

**ANALYSIS OF THE IMPACT OF COMMUNITY CHANGE IN THE ERA OF THE
DIGITAL REVOLUTION ON ONLINE VEGETABLE INCOME DURING
PANDEMIC COVID-19
(CASE STUDY ON PRABUFRESH PRABUMULIH)**

**ANALISIS DAMPAK PERUBAHAN MASYARAKAT DALAM ERA
REVOLUSI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN SAYUR ONLINE SELAMA
PANDEMI COVID-19
(STUDI KASUS PADA PRABUFRESH PRABUMULIH)**

Meirani Betriana¹ , Linggariama²

STIE Prabumulih^{1,2}

meiranibetriana555.ypp@gmail.com¹ anggariyama@gmail.com²

ABSTRACT

Analysis of the Impact of Changes in Society in the Digital Revolution Era on Online Vegetable Sales Business Income (Case Study of Prabufresh Prabumulih). This study aims to determine the impact of changes in society in the era of the digital revolution on Prabu Fresh's business income during the COVID-19 pandemic. The type of research used in this study is a comparative study, namely by comparing Prabufresh's income from before and during the covid-19 pandemic. The type of data in this study is quantitative data with a sample in the form of Prabufresh's income data before and during covid-19, where the sampling technique used is purposive sampling, namely a sampling method with a specific purpose, in this case the sampling technique is based on the research objectives, namely data before and after during the covid-19 pandemic. The research method used is a quantitative descriptive analysis method, namely a research method that aims to create a description, picture or painting expressed in the form of numbers. The quantitative descriptive analysis method makes it easier for researchers to know and describe how Prabufresh's income was before and during the covid-19 pandemic. The results obtained from this study are that there is an increase in the number of customers from before and during the covid-19 pandemic which, if presented, has increased by approximately 33%. Due to the increase in the number of Prabufresh customers as a result of changes in society in the era of the digital revolution, this also has an impact on Prabufresh's income which has also increased from before and during the covid-19 pandemic. If you look at the amount of income before covid-19, which was Rp. 105,678,900 and during covid-19 it was Rp. 214,470,350, there was an increase in income of Rp. 108,791,450, - which if percentage the increase was more than 100%, namely 102.95%. The increase in the amount of Prabufresh's income is due to changes in people's patterns or habits from shopping traditionally to shopping online due to the covid-19 pandemic, where the increasing number of customers will certainly increase the business income obtained by Prabufresh

Keywords: Society Change, Digital Revolution, Income

ABSTRAK

Analisis Dampak Perubahan Masyarakat Dalam Era Revolusi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Penjualan Sayur Online (Studi Kasus Prabufresh Prabumulih). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak perubahan masyarakat dalam era

revolusi digital terhadap pendapatan usaha prabu fresh selama pandemi covid-19. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian komparatif yaitu dengan membandingkan pendapatan Prabufresh dari sebelum dan selama pandemi covid-19. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dengan sampel berupa data pendapatan Prabufresh sebelum dan selama covid-19, dimana teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling yaitu metode sampling dengan tujuan tertentu yang dalam hal ini teknik pengambilan sampelnya didasarkan pada tujuan penelitian yaitu data sebelum dan selama pandemi covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan yang dinyatakan dalam bentuk angka. Metode analisis deskriptif kuantitatif mempermudah peneliti mengetahui dan menggambarkan bagaimana pendapatan Prabufresh sebelum dan selama pandemi covid-19. Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa terdapat peningkatan jumlah pelanggan dari sebelum dan selama pandemi covid-19 yang jika dipersentasekan mengalami kenaikan lebih kurang 33%. Dikarenakan adanya peningkatan jumlah pelanggan Prabufresh sebagai dampak dari perubahan masyarakat dalam era revolusi digital, hal ini juga berdampak bagi pendapatan Prabufresh yang ikut meningkat dari sebelum dan selama pandemi covid-19. Jika dilihat dari jumlah pendapatan sebelum covid-19 yaitu sebesar Rp.105.678.900 dan selama covid-19 sebesar Rp.214.470.350 maka terjadi peningkatan pendapatan sebesar Rp.108.791.450,- yang jika di persentasekan peningkatan tersebut lebih dari 100% yaitu 102,95 %. Terjadinya peningkatan jumlah pendapatan Prabufresh dikarenakan adanya perubahan pola atau kebiasaan masyarakat dari berbelanja secara tradisional ke berbelanja secara online dikarenakan oleh adanya pandemi covid-19, dimana dengan meningkatnya jumlah pelanggan tentunya akan meningkatkan pendapat usaha yang diperoleh oleh Prabufresh

