

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat dalam era digital ini telah membawa dampak signifikan pada perilaku konsumsi masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa. Salah satu fenomena yang paling mencolok adalah meningkatnya popularitas platform belanja online.¹ Penelitian oleh Susanto dan Sari (2021) menunjukkan bahwa pertumbuhan belanja online di kalangan mahasiswa.² Hal ini dipicu oleh akses yang mudah dan beragam produk yang ditawarkan, memungkinkan mereka untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja. Namun, kemudahan ini juga menimbulkan tantangan baru terkait perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan. Banyak mahasiswa yang terjebak dalam pola konsumsi impulsif, yang dapat mengganggu stabilitas finansial mereka.

¹ Muya Syaroh Iwanda Lubis, 'Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Perspektif Islam', *Jurnal Prosiding Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2021, pp. 79–88.

² A Susanto and others, 'Implementasi E-Market Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Desa Selojari, Klambu, Grobogan Untuk Meningkatkan Pemasaran Dan Penjualan Online', *Jurnal Program Kemitraan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2021, pp. 7–15.



Sumber: Statista (Diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

Gambar1.1

Jumlah Pengguna E-Commerce Di Indonesia Periode 2020-2029

Gambar diatas merupakan grafik yang menunjukkan jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia terus mengalami kenaikan sejak tahun 2020, hingga pada tahun 2023 jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia sebanyak 58,63 juta pengguna. Jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat antara hingga tahun 2029 mencapai 99,1 juta pengguna.³

Peningkatan jumlah pengguna *e-commerce* menunjukkan bahwa belanja online telah menjadi bagian yang semakin dominan dalam pola konsumsi, termasuk di kelompok mahasiswa. Hal ini berpotensi memengaruhi kebiasaan konsumsi mahasiswa, seperti kecenderungan untuk berbelanja lebih sering karena kemudahan akses dan berbagai

³ ‘Jumlah Pengguna E-Commerce Di Indonesia Periode 2020-2029’, 26 Agustus 2024.

promosi. Selain itu, pola pengelolaan keuangan mahasiswa juga kemungkinan terpengaruh, baik dalam bentuk pengeluaran yang lebih terencana melalui *e-commerce* maupun tantangan seperti *impulsive buying*.

Mahasiswa sebagai salah satu kelompok pengguna internet yang aktif, sangat terpapar oleh platform yang memanfaatkan akses internet untuk menarik minat konsumsi melalui promosi, diskon, dan kemudahan transaksi.⁴ Mahasiswa yang kurang memahami pengelolaan keuangan cenderung mengalami pemborosan dan kesulitan dalam mengatur utang akibat kebiasaan belanja online. Banyak di antara mereka yang belum memiliki pengalaman yang cukup dalam merencanakan keuangan, sehingga kemudahan belanja online berpotensi menyebabkan pemborosan dan utang yang tidak terkelola.

Kebiasaan konsumsi yang terbentuk melalui belanja online dapat memiliki dampak jangka panjang terhadap kesejahteraan finansial mahasiswa. Tanpa pengelolaan keuangan yang tepat, mereka berisiko menghadapi masalah keuangan yang lebih serius di masa depan. Kebiasaan belanja online yang tidak terkendali dapat berakibat pada kesulitan finansial berkepanjangan jika tidak diimbangi dengan manajemen keuangan yang baik. Selain itu, faktor demografis seperti jenis kelamin, usia, dan latar belakang pendidikan juga dapat mempengaruhi pola konsumsi dan pengelolaan keuangan mahasiswa.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara belanja online, kebiasaan konsumsi, dan pengelolaan keuangan mahasiswa di Kota

⁴ Muhammad Yazid Wulan Alyu Nabilla, 'Perilaku Konsumtif Pada Konsumen E-Commerce Shopee Di Surabaya Saat Flash Sale Dalam Perspektif Konsumsi Islam', *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4.1 (2024), pp. 3207–16.

