

PENGARUH MINAT PEMBELANJAAN ONLINE MAHASISWA STAI AN-NADWAH KUALA TUNGKAL TERHADAP DAMPAK PENDAPATAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI WILAYAH KUALA TUNGKAL

M. Tolabul Hilmi
hilmiabul469@gmail.com

ABSTRAK

Desain penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian ex post facto yang bersifat korelasional yang dilaksanakan di Pasar Kuala Tungkal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Minat Belanja Online belajar terhadap hasil Pendapatan Pedagang Konvensional Pasar Kuala Tungkal. Pengambilan sampel penelitian akan menggunakan teknik random sampling atau secara acak dengan jumlah 20 orang Mahasiswa dan 10 Pedagang Pasar Konvensional di wilayah Kuala Tungkal. Teknik pengambilan data dilakukan dengan tiga variabel penelitian yaitu Minat Belanja Online, Pendapatan Hasil Pedagang Pasar dan Dampak Barang yang di dapat Konsumen. Teknik statistik yang digunakan untuk mengolah data hasil penelitian adalah Abstrak teknik statistik deskriptif dan teknik analisis inferensial. Dari data yang terkumpul kemudian di analisis secara kuantitatif. Hasil yang diperoleh setelah di analisis diketahui bahwa: Minat Belanja Online, Pendapatan Hasil Pedagang Pasar dan Dampak Barang yang di dapat Konsumen. Hasil pengujian hipotesis pertama dengan uji t memperoleh nilai t hitung $4,392 > t \text{ table } 1,669$. Hasil pengujian hipotesis kedua dengan uji t memperoleh nilai t hitung $3,102 > t \text{ table } 1,669$. Hasil pengujian hipotesis ketiga dengan melihat nilai probabilitas yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Ketertarikan dan kreativitas belajar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap hasil belajar mahasiswa.

Kata kunci: *Minat Belajar, Pedagang Online dan Pendapatan Pedagang Konvensional*

PENDAHULUAN

Fenomena persaingan dalam dunia usaha saat ini telah mengarahkan sikap pasar menjadi buyers market yaitu suatu kondisi pasar dimana pelanggan atau konsumen yang memegang kendali. Fenomena online di jaman sekarang telah banyak di gunakan oleh banyak orang dalam berinteraksi dengan teman atau pun berinteraksi dengan rekan bisnis. Online sendiri merupakan istilah saat kita sedang terhubung dengan internet atau dunia maya, baik itu terhubung dengan akun media sosial kita, email dan berbagai jenis akun lainnya yang kita pakai atau gunakan lewat internet. Online mempunyai lawan kata yaitu offline, offline merupakan istilah untuk sebutan saat kita tidak terhubung dengan internet, lebih tepatnya

PENGARUH MINAT PEMBELANJAAN ONLINE MAHASISWA STAI AN-NADWAH KUALA TUNGKAL TERHADAP DAMPAK PENDAPATAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI WILAYAH KUALA TUNGKAL

tidak terkoneksi. Lalu ada juga istilah connect dan disconnect adalah saat kita memutuskan hubungan dengan jaringan internet.¹

Misalnya saat kita ingin terhubung maka harus connect terlebih dahulu, jika ingin memutuskan dengan internet itu disebut dengan disconnect. Di jaman sekarang banyak orang yang memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam dunia bisnis. Dalam usaha bisnis ada yang namanya belanja online atau ritel online, belanja online atau ritel online adalah suatu bentuk perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk langsung membeli barang atau jasa dari seorang penjual melalui internet tanpa jasa perantara. Sebuah toko online, e-toko, toko internet, web-toko, web-store, toko online, atau toko virtual membangkitkan analogi fisik membeli produk atau jasa pada batu bata-dan-mortir pengecer atau pusat perbelanjaan. Proses ini disebut business-to-consumer (B2C) belanja online.²

Belanja online saat ini banyak di gemari oleh masyarakat, Online banyak di sukai oleh konsumen dalam mengambil keputusan berbelanja karena dengan belanja online konsumen akan menghemat waktu dan konsumen tidak perlu capek capek pergi ke toko satu dan toko lainnya hanya untuk membeli salah satu barang. Online sangat buming di era globalisasi saat ini, saking bumingnya ada yang namanya Hari Belanja Online Nasional. Hari Belanja Online nasional adalah hari perayaan untuk mendorong dan mengedukasi masyarakat mengenai kemudahan berbelanja online.