Kata kunci : Perubahan Masyarakat, Revolusi Digital, Pendapatan.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini sangat berkembang dengan pesat. Revolusi digital adalah perubahan dari teknologi mekanik dan elektronik analog menuju ke teknologi digital. Perubahan tersebut sudah terjadi sejak era 1980-an dan terus berlanjut hingga sekarang ini dan membuat perubahan yang besar di seluruh dunia. Revolusi Digital ini pada akhirnya telah mengubah perspektif seseorang atau perilaku masyarakat dalam menjalani kehidupan dari pola tradisional ke teknologi yang serba modern dan canggih.

Sejak sebagian besar dunia dikagetkan dengan menyebarnya wabah Covid 19, termasuk juga di Prabumulih.

Pada awal masa pandemi COVID-19, pemerintah mensosialisasikan gerakan *Social Distancing*. Kemudian dikeluarkan PP No 21 Tahun 2020 tentang kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan tersebut bertujuan untuk memutus mata rantai penyebaran virus COVID-19 dengan membatasi aktivitas di tempat umum, bekerja di rumah, meliburkan tempat kerja, pusat perdagangan dan sebagainya. Hal ini, sedikit banyak merubah berbagai kebiasaan manusia. Diantaranya kebiasaan belanja sayur ke pasar. Dengan adanya pandemi Covid 19, sebagian besar orang mengurangi aktivitas di luar rumah, termasuk berbelanja kebutuhan dapur, Hal ini tentu menjadi peluang yang

menggembirakan bagi usaha online, seperti Prabufresh. Peluang ini mengharuskan Prabufresh untuk lebih mengoptimalkan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk meningkatkan omset penjualan.

Perubahan masyarakat dalam era revolusi digital diartikan sebagai berubahnya pola kebiasaan masyarakat yang biasanya melakukan semua kegiatan secara manual termasuk berbelanja kebutuhan sehari-hari secara langsung ke pasar, akibat adanya pandemi COVID-19 semua kegiatan dilakukan secara online dirumah. Hal ini secara tidak langsung memberikan dampak yang positif terhadap usaha penjualan sayur online oleh Prabufresh yang tentunya akan berpengaruh pula terhadap tingkat pendapatan yang diperoleh oleh Prabufresh. Dari latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian “Analisis Dampak Perubahan Masyarakat Dalam Era Revolusi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Prabu Fresh Selama Pandemi Covid-19” dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dampak perubahan masyarakat dalam era revolusi digital terhadap pendapatan usaha prabu fresh selama pandemi covid-19.

Perubahan Masyarakat/Perubahan Sosial

Para sosiolog dan antropolog mempunyai pendapat yang berbeda mengenai perubahan sosial diantaranya menurut Soekanto (1990) mendefinisikan perubahan sosial adalah segala perubahan yang terjadi dalam lembaga kemasyarakatan dalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya.

Gejala-gejala yang dapat mengakibatkan perubahan sosial memiliki ciri-ciri antara lain (Martono, 2012):

- 1) Setiap masyarakat tidak akan berhenti berkembang karena mereka mengalami perubahan baik lambat maupun cepat.
- 2) Perubahan yang terjadi pada lembaga kemasyarakatan tertentu akan diikuti dengan perubahan pada lembaga-lembaga sosial lainnya.
- 3) Perubahan sosial yang cepat dapat mengakibatkan terjadinya disorganisasi yang bersifat sementara sebagai proses penyesuaian diri.
- 4) Perubahan tidak dibatasi oleh bidang ke-bendaan atau bidang spiritual karena keduanya memiliki hubungan timbal balik yang kuat.