Bengkulu. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pemahaman yang lebih dalam tentang perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kesadaran dan keterampilan mereka dalam mengelola keuangan pribadi

Dengan mempertimbangkan konteks ini, penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh belanja online terhadap kebiasaan konsumsi dan pengelolaan keuangan mahasiswa, terutama di Kota Bengkulu. Hal ini relevan untuk memahami apakah mahasiswa di daerah tersebut memiliki perilaku konsumsi yang bijak atau sebaliknya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui judul **“Pengaruh Belanja Online Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Ekonomi Islam Melalui Kebiasaan Konsumsi Sebagai Variabel Mediasi Di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah belanja online berpengaruh terhadap kebiasaan konsumsi mahasiswa Ekonomi Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu ?
2. Apakah belanja online berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Ekonomi Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu ?
3. Apakah kebiasaan konsumsi berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Ekonomi Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu ?
4. Apakah Belanja Online Berpengaruh Terhadap pengelolaan keuangan melalui kebiasaan konsumsi mahasiswa Ekonomi Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu ?

C. Tujuan Penelitian

Dengan adanya rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun tujuan penelitian ini sejalan dengan rumusan masalah yang telah dibuat sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh belanja online terhadap kebiasaan konsumsi mahasiswa Ekonomi Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu
2. Untuk mengetahui pengaruh belanja online terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Ekonomi Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kebiasaan konsumsi terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Ekonomi Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu
4. Untuk mengetahui Pengaruh Belanja Online Terhadap pengelolaan keuangan melalui kebiasaan konsumsi mahasiswa Ekonomi Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mengenai Pengaruh Belanja Online Terhadap Kebiasaan Konsumsi Dan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Ekonomi Islam Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari sisi teori maupun aplikasi.

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi perilaku dan manajemen keuangan pribadi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan mengenai dampak belanja online terhadap pola konsumsi dan cara pengelolaan

keuangan, serta menambah referensi ilmiah terkait dengan pengaruh teknologi digital terhadap perilaku konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa. Temuan-temuan dalam penelitian ini juga dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut yang mengkaji hubungan antara teknologi digital dan perilaku konsumsi di kalangan masyarakat, terutama generasi muda.

2. Kegunaan Praktis

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, seperti pemerintah, lembaga pendidikan, dan institusi keuangan. Mereka dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk merancang kebijakan atau program yang lebih efektif dalam meningkatkan literasi keuangan di kalangan mahasiswa. Pengetahuan tentang bagaimana belanja online memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa dapat mendorong penyusunan program pendidikan yang lebih baik terkait dengan pengelolaan keuangan pribadi. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya mengelola keuangan dengan bijaksana di tengah kemudahan berbelanja online, sehingga dapat membantu mereka untuk lebih hati-hati dalam mengelola pengeluaran dan membentuk kebiasaan konsumsi yang lebih sehat.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam upaya untuk memahami Pengaruh Belanja Online Terhadap Kebiasaan Konsumsi Dan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Ekonomi Islam Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu, penting

untuk mengkaji penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik ini. Diharapkan dengan menganalisis penelitian-penelitian sebelumnya,

Pertama, penelitian yang dilaksanakan oleh Aulia Nur Faizah, Kesi Widjajanti, Indarto (2023) yang berjudul “*The Effect Of Financial Literacy And Income On Consumptive Behavior With Lifestyle As A Moderating Variable (Study On University Of Muhammadiyah Semarang Students)*” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis literasi keuangan dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dengan gaya hidup sebagai variabel moderating pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Semarang. Metode yang digunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan *SEM-PLS* (inner dan outer model) untuk uji hubungan antar variabel dengan alat analisis *SmartPLS*. Hasil analisis memperlihatkan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif serta gaya hidup mampu memoderasi literasi keuangan dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif.⁵ Perbedaan penelitian ini dilakukan di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, fokus pada pengaruh belanja online terhadap kebiasaan konsumsi dan pengelolaan keuangan mahasiswa Ekonomi Islam. Penelitian ini tidak membahas variabel moderating, tetapi lebih mengarah pada dampak langsung dari belanja online terhadap pengelolaan keuangan dan pola konsumsi mahasiswa.

⁵ Aulia Nur Faizah, Kesi Widjajanti, and Indarto, ‘The Effect Of Financial Literacy And Income On Consumptive Behavior With Lifestyle As A Moderating Variable (Study On University Of Muhammadiyah Semarang Students)’, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.6 (2023), 9349–58.