Pedagang Konvensional saat ini menjadi sedikit berkurang pendapatannya di karenakan maraknya pedagang Online yang menawarkan barang barangnya yang lebih variatif dan memiliki banyak pilihan sehingganya menyebabkan penurunan pendapatan yang mereka terima selama banyaknya pedagang online yang saat ini semakin banyak terutama di wilayah Kuala Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

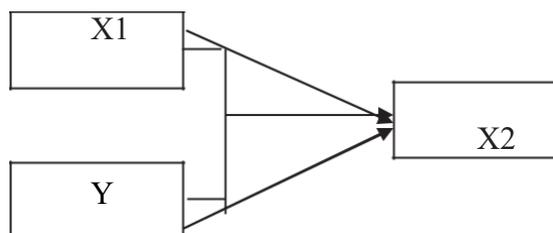
SIFAT DAN JENIS PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian *ex post facto* yang bersifat korelasional. Variabel yang diteliti adalah dua variabel bebas yaitu Minat Belanja (X1) dan B (X2) serta satu variabel terikat yaitu hasil Penjualan Pedagang (Y). Desain hubungan antar variabel penelitian dapat dilihat pada gambar 1 berikut:

¹ Arikunto, Suharsimi, 2008. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi*. Jakarta : Rineka Cipta.

² Assael, Henry. 2001. *Cunsumor Behavior 6th Edition*. New York : Thomson

PENGARUH MINAT PEMBELANJAAN ONLINE MAHASISWA STAI AN-NADWAH KUALA TUNGKAL TERHADAP DAMPAK PENDAPATAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI WILAYAH KUALA TUNGKAL



Gambar 1: Desain Penelitian

HASIL PENELITIAN

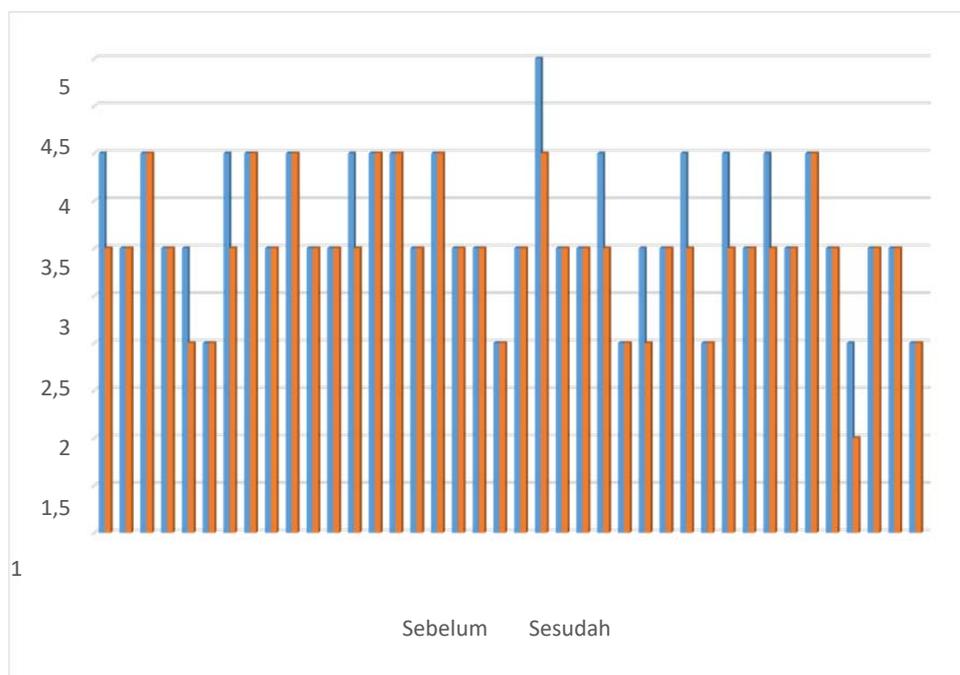
Tempat penelitian ini dilaksanakan di Pasar Jl. Harapan Kelurahan Tungkal Harapan Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Dari hasil survey lapangan yang dilakukan kepada para Mahasiswa dan para pedagang pasar Konvensional terkait maraknya pembangunan pasar Online maka di peroleh data dari responden mengenai data jumlah pembeli, data pendapatan dan data kemudahan mendapatkan pasokan barang sebelum dan sesudah adanya pasar Online adalah sebagai berikut : Dari hasil penyebaran kuesioner kepada pedagang pasar tradisional terhadap jumlah pembeli yang datang untuk berbelanja ke pasar tradisional sebelum dan sesudah adanya pasar ritel modern maka diperoleh data sebagai berikut.