Revolusi Digital

Revolusi industri atau juga sering disebut revolusi digital merupakan perubahan cara hidup dan proses kerja manusia secara fundamental, dimana dengan kemajuan teknologi informasi dapat mengintegrasikan dalam dunia kehidupan dengan digital yang dapat memberikan dampak bagi seluruh disiplin ilmu. Revolusi industri 4.0 semua proses dilakukan secara sistem otomatisasi didalam semua proses aktivitas, dimana perkembangan teknologi internet semakin berkembang tidak hanya menghubungkan manusia seluruh dunia namun juga menjadi suatu basis bagi proses transaksi perdagangan dan transportasi secara online.

Digital Marketing

Digital marketing atau biasa disebut pemasaran digital adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi online (Chakti : 2019).

Menurut Rafi Mohammed (2003) pengertian marketing sendiri sebenarnya

merupakan proses perencanaan dan eksekusi dari kegiatan pembentukan konsep, penetapan harga, penetapan strategi promosi dan strategi distribusi dari ide-ide, produk dan jasa ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk menciptakan suatu pertukaran yang memuaskan baik bagi pelanggan maupun perusahaan, dimana untuk dapat mencapai tujuan ini akan dilakukan proses analisis mengenai kondisi target pasar perencanaan dan perumusan strategi.

Digital marketing merupakan atau pemasaran digital memiliki arti yang hampir sama dengan pemasaran elektronik (e-marketing) keduanya menggambarkan manajemen dan pelaksanaan pemasaran menggunakan media elektronik, jadi yang dimaksud digital marketing (channel online) ke pasar (website, email, database, digital TV, dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapat keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan selain itu mengembangkan pendekatan yang terencana untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen (terhadap perusahaan, perilaku, nilai dan tingkat loyalitas terhadap merek produknya), kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dengan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu atau pelanggan yang spesifik (Chafey : 2000).

E-Commerce

Menurut Kotler & Armstrong (2019) E-commerce adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan

Berikut ini terdapat empat jenis e-commerce berdasarkan karakteristiknya menurut Kotler (2019) :

1. *Business to business* (B2B)
 - a) Mitra bisnis yang sudah saling mengenal dan sudah menjalin hubungan bisnis yang lama.
 - b) Pertukaran data yang sudah berlangsung berulang dan telah disepakati bersama.
 - c) Model yang umum digunakan adalah peer to peer, dimana processing intelligence dapat didistribusi oleh kedua pelaku bisnis.
2. *Business to consumer* (B2C)
 - a) Terbuka untuk umum dimana informasi dapat disebarkan untuk umum juga.
 - b) Servis yang digunakan juga untuk umum sehingga dapat digunakan oleh banyak orang.
 - c) Servis yang digunakan berdasarkan permintaan, sehingga produsen harus mampu merespon dengan baik permintaan konsumen.
 - d) Sistem pendekatan adalah client-server.
3. *Consumer to Consumer* (C2C) Yaitu, model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, melainkan juga memberikan 20 fasilitas transaksi uang secara online. Dalam hal ini terdapat 2 (dua) indikator utama bagi sebuah website marketplace:
 - a. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan.
 - b. Bisa digunakan oleh penjual individual. Dimana kegiatan yang berlangsung harus menggunakan fasilitas transaksi online seperti rekening pihak ketiga untuk menjamin keamanan transaksi. Penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah barang

diterima oleh pembeli. Selama barang tersebut belum diterima oleh pembeli, maka penjual tidak dapat mencairkan hasil penjualan dan jika produk gagal sampai ketangan pembeli maka uang yang telah dibayarkan akan dikembalikan ke pembeli.

4. *Consumer to Business* (C2B)

Berkebalikan dengan *business to consumer* (B2C), pada *consumer to business*, konsumen (individu) bertindak sebagai pencipta nilai dimana perusahaan yang akan menjadi konsumen yang dilakukan secara elektronik.

Pendapatan

Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan. Sebagai suatu organisasi yang berorientasi profit maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Ikatan Akuntan Indonesia (2018), pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari pelaksanaan aktivitas entitas yang normal dan dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti penjualan, penghasilan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.

Sedangkan menurut Diana dan Setiawati (2017) menyatakan bahwa "Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman

modal".

Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh seseorang atau perusahaan dalam bentuk gaji (*salaries*), upah (*wages*), sewa (*rent*), bunga (*interest*), laba (*profit*), dan sebagainya, bersama-sama dengan tunjangan pengangguran, uang pensiun, dan lain sebagainya. Dalam analisis mikro ekonomi, istilah pendapatan khususnya dipakai berkenaan dengan aliran penghasilan dalam suatu periode waktu yang berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi (sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal) masing-masing dalam bentuk sewa, upah dan bunga, maupun laba, secara berurutan (Jaya, 2011).

