsumsi. Konsumsi semakin dijadikan sebagai komoditi, tidak hanya dijadikan sebagai nilai guna melainkan hanya sebagai kebutuhan saja (Medhy, 2019). Oleh karena itu, melalui komoditi tersebut seorang individu mulai menemukan eksistensian yang ada pada dirinya. Dengan pola perilaku konsumeris memebuat masyraka tidak mengatahui identitasnya sendri melainkan dengan memepntingkan eksistensi dan pemenuhan nafsu dalam mengikuti perkemabnagan jaman.

Persepsi masyarakat mengenai sistem berbelanja di pasar modern dan di market place atau online shop.

Setiap lapisan masyarakat bahkan individu memilki pandangan, pegetahuan, dan pemkanaan yang berbeda-beda dalam menyikapi sesuatu pada fenomena di lingkungan. Dalam hal ini direleasikan melalui tindakan manusia tentu memilki presepsi positif maupun negatif dalam kehidupan yang nyata (Sugihartono, 2007). Dasar dari munculnya presepsi diawali dari proses pengindraan yang berupa alat indra menerima stimulus, yang kemudian perhatian individu yang duah di tangkap oleh paca indtra di salurkan ke otak, setelah itu individu mengetahui bahwa proses terbut merupakan proses terjadinya prespsi atau pandangan seseorang terahdap apapun yang di lihat, didengar, dan di fahami. Melalui sebuah presepsi fenomena yang tearjdi mengenai keadaan sekitar dengan mudah individu memahami fenomena tersebut. Presepsi sesorang dapat dibnetuk melalui multi faktor yang diklasifikasn dalam dua faktor yakni faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal yang berdasar dari dalam diri individu yang melakat dalam diri setaip manusia tang mana mereka mempresepsikan stimulus, sedangkan faktor eksternal yang bersumber dari dalam diri yang berupa lingkungan dimana faktor internal terdapat pada objek (Uatama & Sugiri, 2014).

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian merupakan suatu perilaku konsusmen dalam pembrian keputusan dalam memilih produk yang ditinjau dari kualitas

mauapun kuantitas dari prosuk tersebut, sesuai dengan pandangan dari masing-masing konsumen atau masing-masing individu. Seperti yang dilakukan oleh masyarakat kota Gresik khususnya yang dinggal di Perumahan Gresik Regency GKB Gresik mereka cenderung memiliki prespsi yang berbeda mengenai pemilihan tempat pembelian barang atau tempat pembelian konsumi baik itu memilih untuk berbelaja di pasar modern atau disebut dengan supermarket, mall, dan lain-lain dan memutuskan berbelaja di online shop. Keputusan dalam membeli tentu didasari dalam diri maupun di dorong oleh faktor lingkungan.

Perkembangan pasar modern dengan jumlah yang bnayak memberikan efek pada pasar tradisional yang semakin terkikis apabila dilihat dari keberlanjutan usaha. Tidak heran apabila masyrakat kota lebih senang berbelanja di pasar modern daripada di pasar tradisional dengan keunggulan pasar modern. Keungulan pasar modern yakni meyediakan berbagai macam kebutuhan dan keperluan masyrakat dengan prosuk pada suatu pusat perbelajaan, produk yang di jual relatif lengkap, dengan kemudahan dalam mencari barang serata kenyaman saat berbelanja, fasilitas parkir yang aman dan luas memberikan kenyamanan pada kosumen saat berbelanja. Namun harga baranag yang dijual da pasar modern relatif mahal diabdingkan pasar tradisional dan online shop. Dengan berbagai keunggulan yang dimilki pasar modern dapat menimbulkan minat yang tinggi bagi masyrakat kota untuk memeilih pasar modern sebagai temoat berbelanja dalam memenuhi kebutuhan (Dharmmesta,2000). Hal ini berbeda dengan presepsi masyrakat desa yang cenderung lebih menilai sesuatu berdasarkan harga, dimana masyrakat lebih memeilih memebli barang di pasar tradisional, hal ini dapat dilihat dari terjangunya pasar modern. Diaman pasar modern didirkan di wilayah perkotaan sehingga masyrakat desa mengalami kesulitan apbila ingin belanja di pasar modrern dengan alsan jarak yang jauh. Seahingga membuat masyrakat desa lebih memeilih berbelanja di pasar tradisional.

