

Analysis of Shopping Activities in E-Commerce among Students and College Students

Nadzwa Safana^{1*}, Eloh Bahiroh²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

Corresponding Author: Nadzwa Safana 5551230057@untirta.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords : E-Commerce,
Shopping, Student

Received : 04 October

Revised : 24 October

Accepted: 25 November

©2023 Safana, Bahiroh: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This research aims to analyze e-commerce shopping activities among students and college students, as well as to find out what factors influence e-commerce shopping activities. This research shows what platforms are most chosen by students and college students. This research also shows that e-commerce has benefits for students and college students to find a variety of goods at affordable prices, easier transactions, more energy saving, and ease of comparing prices with other online shops (olshop) businesses.

Analisis Kegiatan Berbelanja di E-Commerce pada Kalangan Pelajar dan Mahasiswa

Nadzwa Safana^{1*}, Eloh Bahiroh²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

Corresponding Author: Nadzwa Safana 5551230057@untirta.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: E-Commerce, Berbelanja, Pelajar

Received : 04 Oktober

Revised : 24 Oktober

Accepted: 25 November

©2023 Safana, Bahiroh: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kegiatan berbelanja di *e-commerce* pada kalangan pelajar dan mahasiswa, sekaligus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kegiatan berbelanja di *e-commerce*. Penelitian ini menunjukkan platform apa saja yang paling banyak dipilih oleh kalangan pelajar dan mahasiswa. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki manfaat bagi mahasiswa dan pelajar untuk mencari barang yang beragam dengan harga yang terjangkau, transaksi yang lebih mudah, lebih hemat tenaga, dan kemudahan membandingkan dengan harga dengan bisnis *online shop* (olshop) lain.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi membuka peluang bisnis baru. Dengan perkembangan teknologi membuat internet menjadi salah satu fasilitas media yang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja. Namun internet memunculkan fenomena baru dalam proses jual-beli barang. Banyak situs *online* yang bermunculan untuk mempermudah segala aktivitas di kalangan masyarakat khususnya mahasiswa dan pelajar. Munculnya E-commerce atau toko *online* adalah salah satunya. Kini barang atau jasa apapun yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat dapat dijangkau lebih mudah melalui situs jual beli berbasis *online*. E-commerce adalah satu teknologi canggih yang paling mendorong kemajuan bisnis digital di Indonesia saat ini. *Electronic commerce* atau e-commerce adalah suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara *online* melalui media elektronik atau yang biasa kita sebut dengan *gadget*. E-commerce membuat segalanya menjadi lebih mudah bagi manusia untuk berbelanja karena tidak harus datang ke toko fisik, mereka hanya perlu membuka *handphone* dan mengunjungi e-commerce dan mencari kata kunci barang yang mereka butuhkan dan inginkan. Belanja melalui internet ini semakin diminati di Indonesia oleh mahasiswa dan pelajar. Bahkan belanja *online* ini sudah menjadi trend saat ini. Contoh platform e-commerce yang ada biasa dipakai oleh mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja online yaitu *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, dan *Bukalapak*. fitur-fitur yang disediakan juga memang secara khusus ditujukan untuk kegiatan jual-beli. oleh, karena itu, kegiatan berbelanja *online* terasa lebih praktis. Mahasiswa dan pelajar merupakan salah satu bagian dari lapisan masyarakat yang banyak menggunakan teknologi informasi dalam kesehariannya.

Oleh karena itu, kegiatan berbelanja daring bukanlah sesuatu yang asing di kalangan mereka. Di tengah-tengah keterbatasan waktu yang dimiliki mahasiswa dan pelajar akibat kesibukan mereka, belanja online menjadi solusi yang lebih hemat waktu dan tenaga. Kepraktisan berbelanja dengan cara *daring* memegang peranan penting akan mengapa hal tersebut sangat diminati. Platform e-commerce yang sebelumnya disebutkan memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Mahasiswa dan pelajar juga pasti mempertimbangkan dan membandingkan barang, kualitas, penilaian konsumen lainnya (sebelumnya), kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap e-commerce yang mereka kunjungi, dan khususnya harga sebelum membeli barang. Misalnya *online shop* A memiliki harga barang yang murah dan adanya gratis ongkos kirim, sedangkan *online shop* B memiliki harga barang yang murah juga tetapi tidak adanya gratis ongkos kirim. Dari peristiwa mahasiswa dan pelajar pastinya memilih *online shop* A karena bisa mengurangi *budget* (pengeluaran).