Kemudian, penelitian yang dilaksanakan oleh Afifa Nur Hasanah, Versiandika Yudha Pratama, Wilda Yulia Rusyida (2023) yang berjudul “*Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Belanja Online (Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa Febi Uin K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan*” Tujuan penelitian ini menganalisis perilaku konsumsi belanja online dari Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui dua cara, yaitu melalui wawancara dengan mahasiswa FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dan pengamatan yang dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Data sekunder diperoleh dari penelitian-penelitian sebelumnya yang sesuai dengan perilaku konsumsi dalam belanja online. Hasil penelitian didapat perilaku konsumsi dalam belanja online dikalangan mahasiswa mengakibatkan perubahan konsumsi mahasiswa menjadi meningkat, hal tersebut tidak terlepas dari kemudahan dan keuntungan dari aplikasi belanja online. Mahasiswa Febi Uin K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan melakukan belanja online karena beberapa alasan, yakni dipengaruhi oleh iklan, kemudahan dalam berbelanja, dan juga pengaruh dari teman-teman mereka. Namun, dampak dari perilaku konsumsi ini terhadap gaya hidup mahasiswa memiliki efek yang signifikan.⁶ Perbedaan utama terletak pada pendekatan yang digunakan dan variabel yang dianalisis. Penelitian pertama lebih menekankan pada

⁶ A N Hasanah, ‘Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Belanja Online:(Studi Kasus Di Kalangan Mahasiswa FEBI UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan)’, *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2 (2023), 454–64

faktor sosial dan kemudahan berbelanja yang mempengaruhi konsumsi mahasiswa, sementara penelitian kedua lebih fokus pada pengaruh belanja online terhadap aspek pengelolaan keuangan mahasiswa.

Selanjutnya ada penelitian yang dibuat oleh Ririn Eka Fariana, Bayu Surindra, Zainal Arifin (2021) yang berjudul “*The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student*” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui literasi keuangan dan gaya hidup serta pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNP Kediri. Pendekatan penelitian ini menggunakan kuantitatif pendekatan serta penelitian deskriptif teknik dan regresi linier berganda. Itu pengumpulan sampel yang digunakan adalah purposive teknik pengambilan sampel berjumlah 46 siswa. Itu Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa finansial literasi mempunyai dampak positif dan mempunyai a nilai yang signifikan terhadap konsumtif mahasiswa perilaku, hal ini terlihat pada nilai Sig 0,027 < 0,05. Gaya hidup ini membawa dampak positif dan mempunyai nilai yang signifikan terhadap konsumtif perilaku siswa, hal ini terlihat pada nilai Sig 0,038 < 0,05. Pengendalian diri memiliki a berpengaruh positif dan mempunyai nilai signifikan juga pada perilaku konsumtif pelajar, hal ini terlihat pada nilai Sig 0,002 < 0,05. Literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri punya mempunyai pengaruh yang besar dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, bisa jadi hal ini terjadi terlihat pada nilai Sig 0,000 < 0,05.⁷ perbedaan penelitian

⁷ Ririn Eka Fariana, Bayu Surindra, and Zainal Arifin, ‘The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education Student’, *International Journal of Research and Review*, 8.8 (2021), pp. 496–503.

terletak pada variabel yang dianalisis penelitian diatas lebih fokus pada perubahan perilaku konsumsi mahasiswa karena belanja online, sedangkan penelitian penulis menganalisis pengaruh belanja online terhadap pengelolaan keuangan dan kebiasaan konsumsi mahasiswa. Dan metode yang digunakan juga berbeda, dengan penelitian diatas menggunakan pendekatan kualitatif dan penulis menggunakan pendekatan kuantitatif.

Penelitian yang dibuat oleh Ulvia Ajnura, Ikramuddin, Chalirafi, Dan Muhammad Subhan (2020) dengan judul “*Pengaruh Faktor Pendorong Belanja Online Terhadap Niat Perilaku Konsumen di Kota Lhokseumawe dengan Metode Pembayaran Cash-On-Delivery Sebagai Variabel Mediasi*” Tujuan penelitian ini untuk menguji berbagai faktor pendorong belanja online dan pengaruhnya terhadap niat perilaku pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Lhokseumawe dan juga menguji metode pembayaran *Cash-on-Delivery* sebagai mediator untuk meningkatkan niat perilaku konsumen berbelanja online. Hasil empiris menunjukkan bahwa faktor pendorong belanja online memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap metode pembayaran *Cash-on-Delivery* dan niat perilaku. Sedangkan metode pembayaran *Cash-on-Delivery* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat perilaku, serta tidak ada pengaruh mediasi yang berarti antara hubungan faktor pendorong belanja online terhadap niat perilaku melalui metode pembayaran *Cash-on-Delivery*.⁸ Perbedaan penelitian ini adalah penelitian diatas lebih fokus pada pengaruh faktor pendorong