1. Jenis-Jenis Pendapatan

Menurut Jaya (2011) secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan :

- Gaji dan upah, yaitu imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu atau satu bulan.
- Pendapatan dari usaha sendiri merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang dibayar dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga sendiri, nilai sewa kapital milik sendiri dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
- Pendapatan dari usaha lain, yaitu pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini merupakan pendapatan sampingan, antara lain pendapatan dari hasil menyewakan aset yang dimiliki, bunga dari uang, sumbangan dari pihak lain, pendapatan pensiun, dan lain-lain.

Sedangkan macam-macam pendapatan menurut perolehannya dapat dibagi menjadi dua:

- Pendapatan kotor adalah hasil penjualan barang dagangan atau jumlah omzet penjualan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain.
- Pendapatan bersih adalah penerimaan hasil penjualan dikurangi pembelian bahan, biaya transportasi, retribusi, dan biaya makan atau pendapatan total dimana total dari penerimaan (*revenue*) dikurangi total biaya (*cost*).

2. Sumber Pendapatan

Sumber pendapatan merupakan suatu unsur yang perlu mendapatkan perhatian penting sebelum membahas masalah pengakuan dan pengukuran pendapatan lebih lanjut. Kesalahan dalam menentukan sumber pendapatan yang kurang tepat dapat mempengaruhi besarnya pendapatan yang akan diperoleh dan berhubungan erat dengan masalah pengukuran pendapatan.

Ikatan Akuntan Indonesia (2018), pendapatan dapat timbul dari transaksi dan kejadian berikut ini:

- a. Bunga yaitu pembebanan untuk penggunaan kas atau setara kas atau jumlah terhutang kepada entitas.
- b. Rolyati yaitu pembebanan untuk penggunaan aset jangka panjang entitas.
- c. Dividen yaitu distribusi laba kepada pemegang investasi ekuitas sesuai dengan proporsi mereka atas kelompok modal tertentu.

Sedangkan menurut Diana dan Setiawati (2017), pendapatan dapat berasal dari:

- a. Penjualan dengan diskon.
- b. Penjualan dengan pelunasan ditanggihkan.
- c. Penjualan barang.
- d. Penjualan jasa.
- e. Bunga, royalti, dividen.

3. Pengukuran Pendapatan

Pendapatan diukur dalam satuan nilai tukar produk atau jasa dalam suatu transaksi. Nilai tukar tersebut menunjukkan ekuivalen kas atau nilai diskonto tunai dari uang yang diterima atau akan diterima dari transaksi penjualan. Pendapat Martani, dkk (2016) mengenai pengukuran pendapatan adalah pendapatan diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima. Nilai wajar adalah harga yang akan diterima untuk menjual suatu aset atau harga yang akan dibayar untuk pengalihan suatu liabilitas dalam transaksi teratur antara pelaku pasar pada tanggal pengukuran.

Ikatan Akuntan Indonesia (2018) menyatakan: Pendapatan diukur dengan nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima. Jumlah pendapatan yang timbul dari transaksi biasanya ditentukan oleh persetujuan antara entitas dengan pembelian atau penggunaan aset tersebut. Jumlah tersebut diukur pada nilai wajar imbalan yang diterima atau dapat diterima dikurangi jumlah diskon usaha dan rabat volume yang diperbolehkan oleh entitas.

METODE PENELITIAN

Menurut Fitriya (2019) jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang ditunjukkan untuk menggambarkan keadaan objek yang diobservasi secara mendalam dengan menggunakan analisis fakta-fakta yang ada. Metode yang biasa digunakan dalam penelitian deskriptif adalah metode survei, metode korelasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan metode komparatif yaitu, penelitian yang bersifat membandingkan antara data pendapatan Prabufresh sebelum dan selama pandemi covid-19. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan pendapatan dan catatan jumlah

pelanggan Prabufresh. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan pendapatan dan catatan jumlah pelanggan Prabufresh.