Penelitian ini akan menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di beberapa platform e-commerce yang diminati saat ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan paduan yang bermanfaat bagi konsumen lainnya, khususnya mahasiswa dan pelajar. Diharapkan penelitian ini memiliki dampak potensial yang signifikan bagi mahasiswa dan pelajar yang senang berbelanja online dan

membantu dalam hal mempertimbangkan saat belanja di platform e-commerce. Dengan memahami cara terbaik untuk mengoptimalkan berbelanja online dengan bijak.

Penelitian ini akan mencoba menjawab beberapa pertanyaan yang berfokus pada aspek-aspek yang berkaitan dengan alasan ketertarikan berbelanja di beberapa platform e-commerce. Perumusan masalah utama adalah bagaimana mahasiswa dan pelajar mempertimbangkan atau membandingkan platform e-commerce dalam berbelanja online dan platform mana yang paling diminati.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Sugiono (2017 : 3) metode penelitian memiliki arti sebagai cara ilmiah dalam mendapatkan data demi tujuan serta kegunaan tertentu. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) "metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan data menggunakan instrumen penelitian, analisis bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan".

METODOLOGI

Penelitian berikut dilaksanakan melalui menyebarkan luaskan kuesioner (*google form*) yang sebelumnya kami buat kepada pelajar dan mahasiswa. Kuesioner tersebut berisi beberapa pertanyaan terkait pemilihan platform dan alasan penggunaannya.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah para pemakai platform e-commerce pada kalangan mahasiswa dan pelajar di beberapa sekolah dan Universitas. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 40 orang. 14 orang pelajar (SMP dan SMA) dan 26 orang mahasiswa.

Berikut sekolah dan universitas yang beberapa mahasiswanya ikut dalam pengambilan sampel :

Tabel 1. Populasi dan Sampel Penelitian

Universitas dan Sekolah	Jumlah Partisipan
SMPN 3 Cilegon	2
SMKN 1 Kota Serang	1
SMAN 13 Kab. Tangerang	4
SMAN 1 Waringinkurung	2
SMKS YP 17	1

SMAN 2 Krakatau Steel	1
SMAIT Putri Al-Hanif	2
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa	12
Universitas Serang Raya	1
Universitas Faletihan	1
Poltekkes Kemenkes Banten	1
Universitas Islam Syekh Yusuf	1
Universitas Mercu Buana	1
Universitas Yatsi Madani	1
Universitas Esa Unggul	1
UIN Sultan Maulana Hasanudin	2
Universitas Gunadarma	1
Institut Teknologi Bandung	1
Universitas Amikom Yogyakarta	1
BBC ETS	1
Universitas Islam Indonesia	2

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah pertanyaan-pertanyaan berupa kuesioner yang terdiri dari 5 Pertanyaan yaitu :

1. Pertanyaan nama lengkap, pekerjaan (pelajar atau mahasiswa), dan asal sekolah atau universitas, hal ini bertujuan untuk mengetahui siapa partisipan pengisi kuesioner, pendidikan apa yang sedang ditempuh, dan di mana partisipan sedang menempuh pendidikannya. Hal ini bertujuan agar data penelitian lebih relevan.
2. Pertanyaan berupa platform *e-commerce* pilihan. Di kuesioner yang kami buat ada 5 platform yaitu Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Bukalapak. Partisipan hanya boleh memilih satu dari 5 pilihan platform tersebut.
3. Pertanyaan berupa alasan menggunakan platform yang partisipan pilih. Ada 5 pilihan alasan yaitu banyak barang yang tersedia, harga lebih murah, mudah saat bertransaksi, lebih hemat tenaga, dan kemudahan membandingkan harga dengan online shop lain. Partisipan hanya bisa memilih satu alasan berdasarkan platform yang dipilih.

