

PENGARUH BELANJA ONLINE TERHADAP PRIORITAS PENGELUARAN MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU

Hafifah Mardiah¹, Sazili², Ade Irma Suryani³

^{1,2,3} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

E-mail: hafifah2207@gmail.com¹⁾

sazili@umb.ac.id²⁾

adeirmasuryani@umb.ac.id^{3*)}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh belanja online terhadap prioritas pengeluaran Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa semester 3, 5, dan 7 Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu, yang berjumlah 86 mahasiswa Sampel yang digunakan sampling jenuh dengan total 86 mahasiswa Teknik pengumpulan data yaitu observasi, angket dan Dokumentasi Berdasarkan hasil analisis data, diketahui bahwa belanja online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa Hal ini dibuktikan melalui persamaan regresi linear sederhana: $Y = 1,023 + 0,755X$ Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 26,708 lebih besar dari pada Ftabel sebesar 3,95 pada taraf signifikan 0.05, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima (26,708 > 3.95) Dengan demikian, terdapat pengaruh yang signifikan antara belanja online terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,241 mengindikasikan bahwa belanja online memberikan kontribusi sebesar 24.1% terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa, sementara sisanya sebesar 75,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini

Kata kunci: Belanja Online, Mahasiswa, Pendidikan Ekonomi, Prioritas Pengeluaran

Abstract

This study aims to determine the effect of online shopping on the spending priorities of Economic Education Students, FKIP, Muhammadiyah University of Bengkulu. The type of research used is quantitative research. The population in this study were students in semesters 3, 5, and 7 of the Economic Education Study Program, FKIP, Muhammadiyah University of Bengkulu, totaling 86 students. The sample used was saturated sampling with a total of 86 students. Data collection techniques were observation, questionnaires and documentation. Based on the results of data analysis, it is known that online shopping has a significant influence on student spending priorities. This is evidenced by a simple linear regression equation. $Y = 1.023 + 0.755X$ The results of the F test show that the F count value of 26.708 is greater than the Fable of 3.95 at a significance level of 0.05, which means H_0 is rejected and H_a is accepted (26.708 > 3.95). Thus, there is a significant influence between online shopping on student spending priorities. The coefficient of determination (R^2) value of 0.241 indicates that online shopping contributes 24.1% to students' spending priorities, while the remaining 75.9% is influenced by other variables outside this study

Keywords: Economic Education, Online Shopping, Spending Priorities, Students



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Belanja online telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet, telah merevolusi cara konsumen berinteraksi dengan pasar (Mardiyati dkk, 2023). Aktivitas jual beli kini dapat dilakukan secara praktis melalui perangkat digital, memungkinkan

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

konsumen membeli barang atau jasa secara langsung dari penjual hanya dengan beberapa kali klik, baik melalui aplikasi mobile maupun situs web *e-commerce* (Reken dkk, 2024). Menurut Budiana dan Amin (2021) menjelaskan bahwa kemudahan yang ditawarkan belanja online membuat masyarakat tidak perlu menghabiskan banyak waktu dan tenaga untuk berbelanja, menjadikannya pilihan yang efisien terutama di kalangan masyarakat modern.

Mahasiswa, sebagai bagian dari generasi yang tumbuh di era digital dan terbiasa dengan teknologi, turut terpengaruh oleh tren belanja online. Kehadiran internet menjadi elemen penting dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, tidak hanya untuk kegiatan akademik, tetapi juga dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup, termasuk dalam melakukan pembelian barang atau jasa (Siregar dkk, 2024). Platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menawarkan kemudahan bertransaksi yang semakin menarik perhatian mahasiswa (Alamin dkk, 2023). Layanan seperti diskon, potongan harga, pengiriman gratis, cashback, dan berbagai metode pembayaran seperti *paylater* serta dompet digital menjadi daya tarik utama bagi mahasiswa dalam berbelanja online (Khofsoh, 2020). Fasilitas ini tidak hanya mendorong mahasiswa untuk lebih tertarik berbelanja online, tetapi juga mengubah pola konsumsi mahasiswa yang lebih mengutamakan kenyamanan, kecepatan, dan kemudahan akses (Hasanah, 2023). Mahasiswa lebih memilih belanja online karena proses yang lebih praktis, harga yang lebih murah, dan berbagai pilihan pembayaran yang mempermudah transaksi tanpa perlu keluar rumah. Selain itu, kemudahan ini juga mendorong gaya konsumsi yang lebih efisien, di mana mahasiswa dapat dengan mudah membandingkan harga dan kualitas produk serta memanfaatkan berbagai promo yang tersedia. Hal ini berpengaruh pada cara mahasiswa merencanakan pengeluaran dan memilih platform belanja, serta membuat mahasiswa lebih terkoneksi dengan tren pasar dan produk yang sesuai dengan kebutuhan serta gaya hidup mahasiswa (Hermawan, 2022).