Menurut Sugiyono (2014) Analisa Data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis deskriptif dengan metode komparatif yaitu dengan cara membandingkan bagaimana pendapatan Prabufresh sebelum dan selama pandemi covid-19 sebagai dampak perubahan masyarakat dalam era revolusi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini mengenai bagaimana dampak perubahan masyarakat dalam era revolusi digital terhadap pendapatan usaha Prabufresh selama pandemi covid-19, dimana perubahan masyarakat dalam era revolusi digital tersebut dimaksudkan bahwa adanya perubahan pola atau perilaku masyarakat dari pola tradisional ke modern berupa kebiasaan masyarakat yang berubah dikarenakan adanya pembatasan aktivitas yang diakibatkan oleh pandemi covid-19, sehingga masyarakat lebih banyak melakukan segala aktivitasnya di dalam rumah termasuk dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka seperti berbelanja, yang biasanya berbelanja langsung ke pasar sekarang berubah menjadi berbelanja

online sebagai dampak perubahan masyarakat dalam era revolusi digital sebagai akibat adanya pandemi covid-19. Hal ini tentunya juga berdampak pada pendapatan usaha Prabufresh selaku pelopor untuk penjualan sayur online di Prabumulih

Dari uraian rumusan masalah tersebut, maka pembahasan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara membandingkan antara jumlah pelanggan dan pendapatan Prabufresh selama satu tahun sebelum pandemi (Maret 2019-Februari 2020) dan satu tahun selama pandemi covid-19 (Maret 2020-Februari 2021)

A. Analisis Dampak Perubahan Masyarakat Dalam Era Revolusi Digital

Perubahan masyarakat sering diistilahkan sebagai perubahan sosial dimana berubahnya nilai, sikap-sikap dan pola perilaku manusia yang jika dihubungkan dengan revolusi digital maka dapat diartikan bahwa berubahnya pola perilaku atau kebiasaan manusia yang tadinya bersifat tradisional berubah menjadi yang bersifat modern yaitu dengan menggunakan digitalisasi. Dalam penelitian ini data perubahan masyarakat dalam era revolusi digital adalah berupa data para pelanggan Prabufresh yang diambil satu tahun sebelum dan selama pandemi covid-19 untuk diperbandingkan apakah ada perubahan dengan kriteria meningkat atau menurun sebagai dampak dari perubahan masyarakat yang biasa berbelanja langsung ke pasar tetapi beralih berbelanja secara online.

Adapun data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Perbandingan Jumlah pelanggan Prabufresh Sebelum dan selama pandemi covid-19

NO	BULAN	JUMLAH PELANGGAN		PERBANDINGAN	
		SEBELUM COVID-19	SELAMA COVID-19	SELISIH	KRITERIA
1	MARET	235	368	133	MENINGKAT
2	APRIL	203	383	180	MENINGKAT
3	MEI	265	374	109	MENINGKAT
4	JUNI	283	396	113	MENINGKAT
5	JULI	290	388	98	MENINGKAT
6	AGUSTUS	307	390	83	MENINGKAT
7	SEPTEMBER	354	430	76	MENINGKAT
8	OKTOBER	361	451	90	MENINGKAT
9	NOPEMBER	366	418	52	MENINGKAT
10	DESEMBER	371	429	58	MENINGKAT
11	JANUARI	359	408	49	MENINGKAT
12	FEBRUARI	238	398	160	MENINGKAT
Jumlah		3632	4833	1201	MENINGKAT
RATA-RATA		302,67	402,75	100,08	MENINGKAT

Sumber : Prabufresh Prabumulih, 2021 (data diolah)

Dari tabel 4.5 diatas, dapat dilihat selisih jumlah pelanggan Prabufresh Prabumulih sebelum dan selama covid-19 yang paling banyak adalah pada bulan April sebanyak 180 orang dengan kriteria terjadi peningkatan dan selisih jumlah pelanggan Prabufresh Prabumulih sebelum dan selama covid-19 yang paling sedikit adalah pada bulan Januari sebanyak 49 orang dengan kriteria terjadi peningkatan. Jika di rata-ratakan peningkatan selisih jumlah pengunjung Prabufresh selama satu tahun sebelum dan selama covid-19 adalah sebesar 100,08.