HASIL PENELITIAN

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat membuat perilaku konsumen saat ini cenderung mengarah ke digital. Dengan banyaknya platform belanja daring yang tersedia disertai dengan kemudahannya dalam bertransaksi menjadi alasan utama banyaknya konsumen yang menggunakan platform belanja daring. Apalagi ditambah dengan keadaan pandemi Covid-19 pada tahun 2020 yang membuat semua orang sulit beraktivitas di luar rumah sehingga platform belanja daring menjadi lebih sering digunakan.

Para konsumen yang menggunakan platform belanja daring tidak perlu repot-repot bepergian keluar rumah karena barang yang dipesan akan langsung sampai ke tangan konsumen. Banyaknya barang yang tersedia dengan berbagai macam harga menjadi mudah untuk melakukan perbandingan yang sesuai dengan kebutuhan pada setiap produknya.

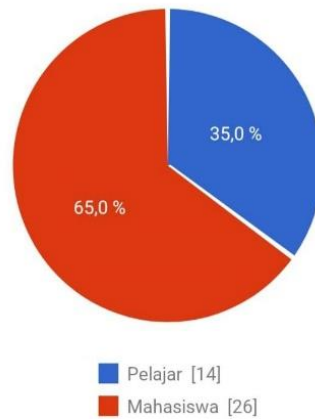
PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* kepada kalangan pelajar dan mahasiswa. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut didapatkan 40 responden yang kemudian akan menjadi sampel dalam menganalisis permasalahan yang dibahas. Pengambilan sampel dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan terkait bahasan penelitian.

Tabel 2. Profil Responden (N=40)

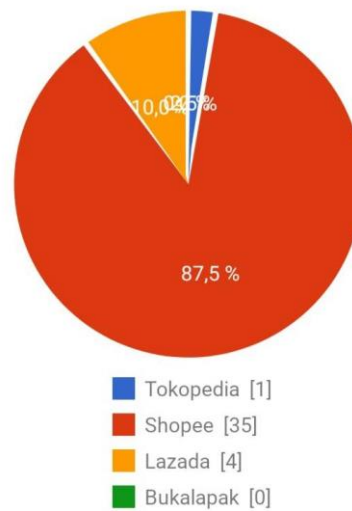
Keterangan	Kategori	Jumlah Sampel	Persentase
Pekerjaan	Pelajar	14	35%
	Mahasiswa	26	65%
Pilihan Platform	Tokopedia	1	2,5%
	Shopee	35	87,5%
	Lazada	4	10%
	Bukalapak	0	0%
Alasan Penggunaan Platform Tersebut	Banyak barang yang tersedia	19	47,5%
	Harga lebih murah	9	22,5%
	Mudah saat bertransaksi	8	20%
	Lebih hemat tenaga	2	5%
	Kemudahan membandingkan harga	2	5%

Pekerjaan



Grafik 1. Kategori Pekerjaan

Pilihan Platform E-Commerce



Grafik 2. Kategori Pilihan Platform E- Commerce Alasan Menggunakan Platform



Grafik 3. Alasan Menggunakan Platform

Pada hasil kuesioner yang telah dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa ada 35% kalangan pelajar yang menggunakan platform E-Commerce dengan 65% sisanya adalah kalangan mahasiswa. Berdasarkan hasil kuesioner, platform E-Commerce Tokopedia mendapatkan persentase 2,5%, Shopee 87,5%, Lazada 10%, dan Bukalapak 0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Shopee adalah platform yang paling banyak dipilih atau digunakan.