Di lingkungan Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu, penggunaan aplikasi belanja online sudah menjadi tren Mahasiswa cenderung tertarik menggunakan platform ini sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa. Namun, kondisi ini memunculkan kekhawatiran mengenai pergeseran prioritas pengeluaran. Hasil pengamatan awal menunjukkan bahwa mahasiswa lebih banyak mengalokasikan dana untuk kebutuhan gaya hidup dibandingkan dengan kebutuhan pendidikan, seperti pembelian buku atau perlengkapan perkuliahan.

Prioritas pengeluaran mahasiswa mencakup berbagai aspek, seperti biaya makan, kebutuhan akademik, hingga kebutuhan pribadi. Kehadiran belanja online berpotensi mengubah pola pengeluaran tersebut ke arah yang lebih konsumtif (Rachmawati & Maria, 2022). Kemudahan dalam mengakses belanja online sering kali membuat seseorang sulit membedakan mana yang benar-benar dibutuhkan dan mana yang hanya diinginkan (Naufalia, 2022). Akibatnya, prioritas pengeluaran pun bisa bergeser dari hal-hal yang penting dan mendesak, menjadi pembelian yang lebih didorong oleh keinginan sesaat. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana pengaruh belanja online terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa, khususnya bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu, mengingat mahasiswa juga dibekali pengetahuan ekonomi yang seharusnya mendukung perilaku finansial yang bijak. Pemahaman ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi edukasi keuangan yang tepat sasaran bagi kalangan mahasiswa.

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai dampak belanja online terhadap pola pengeluaran mahasiswa serta memberikan masukan bagi pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa agar tetap seimbang antara kebutuhan gaya hidup dan kebutuhan akademik

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei karena bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas, yaitu belanja online, terhadap variabel terikat, yaitu prioritas pengeluaran mahasiswa. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang sistematis dan objektif mengenai hubungan antar variabel melalui data numerik (Siroj dkk, 2024). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden, sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis statistik. Dengan demikian, pendekatan ini membantu peneliti dalam menarik kesimpulan berdasarkan hasil perhitungan yang dapat diuji secara empiris dan replikasi (Hadi & Afandi, 2021).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Muhammadiyah Bengkulu dari angkatan tahun 2021, 2022, dan 2023, dengan jumlah total sebanyak 86 orang mahasiswa. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara sampling jenuh (*sensus*), yaitu teknik di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel (Rahayu & Susanti, 2024). Teknik ini dipilih karena jumlah populasi relatif kecil dan masih memungkinkan untuk dijangkau secara keseluruhan, sehingga tidak memerlukan proses pengambilan sampel secara acak. Dengan demikian, seluruh mahasiswa aktif dari ketiga angkatan tersebut akan menjadi responden dalam penelitian ini. Data yang diperoleh dari responden akan dikumpulkan, kemudian diolah dan dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 21, guna memperoleh hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Teknik analisis data berfungsi untuk mengelola hasil penelitian agar diperoleh kesimpulan yang valid (Alfansyur & Mariyani, 2020). Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear sederhana, yaitu metode untuk mengetahui hubungan antara satu variabel bebas (belanja online) dan satu variabel terikat (prioritas pengeluaran). Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut (Sarbaini dkk, 2022):

$$Y = a + BX + e$$

Dengan :

