PENGARUH E-COMMERCE SHOPEE DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM UIN RADEN INTAN LAMPUNG

Fakhri Danii Alfarizi[1], Bagus Dwi Cahyo[2], Vicky F Sanjaya[3]
Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Raden Intan Lampung
Email : [1]fakhridanii880@gmail.com, [2]bdcahyo48@gmail.com,
[3]Vicky@radenintan.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of e-commerce shopee and ease of transaction on student consumptive behavior. The data used is primary data. Furthermore, the data collection technique used in this study was distributing questionnaires to respondents who used the Google form to collect data. In this study the researchers used the t test method and coefficient test with the help of the smart pls program version 3. Based on the results of the research the R^2 value lies at $0 < R^2 < 1$, an R^2 value close to one which means the model is getting better. Meanwhile, the value of R^2 which is zero means that there is no relationship between the dependent variable and the explanatory variable. From the table with the location of $R^2 < 1$ with a value of $0 <0,270 < 1$, this means that the variance of e-commerce shopee and ease of transaction can explain the variance of consumer behavior by 100%.
Keywords: E-Commerce, Ease of Transaction, Consumptive Behaviour

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh e-commerce shopee dan kemudahan bertransaksi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Data yang digunakan adalah data primer. Selanjutnya, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yang menggunakan Google form untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode uji t dan uji koefisien dengan bantuan program smart pls versi 3. Berdasarkan hasil penelitian nilai R^2 terletak pada $0 < R^2 < 1$, suatu nilai R^2 mendekati satu yang artinya modelnya semakin baik. Sedangkan nilai R^2 yang bernilai nol berarti tidak ada hubungan antara variabel tak bebas dengan variabel yang menjelaskan. Dari tabel dengan letak $R^2 < 1$ dengan nilai $0 <0,270 < 1$, hal ini berarti bahwa varians dari e-commerce shopee dan kemudahan bertransaksi mampu menjelaskan varians dari perilaku konsumtif sebesar 100%.
***Kata kunci**: E-Commerce, Kemudahan Bertransaksi, Perilaku Konsumtif*

1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan jaman yang semakin modern ini, Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) juga mengalami perkembangan dan Kemajuan yang sangat

pesat dalam hal teknologi internet. Dengan adanya Kemajuan teknologi sekarang ini khususnya internet membuat jarak, Waktu dan biaya yang sulit dijangkau dapat dijangkau dengan mudah. Hal ini dikarenakan Internet dapat menghubungkan lebih banyak orang, usahawan, bahkan Organisasi, sehingga mendorong perubahan sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adanya perkembangan teknologi dalam berkomunikasi ini menyebabkan semakin tingginya pertumbuhan pengguna internet. Hal ini didukung dengan mudahnya mengakses internet dimana saja dan kapan saja karena banyak akses yang memungkinkan untuk mendukung penggunaan internet.

Mengingat kemajuan teknologi yang semakin pesat dan meningkatnya jumlah pengguna internet memberikan peluang baru dalam dunia bisnis, yaitu terciptanya sebuah konsep perdagangan berbasis internet yang sering dikenal dengan electronic commerce (e-commerce). E-commerce merupakan suatu aktivitas transaksi bisnis yang dilakukan dengan menggunakan Teknologi internet, baik dari pertukaran informasi produk, transaksi jual beli, pembayaran, hingga promosi produk semuanya menggunakan teknologi internet. Di Indonesia sendiri bisnis e-commerce mengalami perkembangan yang cukup baik pada beberapa Tahun belakangan ini yang dilihat dari banyaknya para penjual yang mulai beralih menjual dan memasarkan produknya secara online.