Kalangan pelajar dan mahasiswa memiliki kebutuhan yang beragam, tetapi kebanyakan dari mereka tidak memiliki waktu untuk bepergian membeli barang-barang tersebut. Sehingga atas alasan itulah banyak kalangan pelajar dan mahasiswa yang menggunakan platform belanja daring. Dengan adanya platform belanja daring, mereka bisa memilih berbagai macam barang dengan berbagai macam harga. Sangat mudah untuk membandingkan harga di satu platform dengan platform lainnya karena semuanya sudah mudah untuk diakses.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi, saat ini sudah tidak sulit lagi untuk melakukan transaksi saat berbelanja daring. Tidak perlu pergi ke ATM (Anjungan Tunai Mandiri) jika ingin membayar pesanan barang karena sudah ada E-Wallet ataupun M-Banking yang dapat digunakan pada tiap platform E-Commerce.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi alasan konsumen memilih platform tersebut. Alasan-alasan seperti banyaknya barang yang tersedia, harga produk yang murah, kemudahan bertransaksi, hemat tenaga, dan kemudahan membandingkan harga menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan transaksi belanja daring. Berdasarkan kategori pada tabel, banyaknya barang tersedia menjadi pilihan terbanyak dalam hal yang melandasi pilihan platform favorit yang dipilih oleh 19 responden dengan persentase 47,5%.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kalangan pelajar dan mahasiswa memiliki kebutuhan yang beragam, tetapi kebanyakan dari mereka tidak memiliki waktu untuk bepergian membeli barang-barang tersebut. Sehingga atas alasan itulah banyak kalangan pelajar dan mahasiswa yang menggunakan platform belanja daring.

Pada hasil penelitian, didapatkan hasil bahwa platform yang paling banyak diminati atau digunakan oleh mahasiswa dan pelajar adalah platform Shopee dengan 35 pemilih dari 40 partisipan atau setara dengan 87,5% dari jumlah 40 partisipan.

Dalam hasil kuesioner di atas, terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab kenapa kalangan pelajar dan mahasiswa lebih memilih platform Shopee dalam transaksi berbelanja. Salah satu alasan yang paling banyak dipilih berdasarkan hasil kuesioner adalah banyaknya barang yang tersedia. Dengan banyaknya pilihan barang yang tersedia, konsumen sudah tidak kebingungan lagi mencari barang yang diinginkan.

PENELITIAN LANJUTAN

Dalam penulisan artikel ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi bahasa, penulisan, dan bentuk penyajian mengingat keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dari peneliti sendiri. Oleh karena itu, untuk kesempurnaan artikel, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Alfia Shafira Yusni, 2023. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Terhadap Pembelian *Facial Foam* Pembelian Berlabel *For Men* Untuk Konsumen Pria. vol. 12 Nomor 3, Halaman 297.

BRIAPI, Ketahui Perkembangan Ecommerce di Indonesia (pengertian, jenis, dan manfaatnya, <https://developers.bri.co.id/id/news/ketahui-perkembangan-e-commerce-di-indonesia-pengertian-jenis-dan-manfaatnya>, diakses pada 04 November 2023.

Hanifah, Nurul, dan Dedi Rianto Rahadi. 2020. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Sultanis: Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Volume 8 No. 2, Halaman 117.

Josiefid Keitharo, 2021. Perilaku Belanja Online di Kalangan Mahasiswa. <https://www.kompasiana.com/josiefidkeitharo4198/6007ad378ede480d2219e382/perilaku-belanja-online-di-kalangan-mahasiswa>, diakses pada 05 November 2023.

Lam Alif Saputro, F.Y. Khosmas, M. Basri, 2021. Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. Halaman 2.

Shofianti, 2021. Dampak E-Commerce Terhadap Perubahan Kebiasaan Belanja Masyarakat Di Indonesia, (studi kasus : Pembelian Online Di Platform E-Commerce Shopee). Halaman 5-9.

Syifa Nadilla Pattikawa, Golan Hasan. 2023. Pengaruh Kepercayaan dan Minat Repurchase Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja di E-Commerce Kota Batam. *Technomedia Journal*, 8(1). Vol.08, Halaman 54.