Dari uraian deskripsi data tersebut dapat dijelaskan bahwa, terjadinya peningkatan jumlah pelanggan Prabufresh selain dikarenakan oleh adanya pandemi covid-19 yang membatasi aktivitas masyarakat untuk melakukan kebiasaannya sehari-hari baik belajar, bekerja maupun berbelanja yang tadinya dapat dikerjakan secara langsung tetapi sekarang harus beralih secara online. Selain alasan pandemi covid-19 yang berdampak pada

jumlah pelanggan Prabufresh, revolusi digital juga merupakan bagian dari peningkatan tersebut, karena dengan kemajuan teknologi sekarang ini, sangat membantu dan memudahkan masyarakat dalam melakukan segala hal termasuk untuk bisnisonline.

B. Analisis Dampak Perubahan Masyarakat Dalam Era Revolusi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Penjualan Sayur Online Prabufresh Prabumulih.

Dari penjelasan mengenai deskripsi data jumlah pelanggan Prabufresh yang mengalami peningkatan sebagai adanya perubahan pola atau perilaku masyarakat dari pola tradisional ke modern berupa kebiasaan masyarakat yang berubah seperti salah satunya berbelanja, yang biasanya berbelanja langsung kepasar sekarang berubah menjadi berbelanja online sebagai dampak perubahan masyarakat dalam era revolusi digital yang diakibatkan oleh adanya pandemi covid-19. Hal ini tentunya juga berdampak pada pendapatan usaha Prabufresh selaku pelopor untuk penjualan sayur online di Prabumulih

Adapun data mengenai perbandingan pendapatan Prabufresh satu tahun sebelum dan selama pandemi covid-19 adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Perbandingan Pendapatan Prabufress Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19

NO	BULAN	PENDAPATAN		PERBANDINGAN	
		SEBELUM COVID-19	SELAMA COVID-19	SELISIH	KRITERIA
1	MARET	Rp 7.182.750	Rp 14.110.000	Rp 6.927.250	MENINGKAT
2	APRIL	Rp 6.205.300	Rp 15.079.000	Rp 8.873.700	MENINGKAT
3	MEI	Rp 7.454.500	Rp 14.483.900	Rp 7.029.400	MENINGKAT
4	JUNI	Rp 7.825.650	Rp 16.698.650	Rp 8.873.000	MENINGKAT
5	JULI	Rp 7.929.450	Rp 11.138.600	Rp 3.209.150	MENINGKAT
6	AGUSTUS	Rp 8.863.900	Rp 16.247.550	Rp 7.383.650	MENINGKAT
7	SEPTEMBER	Rp 10.214.400	Rp 22.184.300	Rp 11.969.900	MENINGKAT
8	OKTOBER	Rp 10.193.700	Rp 25.247.400	Rp 15.053.700	MENINGKAT
9	NOPEMBER	Rp 10.743.000	Rp 21.685.250	Rp 10.942.250	MENINGKAT
10	DESEMBER	Rp 11.079.150	Rp 22.762.100	Rp 11.682.950	MENINGKAT
11	JANUARI	Rp 9.892.950	Rp 18.040.000	Rp 8.147.050	MENINGKAT
12	FEBRUARI	Rp 8.094.150	Rp 16.793.600	Rp 8.699.450	MENINGKAT

Sumber : Prabufresh Prabumulih, 2021 (data diolah)

Dari tabel 2 diatas, dapat dilihat selisih jumlah pendapatan Prabufresh Prabumulih sebelum dan selama covid-19 adalah sebesar Rp. 108.791.450,- dimana selisih jumlah pendapatan yang paling banyak adalah pada bulan oktober sebesar Rp.15.053.700,- dengan kriteria meningkat dan selisih jumlah pendapatan yang paling sedikit adalah pada bulan Maret sebesar Rp.6.927.250,- dengan kriteria meningkat. Jika dilihat dari jumlah pendapatan sebelum covid-19 yaitu sebesar Rp.105.678.900 dan selama covid-19 sebesar Rp.214.470.350 maka terjadi peningkatan pendapatan sebesar Rp.108.791.450,- yang jika di persentasikan peningkatan tersebut lebih dari 100% yaitu 102,95 %.