Data jumlah Mahasiswa Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online ³

No	Nama Mahasiswa	Sebelum	Sesudah
1	Dandi	4	3
2	Aprianti	3	3
3	Sahrudin	4	4
4	Doni Wahyudi	3	3
5	Ahmad Murtada	3	2
6	Abdul Latep	2	2
7	Muhammad Hafzhul Fauzi	4	3
8	Uus Mardianti Safitri	4	4
9	Eva Wulan Agustina	3	3
10	Yuda Bakti	4	4
11	Yustika	3	3
12	Sariah	3	3
13	Muhammadd Ibnu Atailah	4	3
14	Mahfizah	4	4
15	Misnawati	4	4
16	Maria Hartati	3	3
17	Zuhratunnisa	4	4
18	Suharto	3	3
19	Saimullah	3	3
20	Muhammad Iqbal	2	2

³ Studi Kasus di Mahasiswa STAI An Nadwah Kuala Tungkal 2021

PENGARUH MINAT PEMBELANJAAN ONLINE MAHASISWA STAI AN-NADWAH KUALA TUNGKAL TERHADAP DAMPAK PENDAPATAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI WILAYAH KUALA TUNGKAL



Berdasarkan data dan grafik diatas, maka bisa dilihat bahwa dari 20 responden Mahasiswa yang mengalami penurunan jumlah dalam maraknya membeli barang di Pasar Konvensional, penurunan jumlah pembeli tersebut di karenakan mereka berpindah berbelanjanya ke pasar Online dengan berbagai alasan, sementara itu pembeli yang tetap berbelanja ke pasar Konvensional itu dikarenakan mereka sudah menjadi pelanggan tetap dan biasanya yang menjadi pelanggan tetapnya itu adalah pembeli yang pekerjaannya sebagai pedagang, mereka membeli barang untuk mereka jual kembali kepada konsumen.

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada para pedagang pasar tradisional terhadap pendapatan antara sebelum dan sesudah adanya pasar Modern maka di peroleh data sebagai berikut :

Data Pendapatan Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online⁴

No	Nama Responden	Sebelum	Sesudah
1	Bapak Agus	4	3
2	Bapak Didi	3	3
3	Ibu Enung	4	4
4	Ibu Epon	3	3
5	Bapak Dudu	3	2
6	Bapak Mulyadi	2	2
7	Andri	4	3
8	Bapak Asep	4	4
9	Ibu Wawan	3	3
10	Ibu Nunung	4	4

⁴ Studi Kasus di Pedagang Pasar Kuala Tungkal 2021

PENGARUH MINAT PEMBELANJAAN ONLINE MAHASISWA STAI AN-NADWAH KUALA TUNGKAL TERHADAP DAMPAK PENDAPATAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI WILAYAH KUALA TUNGKAL

Berdasarkan data dan grafik diatas, bisa dilihat bahwa dari 20 responden yang mengalami penurunan pendapatan setelah adanya Online adalah 3 pedagang sementara itu yang 7 pedagang tingkat pendapatannya tetap, penurunan pendapatan tersebut dikarenakan jumlah pembeli yang datang ke toko mereka berkurang dan lebih memilih berbelanja Online. Sedangkan pendapatan beberapa pedagang yang tetap itu dikarenakan mereka sudah mempunyai langganan yang tetap sehingga dengan adanya Pedagang Online tersebut tidak berpengaruh.