Berkembang pesatnya pasar modern di kota besar membuat daya tarik dan memunculkan presepsi masyarakat dalam memilih tempat berbelanja, adapun faktor yang mempengarui presespi dan perilaku masyarakat sebagai konsumen yakni faktor ekonomi, faktor produk, dan situasi. Faktor ekonomi merupakan faktor yang utama dimana terdapat pendapatan dan harga yang menajdi patokan selera, dan kemampuan dalam konsumsi. Faktor dalam diri yang mempengarui perilaku kosumen didlihat dari faktor umur, pendidikan, pendapatan, pekerjaan, penegluaran belaja, keadaan ekonomi, kesiapan dalam menhadapi resiko, cara hidup dan lain-lain. Dengan berbagai faktor yang sangat berpengaruh pada masyrakat menyebabakan perbedaan pola perilaku kosnumen dalam menetukan kualitas, keinginan dalam berbelanja.

Presepsi belanja di pasar modern, setiap keputusan yang diambil oleh masyarakat tentu mengandung resiko dan memiliki dampak baik itu berupa dampak positif maupun dampak negatif. Dampak merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal, sedangkan pasar merupakan tempat terjadinya interaksi antara penjual dan pembali

(Chourmain, 1994:231). Di kota Gresik Terdapat berbagai pasar modern seperti Hypermart Gresik, Mall Gresik, Gresmall, Timoritel Gresik, Icons Mall, dan masih banyak lagi. Dari hasil pengamatan atas Gres maal yang ada di bunderan GKB yang merupakan pasar modern dikenal dengan fasilitas yang memadai, kualitas paruk terjamin, hal ini menjadi faktor utama menarik konsumen atau pngunjung untuk berbelaja di pasar modern. Selain itu akses dalam pembayaran isa dengan berbagai cara tidak hanya bisa membayar dengan uang tuani melainkan dengan ATM kartu kredit, dan aplikasi tansaksi lainya. Keberdaan mall di tenagh kota merupakan bentuk kemajuan ekonomi daerah. Dari hasil wawancara dengan salah satu pengunjung mall yang berinisial NS (umue 34 tahun) mengaku kalau lebih senenag belanja di mall karena barang yang didinginkan sudah terjamin kualitasnya dan fasilitas yang sangat memadai seperti tempat parkir yang luas dan tertutup, area yang dingin, bau harum, dan lain-lain. Namun barang-barang di mall kebanykan harganya mahal, maka tidak semua kalangan memilih berblanja di mall.

Dapat ditarik kesimpulan dari presepsi masyrakat kota mengenai hadirnya pasar modern memebawa hal postif yang dirasakan oleh masyrakat, ditinjau dari fasilitas yang mamadai dan nyaman terdapat wahana hiburan, barang yang dijual beraneka ragam dari barang lokal sampai barang impor dari luar negri. Tidak perlu diragukan prosuk-prosuk yang dijual di pasar modern memeilki kualitas tinggi dan terjamin. selain dampak positif dari hadirnya pasar modern seperti mall berdampak negatif bagi konsumen yakni memicu perilaku konsumtif, terutama pada masyrakat kota yang cenderung mengikuti tren atau jaman. Perilaku konsumtif merupakan pola perilaku konsumen yang memebli barang secar berlebihan tidak melihat pada kebutuhan namaun melihat pada keingann semata dengan alih-alih mengikuti perkembangan zaman. Sebekum adanya perekembangan teknologi, jaman belum modern pola perilaku konsumsi masyarakat memebli barang sesuai dengan kebutuhan yang harus dipenuhi. Pasa saat ini perubahan pola perilaku tersebut sangat enojl, jarang ditemukan pola perilaku seperti jaman dulu, masyarakat saat ini membeli barang karena berbagai macam sebab yakni untuk kepuasan diri, memanjakan diri, menyenangkan orang lain, mengikuti tren dan sebagainya. Dari berbagai sebab tersebut tanpa disadari bahwa masyaralat telah berprilaku konsumerisme. Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku atau tindakan yang tidak didasari oleh pertimbangan yang rasional, melainkan memebli produk berdsarkan keinginan dengan memperoleh kesenanagan diri (Mowen, 2002). Keputusan masyrakat dalam mementukan tempat berbelanja dipengarui oleh kepercayaan diri, nilai, dan sikap dari masing-masing masyarakat. Dalam proses pemilihan temat berbelnja di pengarui faktor ekternal yakni lingkungan dan faktor dalam diri sendiri. Begitu pula dengan kepusan masyrakat untuk berbelanj di pasar modern maupun melalaui online dengan memanfaatkan media digital.