Dari uraian deskripsi data tersebut dapat dijelaskan bahwa, terjadinya peningkatan jumlah pendapatan Prabufresh dikarenakan adanya perubahan pola atau kebiasaan masyarakat dari berbelanja secara tradisional ke berbelanja secara online dikarenakan oleh adanya pandemi covid-19, dimana dengan meningkatnya jumlah pelanggan tentunya akan meningkatkan pendapat usaha yang diperoleh oleh

Prabufresh.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dampak perubahan masyarakat dalam era revolusi digital terhadap pendapatan usaha Prabufresh selama pandemi covid-19, dimana perubahan masyarakat dalam era revolusi digital tersebut dimaksudkan bahwa adanya perubahan pola atau perilaku masyarakat dari pola tradisional ke modern berupa kebiasaan masyarakat yang berubah dikarenakan adanya pembatasan aktivitas yang diakibatkan oleh pandemi covid-19, sehingga masyarakat lebih banyak melakukan segala aktivitasnya di dalam rumah termasuk dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka seperti berbelanja, yang biasanya berbelanja langsung kepasar sekarang berubah menjadi berbelanja online. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah pelanggan dari sebelum dan selama pandemi covid-19 yang jika direratakan mengalami kenaikan lebih kurang 33%. Dikarenakan adanya peningkatan jumlah pelanggan Prabufresh sebagai dampak dari perubahan masyarakat dalam era revolusi digital, hal ini juga berdampak bagi pendapatan Prabufresh yang ikut meningkat dari sebelum dan selama pandemi covid-19. Jika dilihat dari jumlah pendapatan sebelum covid-19 yaitu sebesar Rp.105.678.900 dan selama covid-19 sebesar Rp.214.470.350 maka terjadi peningkatan pendapatan sebesar Rp.108.791.450,- yang jika di persentasikan peningkatan tersebut lebih dari 100% yaitu 102,95 %. Terjadinya peningkatan jumlah pendapatan Prabufresh dikarenakan adanya perubahan pola atau kebiasaan masyarakat dari berbelanja secara

tradisional ke berbelanja secara online dikarenakan oleh adanya pandemi covid-19, dimana dengan meningkatnya jumlah pelanggan tentunya akan meningkatkan pendapat usaha yang diperoleh oleh Prabufresh.

Saran

Sedangkan beberapa saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini antara lain:

- Pandemi covid-19 mengakibatkan banyaknya bisnis online, untuk itu Prabufresh diharapkan dapat menghadapi persaingan yaitu melalui peningkatan inovasi dan kualitas pelayanan dengan melakukan pengendalian atas sistem, integritas dan prosedur pelayanan yang dapat memastikan bahwa pemrosesan sistem lengkap, akurat, dan tepat waktu sehingga dapat meningkatkan pelanggan yang tentunya juga akan meningkatkan pendapatan usaha Prabufresh.
 - Prabufresh diharapkan dapat membuat suatu sistem pencatatan yang terorganisir dimulai dari pemesanan pelanggan sampai dengan perolehan pendapatan sehingga dapat mengontrol penerimaan pendapatan yang berkelanjutan dan akurat. Selain itu diharapkan kedepannya Prabufresh dapat membuat laporan keuangan yang lengkap untuk memantau keberlanjutan usaha.
1. Kepada Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan data yang lebih banyak dan lengkap lagi agar memperoleh hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Chafey, Dave et al. (2000). *Internet Marketing: Strategi, Implementation, and Practic*. Pearsons Education Limited. England.
- Chakti, Andi Gunawan. (2019). *“The Book OF Digital Marketing”*. Celebes Media Perkasa. Jakarta
- Fauzi Fitriya, Dencik Abdul Basyith, dkk. (2019). *Metodelogi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2018). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Jaya, A. H. M. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Pantai Losari Kota Makassar*. Skripsi. Makassar: Jurusan Ilmu Ekonomi Feb Unhas.
- Kotler, Philip et.al. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak dari tradisional ke Digital*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Martani, Dwi. dkk. (2016). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK (ed. 2, buku 1)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mohammed, Rafli. 2003. *Internet Marketing: Building Advantage in a Networked Economy*. McGraw-Hill. USA
- Martono, Nanang. (2012). *Sosiologi perubah-an sosial: perspektif klasik, modern, postmodern, dan postkolonial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Soerjono Soekanto. (1990). *Sosiologi suatu pengantar: edisi baru keempat*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.