HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN E-COMMERCE SHOPEE DAN DIGITAL PAYMENT DENGAN PENGELUARAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

SUCI RAHMAWATI SYAHPUTRI
NIM. B1011211105

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK

2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama	: Suci Rahmawati Syahputri
NIM	: B1011211105
Jurusan	: Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal / TA	: Hubungan antara Penggunaan E-Commerce Shopee dan Digital Payment dengan Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 14 September 2025



Suci Rahmawati Syahputri
NIM. B1011211105

PERTANGGUNGJAWAB AN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Suci Rahmawati Syahputri
NIM	: B1011211105
Jurusan	: Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal / TA	: "Hubungan antara Penggunaan E-Commerce Shopee dan Digital Payment dengan Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak"

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 14 September 2025



Suci Rahmawati Syahputri
NIM. B1011211105

LEMBAR YURIDIS

Hubungan antara Penggunaan E-commerce Shopee dan Digital Payment dengan Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak

Penanggung Jawab Yuridis

Suci Rahmawati Syahputri
B1011211105

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA) : 23 Juli 2025

Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Ninuk Dwiastuti Ruwandari, S.E., M.M. NIP 196312041990022001	08/09/2025	
2.	Ketua Penguji	Prof.Dr.Fariastuti, S.E., M.A. NIP 196303171986032002	26/08/2025	
3.	Anggota Penguji	Achmad, S.E.M.E. NIP 199307032022031005	25/08/2025	

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak, 19 SEP 2025
Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan

Yanto, S.E., M.Sc.
NIP. 197706152003121004

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul *"*Hubungan antara Penggunaan E-commerce Shopee dan Digital Payment dengan Pengeluaran Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak*"* dengan lancar dan tepat waktu. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak mungkin terlaksana tanpa dukungan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan penuh rasa hormat dan tulus ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Yuliansyah dan Ibu Mira Rachmania, atas peran, kasih sayang dan dukungannya tidak pernah absen dalam setiap proses yang penulis jalani hingga sampai di tahap ini. Penulis sangat menghargai segala bentuk perhatian, dorongan, doa serta pengertian yang telah diberikan, baik dalam hal materi maupun waktu.
2. Kakak dan adik penulis, Della Anggraini dan Adinda Aqila Syahputri, yang meskipun sering kali tidak terlihat perannya secara langsung, tetapi kehadiran mereka membawa semangat tersendiri bagi penulis untuk menyelesaikan studi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si., selaku rektor Universitas Tanjungpura periode 2023-2027.
4. Ibu Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Ibu Nurul Bariyah, S.E.,M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Bapak Yanto, SE, M.Sc. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
7. Ibu Ninuk Dwiastuti Ruwandari, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan waktu, arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Ibu Prof. Dr. Fariastuti, S.E., M.A. dan Bapak Achmad, S.E.M.E., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, serta pertanyaan-pertanyaan yang membangun, sehingga membantu penulis dalam menyempurnakan isi tugas akhir ini.
9. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, atas ilmu, pengalaman, dan bantuan yang telah diberikan selama masa studi.
10. Teman seperjuangan sekaligus sahabat saya yang selalu memberi semangat dan dukungan dari semester awal hingga akhir, Riyantika Maharani, Elvina Shinta Naztia Putri, Noveinda Alpuja Manisha Dinanty, Adinda Elfariani, terima kasih telah menjadi bagian dari fase yang tidak mudah ini, dan selalu menjadi pendengar yang baik dan bisa di andalkan dalam berbagai situasi.