⁸ Ulvia Ajnura and others, ‘Pengaruh Faktor Pendorong Belanja Online Terhadap Niat Perilaku Konsumen Di Kota Lhokseumawe Dengan Metode Pembayaran Cash-on-Delivery Sebagai Variabel Mediasi’, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18.1 (2024), pp. 25–39.

belanja online terhadap niat perilaku konsumen dengan metode pembayaran COD sebagai mediator, sementara penelitian di UIN Fatmawati Sukarno mengkaji pengaruh kebiasaan konsumsi akibat belanja online terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa ekonomi Islam.

Kemudian ada penelitian yang dibuat oleh Siti Nurdianti (2023) dengan judul "*Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Febi Iain Parepare*" Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk mengetahui seberapa besar tingkat belanja online Mahasiswa Febi Iain Parepare. (2) Untuk mengetahui seberapa besar tingkat perilaku konsumsi Mahasiswa Febi Iain Parepare (3) Untuk mengetahui hubungan antara belanja online terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Febi Iain Parepare. dan (4) Untuk mengetahui apakah belanja online berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Febi Iain Parepare. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey atau angket. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasil penelitian yang dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa belanja online merupakan cara yang dapat mempermudah aktivitas belanja konsumen. Pada uji one sampel t test didapatkan belanja online 83% dan perilaku konsumsi 81% yang dapat dikategorikan sangat baik. Berdasarkan uji hipotesis bahwa belanja online berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi Iain Parepare. Hal ini dibuktikan dengan uji statistik uji t didapatkan nilai sig $0,00 < 0,05$. Adapun perbandingan thitung dengan ttabel uji t didapatkan hasil thitung $16,287 > 1,985$. Dengan demikian H_0 ditolak

dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara belanja online dengan perilaku konsumsi mahasiswa Febi Iain Parepare.⁹ Adapun perbedaan penelitian ini terletak pada variabel yang hanya menggunakan satu variabel dan ada Lokasi yang diteliti pun berbeda.

Penelitian ini dibuat oleh Didi Nur Hidayat (2023) yang berjudul “*Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unusia*” Penelitian ini bertujuan apakah online shop berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Agama Islam non reguler semester 9 Unusia. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 mahasiswa/i. Tehnik pengumpulam data menggunakan metode kuesioner berupa pernyataan tertulis google form yang disebar kepada responden, menggunakan tehnik incidental sampling. Pengujian hipotesis menggunakan analisis linear sederhana dan uji t. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa online shop berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, ditunjukkan dengan variabel Pengaruh Online Shop (X) terhadap Perilaku Konsumtif (Y), dikarenakan nilai P-value sebesar $0,016 < 0,05$.¹⁰ Perbedaan penelitian diatas hanya menganalisis pengaruh online shop terhadap perilaku konsumtif, sementara penelitian penulis lebih luas dengan membahas dampak belanja online terhadap baik kebiasaan konsumsi maupun pengelolaan keuangan mahasiswa. Selain itu, populasi yang diteliti juga berbeda, dengan penelitian diatas fokus pada mahasiswa

⁹ Siti Nurdianti, ‘Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Febi Iain Parepare’ (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2023).

¹⁰ Didi Nur Hidayat, ‘Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unusia’ (Skripsi, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Jakarta, 2023).

Pendidikan Agama Islam di Unusia, sedangkan penelitian penulis melibatkan mahasiswa Ekonomi Islam di UIN Fatmawati Sukarno.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dan memperjelas pembahasan maka penulisan skripsi ini dibagi ke dalam bab yang berurutan dan saling berkaitan, yaitu :

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini memaparkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab 2 Kajian Teori Dan Kerangka Berpikir, Bab ini menguraikan tentang kajian teori, hasil penelitian yang relevan, kerangka berfikir dan Hipotesis penelitian.

Bab 3 Metode Penelitian, Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data dan teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab 4 Hasil Penelitian Dan Pembahasan, Bab ini merupakan bagian yang sangat penting karena menyajikan data yang telah dianalisis dan diinterpretasikan berdasarkan tujuan penelitian.

Bab 5 Kesimpulan, Bab ini bertujuan untuk menyimpulkan temuan-temuan utama dari penelitian dan memberikan rekomendasi atau saran untuk penelitian berikutnya.