

ABSTRAK

Penurunan omzet penjualan produk herbal Naturies di platform Shopee pada tahun 2023 menjadi fenomena yang mencerminkan perubahan perilaku konsumen pascapandemi COVID-19. Selama masa pandemi, produk herbal seperti wedang uwuh mengalami lonjakan permintaan karena meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya imunitas tubuh. Namun, setelah pandemi mereda, permintaan produk menurun secara signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perubahan perilaku konsumen yang berdampak pada penurunan pembelian produk Naturies di platform e-commerce. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan terdiri dari pemilik usaha dan konsumen loyal Naturies. Analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman, dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan adalah teori perilaku konsumen dari Philip Kotler, yang membagi faktor-faktor penentu perilaku menjadi empat kategori utama: budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan pembelian produk dipengaruhi oleh bergesernya motivasi konsumen dari kebutuhan akan kesehatan menuju gaya hidup praktis, melemahnya pengaruh lingkungan sosial, menurunnya keterikatan emosional dengan nilai budaya tradisional, serta kurangnya stimulus visual dan informatif yang menarik pada platform digital. Studi ini memberikan wawasan penting bagi pelaku usaha untuk menyusun strategi pemasaran yang adaptif terhadap dinamika perilaku konsumen di era pascapandemi.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Penurunan Penjualan, Produk Herbal

ABSTRACT

The decline in sales turnover of Naturies herbal products on the Shopee platform in 2023 reflects a significant shift in consumer behavior in the post-COVID-19 pandemic era. During the pandemic, herbal products such as *wedang uwuh* experienced a surge in demand due to increased public awareness of the importance of immune health. However, as the pandemic subsided, consumer demand for these products dropped considerably. This study aims to identify and analyze the factors influencing the change in consumer behavior that contributed to the decrease in Naturies product purchases on the e-commerce platform. This research employs a descriptive qualitative approach, utilizing data collection techniques such as in-depth interviews, observation, and documentation. Informants included the business owner and loyal Naturies consumers. Data analysis refers to the Miles and Huberman model, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The theoretical framework is based on Philip Kotler's consumer behavior theory, which classifies behavioral influences into four main categories: cultural, social, personal, and psychological factors. The findings reveal that the decline in product purchases was influenced by a shift in consumer motivation from health-oriented needs to more practical lifestyles, a weakening of social environmental influence, decreased emotional attachment to traditional cultural values, and a lack of appealing visual and informative stimuli on digital platforms. This study provides valuable insights for businesses to develop marketing strategies that are adaptive to the evolving consumer behavior in the post-pandemic era.

Keywords: Consumer Behavior, Sales Decline, Herbal Products