Presepsi belanja di online shop dilihat hasil penelitian pada informan yang tinggal di Perum GKB gresik berinsisila FR (berusia 36 tahun) menyatakan bahwa “ibu-ibu rumah

tangga cenderung lebih memilih berbelanja di online dengan alasan memudahkan dalam berbelanja dan menghemat waktu". Dari pernyataan informan melalui pertanyaan yang di berikan penelitian dapat disimpulkan bahwa dari segi harga yang di tawarkan di online shop lebih murah dengan nilai rata-rata 3,94 dengan rentang nilai 1-5. Penytaan tersesbut didikung oleh ungkaoan dari informan ibu Hesti (berusia 38 tahun) "Pandemi membuat saya beralih saat membeli barang dari yanga awalnya pergi ke toko sekarang tinggal check out untuk membeli barang dengan mudah tentunya, saya juga percaya dengan berebanja online tidak mengecewakan dan sesuai dengan ekspetasi" Dari penyataan tersebut dpat dilihat bahwa perlaihan dalam memebli barang salah satunya yakni pola konsumsi dimasa pandemi. Dilihat dari segi kepercayaan konsumen dalam berbelanja online sangat bervariatif dimana sebagaian masyrakat kurang percaya saat membeli barang di online shop asing, namun masyrakat lain lebih seenang percaya dan mementukan pilihanya di online shop. dari perbadingan nilai 1 sampai 5 dapat disimpulkan bahwa masayarakat meniali 3,8.

Dari segi akses dan kulitas barang, menurut kosnumen barang yang di beli dari online shop berkulitas dan kebanyakan sesuai dari ekspetas konsumen. Dengan akses yang mudah menjadikan semua kalanagna gemar berbelanja online baik dari kalangan anak, remaja, sampai ibu rumah tangga. Dengan keunggulan dan kemudaan saat malakukan konsumi melalaui online shop maka menciptkan presepsi yang positif dari masyrakat mengenai proses konsumsi belajna online dengan menilai online shop mudah di akses dan berkualitas. Selain itu presepsi masyrakat kota Gresik mengenai sistem berbelanja di online shop adalah baik dan mendukung mereka untuk terus berbelanja online. Berbagai alasan yang positif meembuat masyrakat lebih menyukai berbelanja melalui online dari pada secara lansung.

Dari presepsi yang dikemukaan oleh masyarakat yang tiggal di peruamahan GKB Gresik dapat dinilia bahwa terdapat perubahan yang sangat sigmifikan dari yang awalnya pola konsumsi masyaraat sebelum pandemi covid-19 cederung lebih sering berbelaja secara lansung ke pasar modern atau disebut dengan supermarket, mall, dan lain-lain, namun semenjak pandemi covid-19 yang mengaruskan semua masyarakat untuk lebih memebatasi kegiatan di luar rumah memebat masyarakat mengalami perubahan menjadi masyrakat yang gemar mengonsumsi barang atau bahkan makanan melalaui media online atau market place yang tersedia di alat kominukasi yang dimiliki setaip masyarakat. Canggihnya teknologi dan keuntungan yang di dapat saat berbelaja oniline seperti efisiensi watu dan biaya yang dikeluarkan relatif sedikit juga turur melopori perubahan yang terajdi pada pola konsumsi mayarakat kota Gresik.

SIMPULAN

Fenomena yang terjadi di masa pandemic covid-19 yakni pola konsumsi atau berbelanja baik untuk kebutuhan sehari-hari maupun keinginan masyarakat mulai beralih dari yang awalnya berbelanja di pasar trasional beraliha

ke pasar modern yakni disebut dengan mall kemudian beralih ke online shop. Masyarakat modern perkotaan lebih memilih membeli kebutuhan dan keperluan hidupnya yang cara yang berbeda di setiap orang dimana sebagian lebih memilih berbelanja secara lansung yakni di pasar trasdisonal atau di pasar modern yakni mall dan lainnya lebih memilih berbelanja dengan menggunkan media massa melalui platfrom *e-commerse.* Setiap manusia hidup didunia tentu memiliki kebutuhan hidup yang berbeda, dalam pemenuhan kebutuhan hidup maka diperlukan tempat perbelanjaan yakni market atau pasar, baik pasar trasional, pasar modern maupun online shop (Izzah, 2010).

Kehadiran online shop seperti shopee, lazada, buka lapak dan masih banyak lagi, dapat meggeser pasar modern berupa tokoh, mall, supermarket dan lain-lain. Melalui media masaa berupa online shop dinilai lebih mudah dan praktis dalam prses belanja, dengan hadirnya online shop yang dinilai memudakan masyarakat dalam berbelanja, hal ini yang membuat masyarakat kota baeralih dari yang awalnya membeli barang di pasar modern kini beralih ke online shop. Dalam rangka menematuhi protokol kesehatan dengan berdiam dirumah menjalankan Social Distancing dan kebijakan PPKM yang telah ditetapkan oleh pemerintah, maka menjadi pemicu terjadinya perubahan perilaku konsumsi masyarakat kota dalam berbelanja yang awalnya secara langsung datang ke tempat perbelanjaan atau tokoh, semenjak covid-19 masyarakat mulai beralih ke berbalanja online melalui media digital.