11. Sahabat penulis, yaitu Chairunissa, Nabila April, Putri Intan, Sherly, Sarah, Nur, Diva, yang selalu menjadi penyemangat, dan tempat berbagi dalam banyak fase kehidupan, termasuk saat-saat sulit selama menyusun tugas akhir ini. Terima kasih atas dukungan dan kehadirannya.
12. Teman-teman prodi ekonomi pembangunan, khususnya Dayang Raeya, Lili, Indah P, Delia, Frisil terima kasih atas kebersamaannya selama proses panjang ini. Terima kasih telah menjadi rekan diskusi, pendengar yang baik, dan teman seperjalanan yang bisa diandalkan dalam berbagai situasi.
13. Semua pihak yang telah terlibat dan mendukung penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini, namun tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang telah diberikan selama ini.
14. Untuk diri sendiri, terima kasih telah memilih untuk tetap berjalan, bahkan ketika berhenti terasa lebih mudah. Terima kasih telah bertahan, menyelesaikan yang telah dimulai, dan tidak menyerah meski tidak selalu yakin. Tidak banyak yang benar-benar memahami prosesnya, namun setiap usaha, pengorbanan, dan keraguan yang pernah menghambat telah berhasil dilalui. Semoga langkah berikutnya tetap kuat, tanpa melupakan bagaimana semuanya dimulai.

Akhir kata, segala bentuk dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah disebutkan maupun yang tidak dapat disebutkan satu per satu, merupakan bagian penting dari proses ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, masukan dan saran sangat dibutuhkan guna penyempurnaan ke depannya. Besar harapan penulis agar karya ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai landasan bagi penelitian selanjutnya.

Pontianak, 14 September 2025



Suci Rahmawati Syahputri
NIM. B1011211105

HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAN E-COMMERCE SHOPEE DAN DIGITAL PAYMENT DENGAN PENGELUARAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK

Suci Rahmawati Syahputri[1]
Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam pola pengeluaran masyarakat, termasuk mahasiswa. E-commerce dan digital payment menjadi dua inovasi yang paling banyak digunakan dalam aktivitas belanja *online*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara penggunaan e-commerce Shopee dan digital payment dengan pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan *Google Form* yang disebarkan kepada 100 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura semester genap tahun 2024/2025, serta dianalisis menggunakan chi kuadrat (X^2) dengan bantuan *Microsoft Excel*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara penggunaan e-commerce Shopee dan digital payment dengan pengeluaran mahasiswa. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, promo, diskon, dan metode pembayaran yang praktis mendorong mahasiswa melakukan belanja impulsif, terutama pada barang sekunder seperti fashion dan kosmetik. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa agar dapat lebih bijak dalam mengelola pengeluaran.

Kata Kunci: E-commerce Shopee, digital payment, pengeluaran mahasiswa.

HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAN E-COMMERCE SHOPEE DAN DIGITAL PAYMENT DENGAN PENGELUARAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK

Oleh: Suci Rahmawati Syahputri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura

RINGKASAN

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah kebiasaan masyarakat, termasuk mahasiswa, dalam berbelanja. E-commerce Shopee dan digital payment menjadi dua alat yang sering digunakan karena menawarkan kemudahan akses, promo menarik, hingga proses pembayaran yang praktis. Namun, kemudahan ini juga dapat menyebabkan pembelian impulsif, terutama untuk barang-barang sekunder seperti fashion dan kosmetik.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 5 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak, responden menyatakan seringkali mengalokasikan sebagian besar uang sakunya untuk belanja *online*, bahkan hingga 60–75% dari pendapatan bulanan. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara penggunaan e-commerce Shopee dan digital payment dengan pengeluaran mahasiswa FEB Universitas Tanjungpura Pontianak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa FEB Universitas Tanjungpura Pontianak semester genap 2024/2025 sebanyak 4.649 orang. Sampel ditentukan dengan rumus Slovin pada taraf kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu mahasiswa yang pernah melakukan transaksi menggunakan e-commerce Shopee dan digital payment. Data dikumpulkan melalui kuesioner Google Form, lalu dianalisis menggunakan uji Chi-Kuadrat (χ^2) dengan bantuan Microsoft Excel.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil uji Chi-Kuadrat, diperoleh nilai χ^2 hitung sebesar 46,52 untuk hubungan penggunaan e-commerce Shopee dengan pengeluaran mahasiswa, lebih besar dari χ^2 tabel 9,488 (p-value = 0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan adanya hubungan signifikan antara variabel tersebut. Hasil uji Chi-Kuadrat untuk hubungan digital payment dengan pengeluaran mahasiswa menunjukkan nilai χ^2 hitung sebesar 21,79, lebih besar dari χ^2 tabel 9,488 (p-value = 0,000 < 0,05). Artinya terdapat hubungan signifikan antara digital payment dengan pengeluaran mahasiswa.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan:

Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang menggunakan e-commerce Shopee dan digital payment cenderung memiliki pengeluaran konsumsi yang lebih tinggi. Kemudahan akses, promo menarik, dan fitur transaksi yang praktis menjadi alasan utama mahasiswa lebih mudah membelanjakan uangnya untuk keperluan konsumsi. Hubungan ini sejalan dengan teori konsumsi Keynes, yang menjelaskan bahwa pengeluaran seseorang berkaitan dengan pendapatan disposibel yang dimilikinya. Dalam hal ini, uang saku yang dimiliki mahasiswa menjadi sumber utama konsumsi yang dilakukan melalui e-commerce Shopee dan digital payment. Temuan dalam penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital memiliki keterkaitan dengan pola konsumsi generasi muda, termasuk mahasiswa.

Rekomendasi:

Bagi Mahasiswa, disarankan untuk lebih bijak dalam mengatur keuangan, terutama saat menggunakan e-commerce dan digital payment. Meskipun promo dan kemudahan transaksi sangat menarik, penting untuk tetap membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Mencatat pengeluaran, menetapkan anggaran bulanan, dan menghindari belanja impulsif bisa menjadi langkah awal untuk lebih sadar dalam mengelola uang. Mahasiswa juga perlu membangun kebiasaan literasi keuangan sejak dini. Hal ini bisa dimulai dengan mencatat pengeluaran, menggunakan aplikasi keuangan, dan menetapkan batas transaksi harian pada dompet digital. Cara ini dapat membantu mengendalikan pengeluaran impulsif yang sering terjadi saat belanja online menggunakan e-commerce Shopee dan Digital Payment.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWAB AN TUGAS AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK vii
RINGKASAN viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii

1. PENDAHULUAN 2
2. KAJIAN LITERATUR 6
   2.1. Tinjauan Teori 6
      2.1.1.Teori Konsumsi Keynes 6
   2.2. Tinjauan Empiris 6
   2.3. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian 7
      2.3.1. Kerangka Konseptual 7
      2.3.2. Hipotesis Penelitian 8
3. METODE PENELITIAN 8
   3.1. Analisis Deskriptif 9
   3.2. Uji Chi Kuadrat (X^2) 9
4. HASIL DAN PEMBAHASAN 10
   4.1. Karakteristik Responden 10
   4.2. Penggunaan E-commerce Shopee dan Digital Payment 11
   4.3. Uji Chi Kuadrat (X^2) 14
   4.4 Pembahasan 14
5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI 16
   5.1. Kesimpulan 16
   5.2. Rekomendasi 16

DAFTAR PUSTAKA 18
LAMPIRAN 21

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis 5
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel 9
Tabel 3. Berdasarkan Jenis Kelamin 10
Tabel 4. Berdasarkan Program Studi 10
Tabel 5. Berdasarkan Sumber Pendapatan 11
Tabel 6. Jenis Barang yang Dibeli saat Belanja Implusif 11
Tabel 7. Alasan Belanja Menggunakan E-commerce Shopee 11
Tabel 8. Metode Pembayaran Digitsl yang Sering Digunakan 12
Tabel 9. Alasan Transaksi Menggunakan Digital Payment 12
Tabel 10. Mahasiswa Melakukan Belanja Implusif saat Menggunakan E-commerce Shopee 12
Tabel 11. Promo Mendorong Belanja Implusif 13
Tabel 12. Pengeluaran Lebih Besar dari Pendapatan 13
Tabel 13. Pendapatan Meningkat Mendorong Belanja Imlusif 13
Tabel 14. Sulit Mengontrol Pengeluaran 14
Tabel 15. Hasil Uji Chi Kuadrat Hubungan ES dan PM 14
Tabel 16. Hasil Uji Chi Kuadrat Hubungan DP dan PM 14

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rata-rata Jumlah Kunjungan 5 Situs E-commerce di Indonesia (K1-K2)..... 2
Gambar 2. Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik (Jan 2021-Agust 2024)..... 3
Gambar 3. Kerangka Konseptual..... 7

HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAN E-COMMERCE SHOPEE DAN DIGITAL PAYMENT DENGAN PENGELUARAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK

Suci Rahmawati Syahputri[1]
Universitas Tanjungpura, Indonesia

Ninuk Dwiastuti Ruwandari, S.E., M.M.[2]
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

The development of digital technology has driven changes in spending patterns, including among university students. E-commerce and digital payments are two of the most widely used innovations in online shopping. This study aims to analyze the relationship between the use of Shopee e-commerce and digital payments and the spending behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Tanjungpura University, Pontianak. The research employed an associative method with a quantitative approach. Data were collected through a questionnaire using Google Forms, distributed to 100 students of the Faculty of Economics and Business in the even semester of 2024/2025, and analyzed using the chi-square (χ^2) test with Microsoft Excel. The results indicate significant relationship between the use of Shopee e-commerce and digital payments and student spending. Factors such as ease of access, promotions, discounts, and practical payment methods encourage students to make impulsive purchases, particularly for secondary goods such as fashion and cosmetics. These findings underscore the importance of improving financial literacy among students to manage their expenditures more wisely.

***Keywords**: Shopee E-commerce, Digital Payment, and Student Spanding Behavior*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam pola pengeluaran masyarakat, termasuk mahasiswa. E-commerce dan digital payment menjadi dua inovasi yang paling banyak digunakan dalam aktivitas belanja *online*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara penggunaan e-commerce Shopee dan digital payment dengan pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh melalui kuesioner dengan menggunakan *Google Form* yang disebarkan kepada 100 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura semester genap tahun 2024/2025, serta dianalisis menggunakan chi kuadrat (X^2) dengan bantuan *Microsoft Excel*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara penggunaan e-commerce Shopee dan digital payment dengan pengeluaran mahasiswa. Faktor-faktor seperti kemudahan akses, promo, diskon, dan metode pembayaran yang praktis mendorong mahasiswa melakukan belanja impulsif, terutama pada barang sekunder seperti fashion dan kosmetik. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa agar dapat lebih bijak dalam mengelola pengeluaran.

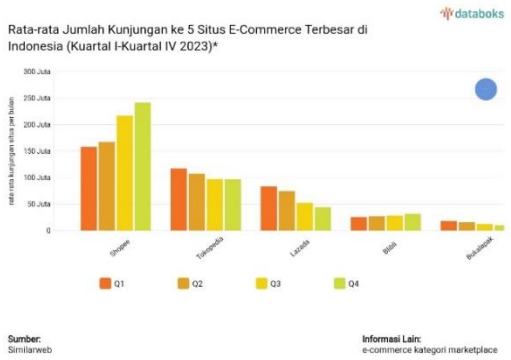
Kata Kunci : E-commerce Shopee, Digital Payment, dan Pengeluaran Mahasiswa

*B1011211105@student.untan.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat memberikan dampak besar bagi kehidupan masyarakat. Peralihan aktivitas secara digital mengharuskan masyarakat beradaptasi dengan teknologi yang digunakan (Rinidji & Hidayat, 2024). Saat ini teknologi informasi dan komunikasi sudah mencangkup banyak hal, termasuk internet. Internet berperan dalam kehidupan sehari-hari untuk memudahkan orang melakukan berbagai aktivitas kapan saja dan dimana saja. Pengguna internet terus meningkat karena internet berguna untuk menyimpan data dan berbagi informasi dengan cepat (Parsaorantua, 2017). Menurut survei dari APJII (2024), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221,56 juta orang, naik 1,4% dari tahun sebelumnya yang berjumlah 218,50 juta orang.

Pengguna internet saat ini membuat transaksi dapat dilakukan secara online di seluruh Indonesia. Berbagai platform telah bermunculan untuk membantu masyarakat mendapatkan barang yang diinginkan, seperti toko online yang biasa disebut dengan e-commerce (Agit & Muharram, 2023). E-commerce adalah tempat jual beli atau mencari informasi tentang produk dan layanan jasa, dimana pembeli dan penjual bisa bertransaksi tanpa harus bertemu langsung. Dengan e-commerce, masyarakat bisa berbelanja dari rumah saja, termasuk melakukan pembayaran yang kini sudah semakin mudah dan praktis hanya dengan melalui ponsel saja (Solihat & Sandika, 2022).