Kini e-commerce telah menjadi tren dalam berbelanja karena dengan belanja online konsumen tidak perlu pergi ke toko yang menyebabkan konsumen memakan waktu yang lama dan dapat menjadi pilihan alternatif konsumen karena belanja online lebih nyaman dan mudah dibandingkan belanja offline yang dikaitkan dengan kemacetan lalu lintas, tempat parkir, keramaian, dan waktu yang terbatas. Dengan adanya kemudahan dan kenyamanan tersebut, akan membuat konsumen tertarik dan lebih memilih melakukan transaksi melalui e-commerce untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan, seperti makanan, minuman, pakaian, alat rumah tangga, alat elektronik, buku, sepatu, tas, dan lain-lain.

Mahasiswa merupakan sekelompok remaja yang mulai memasuki tahap dewasa, mahasiswa seharusnya mengisi waktu luangnya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian serta mengisi kegiatan mereka dengan hal-hal yang positif sehingga nantinya bisa menjadi manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Namun, kehidupan kuliah atau kampus jaman sekarang ini telah membentuk gaya hidup yang melekat di kalangan mahasiswa dan terjadi perbedaan budaya sosial yang cukup tinggi sehingga membuat tiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumtif.

Perilaku konsumtif kerap terjadi di Universitas guna mendapatkan pengakuan sosial yang berarti di kalangan mahasiswa. Pada akhirnya perilaku konsumtif tersebut menjelma menjadi tren yang memaksa siapa saja untuk masuk ke dalam arusnya. Hal ini pula yang membuat para pelajar termasuk mahasiswa dan mahasisswi untuk membeli produk atau jasa secara online. Karena mereka merasa bahwa berbelanja online merupakan alternatif yang dapat memudahkan mereka mendapatkan produk atau jasa yang mereka butuhkan. Cara berbelanja yang praktis, efisien, instan dan juga simple membuat para mahasiswa dan mahasiswi tertarik.

Kebutuhan mahasiswa sendiri terdiri dari alat tulis, buku paket kuliah, transportasi dari rumah ke kampus dan sebaliknya, serta pendukung lainnya yang

menjadi keperluan masa perkuliahan. Apabila diperhatikan, mahasiswa pada masa sekarang ini berbelanja bukan lagi untuk memenuhi kebutuhannya saja, namun menjadi kegiatan mengisi waktu luang. Keputusan untuk melakukan pembelian merupakan bagian dari sebuah kebutuhan dan sebagian lagi merupakan gaya hidup bahkan mengarah pada perilaku konsumtif.

Erich Fromm (2017) mendefinisikan bahwa prilaku konsumtif dianggap sebagai perilaku membeli barang yang berlebihan sebagai usaha untuk mendapatkan suatu kesenangan dan kebahagiaan yang sifatnya semu atau tidak pasti. Fromm Juga menambahkan bahwa seseorang dikatakan konsumtif apabila dia memiliki barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya dan hanya memiliki barang yang diinginkan saja, dan untuk menunjukkan status dirinya. Sedangkan, Kotler (2021) Mendefinisikan prilaku konsumtif sebagai tindakan individu yang mengonsumsi, menggunakan, memakai sesuatu bukan karena membutuhkan, tetapi karena keinginan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Pendapat yang lainnya sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Triyaningsih (2012) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli/mengkonsumsi suatu barang yang dilakukan secara berlebihan dan berulang dengan tujuan untuk memenuhi keinginan semata.

Berdasarkan beberapa definisi perilaku konsumtif menurut para ahli penelitian, bisa disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah salah satu tindakan yang menggambarkan perilaku membeli barang yang dilakukan secara berlebihan hanya untuk memuaskan keinginan sesaat meskipun individu itu tahu bahwa barang tersebut tidak perlu dibeli untuk kebutuhan pada saat itu.

Karena adanya e-commerce shopee dan mudahnya bertransaksi, hal ini menyebabkan mahasiswa FEBI UIN RIL menjadi konsumtif, selanjutnya perilaku konsumtif ini menimbulkan beberapa masalah pada mahasiswa, seperti kehabisan uang bulanan sebelum waktunya karena membeli barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan, menumpuknya barang-barang yang kurang berguna, dan tidak terpenuhinya kebutuhan utama sehari-hari karena uangnya telah habis.

2. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian tentang pengaruh e-commerce shopee dan kemudahan bertransaksi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN RIL peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana penelitian ini menitik beratkan pada pengujian hipotesis.Penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian *eksplanatory*, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk meneliti tentang perilaku konsumtif akibat pengaruh e-commerce shopee dan kemudahan bertransaksi. Dan penelitian ini juga bermaksud untuk mengetahui ada tidaknya keterkaitan antara suatu variabel dengan variabel lainnya.Penelitian yang penulis lakukan mengambil lokasi di UIN Raden Intan Lampung, Jl Endro Suratmin, Sukarame, Kec Sukarame, Kota Bandar Lampung, Lampung kode pos 35131.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung sebanyak 50 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016: 85). Alasan meggunakan teknik

purposive sampling ini karena sesuai untukdigunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i penerima beasiswa KIP Kuliah UIN Raden Intan Lampung yang berjumlah 50 responden. Alasan menggunakan seluruh populasi menjadi sampel adalah dikarenakan mewakili seluruh populasi karena jika kurang dari 100 populasi, maka dijadikan sampel penelitian semuanya, oleh karena itu penelitimengambil 50 sampel yang diambil. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Kemudian untuk uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan, Uji T dan Uji Koefisien Determinasi (R square).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan terhadap 50 orang responden dengan jumlah item pernyataann yang diuji coba sebanyak 17 item, yaitu 6 item untuk variabel X1, 3 item untuk varibel X2 dan 8 item untuk variabel Y. Berikut hasil rekaptulasi hasil uji validitas :

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Loading Factor (LF)	Keterangan
E-Commerce (X1)	X1.1	0.770	Valid
	X1.2	0.699	Valid
	X1.3	0.729	Valid
	X1.4	0.787	Valid
	X1.5	0.708	Valid
	X1.6	0.500	Gugur
Kemudahan Bertransaksi (X2)	X2.1	0.908	Valid
	X2.2	0.875	Valid
	X2.3	0.663	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0.792	Valid
	Y2	0.614	Valid
	Y3	0.648	Valid
	Y4	0.408	Gugur
	Y5	0.396	Gugur
	Y6	0.451	Gugur
	Y7	0.795	Valid
	Y8	0.019	Gugur

Sumber : output smartPLS 3, 2022

Berdasarkant tabel diatas, maka dapat disimpulkann bahwa tidak semua pernyataan atau item yang mewakili masing-masing indikator dikatakan valid, dikarenakan sudah mempunyai nilai LF lebih dari 0,6.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas hasil output data variabel X1 (E-Commerce), X2 (Kemudahan Bertransaksi), dan Y (Perliaku Konsumtif) tampak pada tabel berikut ini.

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	0.805	Reliabel
X2	0.764	Reliabel
Y	0.722	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas nilai nilai alpha (α) > 0,06, maka dapat disimpulkan semua item dikatakan reliabel.

3. Pengujian Hipotesis

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variable dependen dan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak.

Taraf nyata: Dengan menggunakan signifkansi 5% (α = 0,05), dengan df (n- k) = (50 - 2) = 48, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,67722 . (n = jumlah observasi, k = jumlah variabel bebas)

1. Kriteria Pengujian:
   H_0 diterima jika t_{hitung} <1,67722 .
   H_0 ditolak jika t_{hitung} >1,67722 .
2. Rumusan hipotesis statistik :
   H_0 : β_1 <1,67722 , artinya E-Commerce(Shopee) berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEBI UIN RIL.
   H_a : β_1 >1,67722 , artinya E-Commerce (Shopee) berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEBI UIN RIL.
   H_0 : β_1 < 1,67722 , artinya Kemudahan Bertransaksi berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEBI UIN RIL.
   H_a : β_1 > 1,67722 , artinya Kemudahan Bertransaksi berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEBI UIN RIL.