Perekembangan teknologi yang di dukung dengan berdirinya pasar modern di berbagai wilayah terutama di kota menciptkan budaya konsmerisme dimana pola konsumsi masyraat kota di pengarui oleh perkembangan zaman yang didikung oleh teknologi. Presepsi belanja di online shop dilihat hasil penelitian pada 5 informan yang tinggal di Perum GKB gresik menyatakan bahwa ibu-ibu rumah tangga cenderung lebih memilih berbelanja di online dengan alasan memudahkan dalam berbelanja dan menghemat waktu. Dengan keunggulan dan kemudaan saat malakukan konsumi melalaui online shop maka menciptkan presepsi yang positif dari masyrakat mengenai proses konsumsi belajna online dengan menilai online shop mudah di akses dan berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Anjani, Varashita. (2017). Sosial Media Sebagai Pasar Bagi Masyrakat Modern (Sebuah Kritik Terhadap Budaya Popular). Jurnal Dakwah Tabligh 18 (1), 116-130.

Agustin, Islamiyah, N, Dini. (2019). *Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Babaksari Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik di Pasar Modern.* Skripsi Program Studi Sosiologi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Cahyaniani, Sundari, Syinsha. (2016). *Presepsi Masyarakat Desa Terhadap Keberadaan Pasar Modern : Studi Deskripsi pada Masyarakat Desa Cihampelas*. Skripsi Program Studi Sosiologi. Universitas SDG Bandung.

Dakhoir, Ahmad. (2018). Eksistensi Usaha Kecil Menengah dan Pasar Tradisional dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern. Jurnal Studi dan Masyarakat, 14 (1), 31-41, 2018.

Devin Emilio. (2021). *Analisis Faktor yang Mempengarui Perilaku Masyarakat Kota Palem bang Dalam Berbelanja Onlien Pada Saat Pandemi Covid-19.* Skripsi Program Studi Manajemen. Universitas Sriwijay.

Dewi, Kusuma. et al. (2017). Pilihan Tempat Belanja Masyarakat Perkotaan dan Implikasinya Pada Peternakan Ayam Petelur di Perdesaan. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan, 10 (2), 217-229.

Hidayat Ihsar. (2018). *Dampak Sosial Pasar Modern Terhadap Daya Konsumsi Masyarakat Lokal di Kota Makassar Mall Panakkukang.* Skripsi Program Dtudi Pendidikan Sosiologi. Universitas Muhmammadiyah Makassar.

Masni Yeni. (2014). *Analisis Preferensi Konsumsi Dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern.* Skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi. Universitas Hasanudin Makassar.

Pramudiana, Devy, Ika. (2017). Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern. Asketik, 1 (1), 35-43.

Putra, Adriyansyah, Y, Sunaherman. (2019). Analisis Faktor-Faktor Pemasaran dalam Membeli Sayur Organik di Pasar Modern Kota Medan. PERWIRA Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia, 2 (1), 2655-5638.

Rodiyah, Isniani, Choiriyah, Usrotin, Ilmi. (2015). Presepsi Masyaraat Terhadap Implementasi Kebijakan Zonasi Pasar Modern di Kabupaten Sidoarjo. JKMP Jurnal Kebijikan dan Manajemen Publik, 3 (2), 165-179.

Taswiyah, Imron, Ali. (2021). Presepsi dan Preferensi Ibu Rumah Tangga Terhadap Sistem Berbelanja Secara Online atau Online Shop. Jurnal Abdimas BSI : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4 (1), 128-137.

To, Pau-lai, and E-ping Sung. (2014). *Hedonic Motivations for Online Shopping. International* Journal of Economics and Management Engineering, 8 (7) : 222-24.

Sara, Kartini, Maria. (2017). *Presepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas negeri Jember Terhadap Manfaat Instagram Sebagai Media Online Shop*. Skripsi Program Studi Ekonomi, Univeritas Negeri Jember.

Sarwoko Endi. (2018). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayayah Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 4 (2), 2018

Shibghatalloh, Hanif, Muhammad, Santosa, B, Suryono. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Dapat Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Pada Presepsi Resiko Konsumen Terhadap Online Shopping*. Skripsi Program Stusi Ekonomi. Universitas Dipnegoro.

Wibawanto, Sigit. (2016). Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Pembelian di Pasar Modern Studi Pada Masyarakat Kabupaten Kebumen. *Jurnal Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 15 (1), 2016.