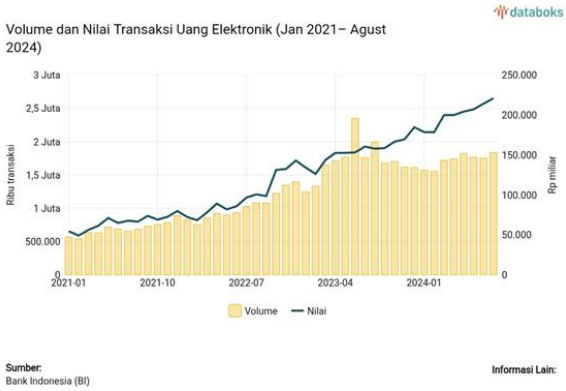
Gambar 1. Rata-rata Jumlah Kunjungan 5 Situs E-Commerce di Indonesia (Kuartal I-Kuartal IV)

Sumber:Databoks, Similarweb

Pada gambar 1, menurut data Databoks yang bersumber dari Similarweb, e-commerce jenis marketplace yang paling banyak dikunjungi di Indonesia pada tahun 2023 adalah Shopee, yaitu pada kuartal IV meraih rata-rata kunjungan sebanyak 241,6 juta kunjungan per bulan, jauh lebih banyak dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Dari data ini dapat dilihat bahwa dari kuartal I hingga kuartal IV 2023, jumlah kunjungan Shopee naik sebanyak 52,94%.

Menurut penelitian Rosmeli dkk, (2024) salah satu alasan tersebesar seseorang lebih senang berbelanja di e-commerce Shopee adalah karena harga barang yang lebih terjangkau dan kemudahan dalam bertransaksi untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Alasan lainnya adalah karena adanya promo yaitu berupa gratis ongkos kirim dan diskon, serta pilihan barang yang lebih banyak sehingga seseorang bisa membeli merek yang biasanya susah ditemukan di kota mereka.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dalam menggunakan e-commerce sudah semakin mudah karena didukung dengan adanya pembayaran digital, yang membuat pembayaran menjadi lebih mudah dan praktis, digital payment bisa berupa mobile banking atau metode transaksi virtual lainnya. Pembayaran digital atau digital payment dibuat agar transaksi menjadi lebih mudah dan aman, terutama bagi mereka yang sudah terbiasa menggunakan layanan pembayaran digital ini. Dengan menggunakan digital payment, masyarakat tidak perlu lagi membawa uang tunai dalam jumlah yang besar karena semuanya bisa dilakukan melalui ponsel yang sudah terkoneksi dengan internet saja, sehingga lebih mudah dan aman saat akan melakukan transaksi pembayaran (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Namun, untuk metode pembayaran digital seperti QRIS, masih ada beberapa kendala di lapangan. Beberapa penjual, terutama pelaku UMKM, mengaku enggan menggunakan QRIS karena khawatir terhadap penipuan, gangguan sistem, dan adanya biaya tambahan. Meskipun QRIS merupakan bagian dari pembayaran digital yang sedang berkembang di Indonesia, tidak semua orang merasa nyaman atau percaya untuk menggunakannya (LinkUMKM, 2024; Kompas, 2024).



Gambar 2. Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik (Januari 2021-Agustus 2024)

Sumber: Databoks, Bank Indonesia

Pada gambar 2, menurut Bank Indonesia (BI) yang dikutip dari Databoks, volume transaksi atau jumlah transaksi uang elektronik tercatat sebanyak 1,84 miliar transaksi pada bulan Agustus 2024. Volumenya naik sebesar 4,56% jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya yaitu mencapai 1,76 miliar transaksi. Pada Agustus 2024, transaksi uang elektronik mencapai Rp 220,87 triliun, naik 3,18% dari bulan sebelumnya. Dari Januari hingga Agustus 2024, total transaksi tercatat 13,76 miliar kali dengan nilai Rp 1.600 triliun (1,6 kuadriliun), naik 35,76% dibanding tahun sebelumnya yang sebesar Rp 1.180 triliun (1,18 kuadriliun).