Y Prioritas Pengeluaran

X Belanja Online

α . Konstanta

β . Koefisien regresi

e Standar error

Pengujian dilakukan menggunakan tiga uji

1. Uji F. Menilai pengaruh semua variabel independen secara simultan. Jika F-hitung F-tabel dan p-value < 0,05, maka hipotesis diterima
2. Uji t: Menilai pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

3. Uji koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang mendekati 1 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dan dependen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang melibatkan 86 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, yakni sebesar 77,9%, sementara laki-laki hanya 22,1%. Ketimpangan proporsi ini mencerminkan tingginya keterlibatan mahasiswa perempuan dalam aktivitas belanja online. Mahasiswa perempuan tampak lebih aktif melakukan pembelian melalui platform digital dibandingkan rekan laki-lakinya. Hal ini diduga berkaitan dengan minat perempuan terhadap keragaman produk, tren fashion, serta kemudahan dalam mengakses dan menggunakan layanan belanja daring. Di samping itu, perempuan cenderung lebih tertarik pada berbagai penawaran menarik seperti diskon, potongan harga, dan voucher gratis ongkir yang ditawarkan oleh situs e-commerce. Faktor-faktor tersebut dapat memicu rasa puas dan mendorong perilaku belanja yang lebih intens. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin memiliki peran penting dalam membentuk kecenderungan perilaku belanja online di kalangan mahasiswa.

Analisis data menggunakan regresi linier sederhana menunjukkan bahwa belanja online berpengaruh secara signifikan terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa. Hasil analisis menghasilkan persamaan regresi:

$$Y = 1,023 + 0,755X$$

Keterangan:

Y = Prioritas pengeluaran mahasiswa

X = Aktivitas belanja online

Dari persamaan tersebut, dapat diartikan bahwa ketika mahasiswa tidak melakukan belanja online ($X = 0$), nilai prioritas pengeluaran adalah sebesar 1,023. Namun, setiap peningkatan satu satuan dalam aktivitas belanja online akan meningkatkan prioritas pengeluaran sebesar 0,755. Karena koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas belanja online memiliki pengaruh positif terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa. Artinya, semakin sering mahasiswa berbelanja online, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa dalam mengatur pengeluaran untuk kebutuhan tertentu.

Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 26,708 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), menunjukkan bahwa secara simultan, variabel aktivitas belanja online berpengaruh signifikan terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa. Uji t juga menunjukkan t hitung sebesar 5,168 yang lebih besar dari t tabel 1,988, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menguatkan bahwa belanja online terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prioritas pengeluaran.

Namun demikian, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,241 menunjukkan bahwa pengaruh belanja online hanya menjelaskan 24,1% dari variasi prioritas pengeluaran mahasiswa. Sisanya, sebesar 75,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini, seperti biaya pendidikan, kebutuhan sehari-hari, tempat tinggal, dan transportasi.

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

Penemuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, seperti temuan Nurdianti (2023), Pahlawan (2023) dan Rahmawati dan Surjanti (2021) Rahmawati (2021) yang menunjukkan bahwa belanja online memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Faktor promosi dan kemudahan akses membuat mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif terhadap barang yang tidak dibutuhkan, sehingga berdampak pada perubahan prioritas pengeluaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh belanja online terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Berdasarkan analisis data menggunakan regresi linier sederhana, diperoleh hasil bahwa belanja online berpengaruh signifikan terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,755 yang bersifat positif, yang berarti semakin tinggi aktivitas belanja online mahasiswa, maka semakin tinggi pula perubahan dalam prioritas pengeluaran mahasiswa. Lebih lanjut, hasil uji signifikansi memperkuat temuan ini dengan nilai *t*-hitung sebesar 5,168 yang lebih besar dari *t*-tabel sebesar 1,988, sehingga hipotesis nol ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara belanja online terhadap prioritas pengeluaran mahasiswa. Namun, hasil uji determinasi (R^2) sebesar 0,241 menunjukkan bahwa belanja online hanya menyumbang 24,1% terhadap perubahan prioritas pengeluaran mahasiswa, sedangkan 75,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Faktor-faktor tersebut dapat berupa biaya pendidikan (SPP, buku, alat tulis), kebutuhan makan, transportasi, hingga tempat tinggal. Artinya, meskipun belanja online berpengaruh, namun bukan menjadi faktor dominan dalam menentukan pola pengeluaran mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa disarankan untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi dengan memprioritaskan kebutuhan pendidikan dibandingkan pengeluaran yang bersifat konsumtif. Perencanaan anggaran yang matang, menghindari pembelian impulsif, serta memanfaatkan belanja online secara cerdas dapat membantu menjaga stabilitas keuangan tanpa mengabaikan kebutuhan akademik maupun kebutuhan sehari-hari. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan kajian yang lebih luas, baik dari aspek teoritis, metodologis, maupun melalui penambahan variabel-variabel lain yang relevan. Dengan demikian, penelitian lanjutan diharapkan mampu memperkaya dan memperdalam temuan yang telah ada serta memberikan kontribusi yang lebih komprehensif terhadap pengembangan literatur mengenai perilaku konsumsi mahasiswa di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131.
- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Budiana, B., & Amin, N. M. F. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Secara Online. *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan*