Pengujian nilai E-Commerce secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif adalah

Tabel 3
Hasil Uji t e-commerce

Variabel	Koefisien	t-statistik/ t-hitung	t-tabel	Probabilitas Values	Kesimpulan

E-Commerce	0,445	2,146	1,67722	0,032	Tolak H_0

Sumber: SmartPLS3

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa t-hitung sebesar 9,828 lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,67722 . Maka menerima H_a dan menolak H_0, yang berarti bahwa variabel penggunaan dana berpengaruh positif signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan.

Pengujian nilai Kemudahan Bertransaksi secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif adalah

Tabel 4
Hasil Uji t Kemudahan Bertransaksi

Variabel	Koefisien	t-statistik/ t-hitung	t-tabel	Probabilitas Values	Kesimpulan
Kemudahan Bertransaksi	0,098	0,530	1,67722	0,000	Terima H_0

3. **Uji Koefisien Determinan (R^2)**

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinan ($R^{2)}$

Konstruk	R Square	Keterangan
Perilaku Konsumtif(Y)	0,270	Moderat

Sumber: SmartPLS3.

Nilai R^2 terletak pada $0 < R^2 < 1$, suatu nilai R^2 mendekati 1 yang artinya modelnya semakin baik. Sedangkan nilai R^2 yang bernilai nol berarti tidak ada hubungan antara variabel tak bebas dengan variabel yang menjelaskan.

Dari tabel, Dengan letak $R^2 < 1$ dengan nilai $0 < 0{,}270 < 1$, hal ini berarti bahwa varians dari Penggunaan Dana mampu menjelaskan *varians* dari Pemenuhan Kebutuhan sebesar 27%, sedangkan 73% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, penelitian berjudul "Pengaruh E-Commerce Shopee dan kemudahan bertransaksi terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI UIN RIL", maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel e-commerce shopee memiliki nilai thitung sebesar 2,146dengan sig 0,000. Hal ini berarti bahwa thitung (2,146) > t tabel (1,67722) maka ho ditolak sehingga variabel pengaruh e-commerce shopee secara statistic dengan α = 5% memiliki pengaruh signifikansi terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan nilai (sig. 0,000 < 0,05).
2. Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel kemudahan bertransaksi memiliki nilai thitung sebesar 0,530 dengan sig 0,000. Hal ini berarti bahwa thitung (0,530)< ttabel (1,67722) maka ho diterima sehingga variabel pengaruh kemudahan bertransaksi secara statistic dengan α = 5% memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan nilai (sig. 0,000 < 0,05).
3. Pengaruh adanya E-Commerce (Shopee) dan Kemudahan Bertransaksi mempengaruhi perilaku Konsumtif mahasiswa FEBI UIN RIL sebesar 27%, sedangkan 73% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

5. DAFTAR PUSTAKA

Ainy, Z.N. 2020. Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan, 4(2), 226-235.

Aco, A, Endang, A, H. Analisis Bisnis E-Commerce Pada Mahasiswa. Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar, 2012.

Ardyanto, D., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada konsumen www.petersaysdenim.com). Jurnal Administrasi Bisnis, 22(1), 1-8.

Astuti, Endang Dwi. "Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda", eJurnal Psikologi, Vol. 1, No.2. 2013.

Budiarti, S. (2019). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fkip Universitas Pasundan (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Pendidikan Biologi Dan Pendidikan Matematika Fkip Unpas Angkatan 2016). Skripsi. Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pasundan, Bandung.

Creswell, John W. 2012. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fromm, E. (2008). The sane society. British Library Cataloguing in Publication Data

Genady, D. I. (2018). Pengaruh Kemudahan, kemanfaatan, dan promosi uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat (studi kasus di provinsi DKI Jakarta). (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis).

Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non Tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. Makassar

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2.

Lina dkk. Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri. Jakarta: Grafindo. 2008.