Dari data tersebut Bank Indonesia (BI) menyebutkan bahwa transaksi uang elektronik yang paling banyak dilakukan adalah untuk isi ulang top up dan belanja, yang dapat dirincikan sebagai berikut: Top up sebesar Rp 847,05 triliun, belanja sebesar Rp 372,91 triliun, transfer antar-uang elektronik sebesar Rp 350,44 triliun, initial (isi pertama kali) sebesar Rp 13,86 triliun, tarik tunai uang elektronik sebesar Rp 8,32 triliun, dan reedem sebesar 10,34 triliun.

Dengan adanya penggunaan e-commerce dan digital payment sangat berdampak bagi masyarakat khususnya pada kalangan mahasiswa yang sangat dekat dengan perkembangan terknologi. Mahasiswa cenderung melakukan pembelian menggunakan e-commerce dikarenakan sangat mudah dan cepat. Penggunaan e-commerce yang disertai dengan penggunaan digital payment memiliki keterkaitan dengan meningkatnya pengeluaran Hal ini disebabkan dengan adanya kemudahan layanan yang ditawarkan oleh e-commerce dan digital payment. Shopee memberikan kemudahan dan keamanan bertransaksi dan menawarkan diskon, promo, cashback, gratis ongkos kirim, dan penawaran lainnya. Hal tersebut menjadi pendorong mahasiswa lebih memilih melakukan pembelian menggunakan e-commerce Shopee dibandingkan dengan pembelian offline. Jika kebiasaan ini berlangsung secara terus-menerus, maka hal tersebut berkaitan dengan peningkatan pengeluaran mahasiswa (Sasabone dkk, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 5 orang responden, diketahui bahwa semua responden rutin melakukan belanja online melalui e-commerce Shopee dan menggunakan metode pembayaran digital. Mahasiswa merasa kegiatan belanja online ini cukup memudahkan, karena bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu datang langsung ke toko. Selain itu, mereka juga merasa lebih nyaman karena sudah terbiasa dengan teknologi digital.

Responden menyatakan bahwa mereka sering melakukan belanja online melalui e-commerce Shopee dengan frekuensi belanjanya sebanyak 4 hingga 9 kali dalam sebulan. Alasannya karena harga barangnya yang lebih murah dan mereka tidak perlu lagi datang ke tokonya langsung, dan bisa melakukan pembelian dimana saja dan kapan saja. Kemudian alasan selanjutnya yaitu banyaknya promo, seperti diskon, flash sale, gratis ongkos kirim, dan cashback yang mendorong mereka untuk membeli barang dalam jumlah yang banyak, sehingga membuat pengeluaran mereka menjadi besar. Kemudian saat melakukan pengeluaran mehasiswa lebih sering membeli barang sekunder seperti fashion, dan kosmetik. Hal tersebut terjadi karena mahasiwa selalu merasa FOMO (Fear of Missing Out) yaitu takut akan ketinggalan trend, dimana saat mahasiswa melihat review positif dari orang sekitarnya, dan juga karena ada promo besar-besaran membuat mereka membeli barang tersebut, karena takut promo yang sedang berlangsung pada stok barang yang sedang trend tersebut habis.

Untuk metode pembayaran mahasiswa lebih sering menggunakan digital payment. Jenis digital payment yang digunakan yaitu seperti ShopeePay, GoPay, Dana, dan M-Banking. Alasannya karena saat menggunakan pembayaran digital lebih mudah, aman, dan praktis. Sehingga mahasiswa tidak perlu membawa uang dalam jumlah yang besar dan bisa melakukan transaksi pembayaran dimanapun dan kapanpun. alasan selanjutnya karena saat melakukan belanja online di Shopee, dengan menggunakan metode pembayaran digital, maka akan mendapatkan berbagai macam promo seperti potongan harga, dan juga cashback, sehingga mendorong mahasiswa untuk melakukan pengeluaran dalam membeli barang dengan jumlah yang banyak, terutama untuk barang sekunder seperti fashion dan kosmetik.