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

- Bisnis Islam*, 2(1), 26–41.
- Hadi, N. F., & Afandi, N. K. (2021). Literature review is a part of research. *Sulawesi Tenggara Educational Journal*, 1(3), 64–71.
- Hasanah, A. N. (2023). Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Belanja Online:(Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa FEBI UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 454–464.
- Hermawan, I., Reniawaty, D., Pramuditha, P., & Fudsyi, M. I. (2022). Pelatihan E-Commerce Untuk Mendapatkan Peluang Bisnis Bagi Mahasiswa Politeknik LP3I Bandung Pasca Pandemi Covid 19 (bekerjasama dengan UMKM Kirihuci sebagai pelatih e-commerce). *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 8(1), 96–106.
- Khofsoh, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Motivasi Hedonis, Kebiasaan, Promosi Penjualan, terhadap Niat Menggunakan dan Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Dompot Digital (Studi Kasus pada Pengguna di Jabodetabek)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mardiyati, S., Fitriani, I., Syuhardi, Y. I., Pujiastuti, P., Wibowo, D., & Burhanudin, B. (2023). PKM Kewirausahaan Berbasis Teknologi Informasi di Lingkungan RW. 011 Cipinang Melayu. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(6), 565–569.
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 1–9.
- Nurdianti, S. (2023). *Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI IAIN Parepare*. IAIN Parepare.
- Pahlawan, R. (2023). *Pengaruh Belanja Online Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara*. Universitas Islam Sumatera Utara.
- Rachmawati, E. ., & Maria, N. S. . (2022). *Analisis Pengaruh Kemudahan Pembayaran Non Tunai (E-Wallet), Gaya Hidup Serta Purchase Intention Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19(Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)*. Universitas Diponegoro.
- Rahayu, B. C. S., & Susanti, R. (2024). Gambaran Pengetahuan Pengasuh Tentang Pijat Common Cold di Panti Asuhan Manarul Maburur: Overview of Caregivers' Knowledge About Common Cold Massage at Manarul Maburur Orphanage. *Journal of Holistics and Health Sciences*, 6(1), 178–186.
- Rahmawati, V. E., & Surjanti, J. (2021). Analisis faktor perilaku konsumtif berbelanja online produk fashion saat pandemi pada mahasiswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(2), 3.
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. *Tata Kelola*, 11(1), 49–61.
- Sarbaini, S., Zukrianto, Z., & Nazaruddin, N. (2022). Pengaruh Tingkat Kemiskinan Terhadap Pembangunan Rumah Layak Huni Di Provinsi Riau Menggunakan Metode Analisis Regresi Sederhana. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(3), 131–136.
- Siregar, D., Aditya, T., Purwanto, E., & Elyana, K. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Dalam Gaya Hidup Gen Z di Kota Tangerang. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 8(3), 605–618.

DOI: <https://doi.org/10.24127/jp>

Siroj, R. A., Afgani, W., Fatimah, F., Septaria, D., & Salsabila, G. Z. (2024). Metode penelitian kuantitatif pendekatan ilmiah untuk analisis data. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3), 11279–11289.