Untuk pendapatannya berdasarkan wawancara dengan 5 responden, pendapatan mereka di dapatkan dari hasil uang saku yang diberikan oleh orang tuanya, dan mereka tidak ada kerja sampingan atau kerja paruh waktu. Dalam sebulan pendapatan mahasiswa

yang didapatkan dari uang saku berkisar antara Rp.700.000 - Rp.2.000.000. Kemudian untuk pengeluaran mahasiswa untuk belanja online yaitu berkisar antara Rp.500.000 - Rp.1.300.000 perbulannya, dan pengeluarannya itu digunakan untuk barang sekunder seperti fashion dan kosmetik. Hal ini menggambarkan bahwa berdasarkan hasil wawancara terhadap 5 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak, sebagian besar pendapatan mereka dialokasikan untuk belanja online, terutama saat promo besar-besaran. Meskipun pengeluaran tersebut masih dalam batas kemampuan finansial, namun nilainya cukup tinggi yakni mencapai 60% hingga 75% dari total pendapatan, yaitu sebagian besar dari pengeluarannya digunakan untuk membeli barang sekunder yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, namun tetap dibeli karena tergiur promo dan dorongan FOMO. Hal ini menarik untuk melihat hubungan antara penggunaan e-commerce Shopee dan digital payment dengan pengeluaran mahasiswa. Responden juga mengatakan, saat belanja online dengan menggunakan e-commerce Shopee dan melakukan pembayaran dengan digital payment, pengeluaran mereka menjadi lebih besar. Sehingga mereka sulit mengatur keuangan mereka dengan bijak, dan sulit untuk menabung.

Tabel 1. Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura Pontianak Semester Genap Tahun 2024/2025

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1	Ekonomi Pembangunan	1.324
2	Ekonomi Islam	350
3	Manajemen	1.645
4	Akuntansi	1.330
Total Populasi		4.649

Sumber: PDDIKTI Nasional 2024/2025

Tabel 1, berdasarkan data yang di dapatkan dari website PDDIKTI Nasional 2024/2025, jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura semester genap tahun 2024/2025 totalnya ada 4.649 mahasiswa. Program studi yang paling banyak mahasiswanya adalah Manajemen dengan 1.645 mahasiswa, Akuntansi dengan 1.330 mahasiswa, Ilmu Ekonomi Pembangunan 1.324, dan Ekonomi Islam 350 mahasiswa. Data ini menunjukkan jumlah mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak berdasarkan program studinya, kemudian data tersebut akan dijadikan sebagai populasi dalam penelitian ini.

Penelitian oleh Sasabone dkk. (2023) membahas hubungan antara e-commerce dan pola konsumsi masyarakat di era digital. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan berbelanja secara online berkaitan dengan peningkatan konsumsi, terutama pada barang-barang yang bersifat sekunder. Meskipun penelitian tersebut tidak secara langsung mengukur pengeluaran, perubahan pola konsumsi yang terjadi dapat mencerminkan kecenderungan peningkatan pengeluaran individu. Sementara itu, penelitian oleh Ranandhea dkk. (2024) menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji penggunaan digital payment di kalangan mahasiswa. Kedua penelitian tersebut memberikan gambaran bahwa perkembangan teknologi digital, baik melalui e-commerce

maupun digital payment, memiliki hubungan dengan pengeluaran mahasiswa. Dalam konteks ekonomi pembangunan, hal ini menunjukkan adanya pergeseran dalam struktur konsumsi yang berdampak terhadap kondisi ekonomi individu, khususnya di kalangan mahasiswa. Kedua penelitian tersebut memberikan gambaran bahwa perkembangan teknologi digital, baik melalui e-commerce maupun digital payment, dapat memengaruhi pengeluaran. Dalam konteks ekonomi pembangunan, hal ini menunjukkan adanya pergeseran dalam struktur konsumsi yang berdampak terhadap kondisi ekonomi individu, khususnya mahasiswa. Penelitian ini menggunakan e-commerce Shopee karena platform tersebut merupakan salah satu yang paling dominan digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura dalam kegiatan belanja online. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis hubungan antara penggunaan e-commerce Shopee dan digital payment dengan pengeluaran mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.