Para pedagang sangat memerlukan sekali pasokan barang dari sales yang kemudian mereka jual kembali di pasar kepada konsumen untuk memperoleh keuntungan, namun semenjak adanya pasar Online ada beberapa pedagang yang mengalami kesulitan mendapatkan pasokan barang dikarenakan mereka belum mempunyai langganan kepada sales sehingga sales tersebut lebih memilikimensupply barangnya ke pada pasar modern, dan untuk lebih jelasnya bisa dilihatpada tabel berikut :

Data Kemudahan Mendapatkan Pasokan Barang Sebelum dan Sesudah Adanya Pasar Online⁵

No	Nama Responden	Sebelum	Sesudah
1	Dandi	4	3
2	Aprianti	3	3
3	Sahrudin	4	3
4	Doni Wahyudi	4	3
5	Ahmad Murtada	3	3
6	Abdul Latep	3	3
7	Muhammad Hafzhul Fauzi	4	4
8	Uus Mardianti Safitri	5	5
9	Eva Wulan Agustina	3	3
10	Yuda Bakti	3	3
11	Yustika	5	4
12	Sariah	3	3
13	Muhammadd Ibnu Atailah	4	4
14	Mahfizah	4	3
15	Misnawati	3	3
16	Maria Hartati	5	4
17	Zuhratunnisa	4	3
18	Suharto	3	3
19	Saimullah	4	3
20	Muhammad Iqbal	5	4

Uji reabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam peneliti berperilaku mempunyai kendala sevgai alat ukur, diantaranya di ukur

⁵ Studi Kasus di Mahasiswa STAI An Nadwah Kuala Tungkal 2021

PENGARUH MINAT PEMBELANJAAN ONLINE MAHASISWA STAI AN-NADWAH KUALA TUNGKAL TERHADAP DAMPAK PENDAPATAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI WILAYAH KUALA TUNGKAL

melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu. Ukuran yang digunakan dalam mengukur reabilitas bahwa : Jika $r \geq 0,6$ maka butir atau variabel tersebut reliabel, Jika $r < 0,6$ maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel

Tabel Uji Reabilitas :

Variabel	Nilai Reliabel	Nilai Kritis (Cronbach)	Pengujian	Keterangan
Minat Belanja (X1)	0,816	0,60	Nilai Reliabel >Nilai Cronbach	Reliabel
Pedagang Online (X2)	0,697	0,60		Reliabel
Pedagang Konvensional (X3)	0,798	0,60		Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,737	0,60		Reliabel

Sumber : Hasil kuesioner diolah penulis menggunakan spss

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil uji reliabilitas dari 100 kuesioner dinyatakan reliabel. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai skor dari variabel kepercayaan (X1) $0,816 \geq 0,60$, Pedagang Online (X2) $0,697 \geq 0,60$ Pedagang Konvensional (X3) $0,798 \geq 0,60$ dan keputusan pembelian (Y) $0,737 \geq 0,60$. jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut valid.

Analisis Linier Berganda, Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 14,870 + 0,154 X_1 + 0,375 X_2 + 0,19 X_3$$

Dimana.

Y = variabel keputusan pembelian

B1 = koefisien regresi dari kepercayaan

B2 = koefisien regresi dari orientasi belanja

B3 = koefisien regresi dari

X1 = variabel kepercayaan

X2 = variabel orientasi belanja

X3 = variabel kualitas layanan

persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (a) sebesar 14,870 yang artinya jika kepercayaan (X1), orientasi belanja (X2) dan kualitas layanan (X3) nilainya 0, maka keputusan pembelian (Y) 14,870 bernilai

PENGARUH MINAT PEMBELANJAAN ONLINE MAHASISWA STAI AN-NADWAH KUALA TUNGKAL TERHADAP DAMPAK PENDAPATAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI WILAYAH KUALA TUNGKAL

positif. Dengan penjelasan bahwa apabila tidak adanya faktor kepercayaan diri disertai dengan orientasi belanja dan kualitas layanan yang pantas oleh produsen, maka tingkat keputusan pembelian (Y) naik sebesar 14,870.

2. Koefisien regresi variabel kepercayaan (X1) sebesar 0,154 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kepercayaan (X1) mengalami kenaikan 1 tingkat, maka tingkat keputusan pembelian naik senilai 0,254. Koefisien bernilai positif yang artinya koefisien variabel kepercayaan (X1) mempunyai hubungan terhadap keputusan pembelian (Y)
3. Koefisien regresi variabel orientasi belanja (X2) sebesar 0,375 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan orientasi belanja (X2) mengalami kenaikan 1 tingkat, maka keputusan pembelian (Y) akan naik senilai 0,375. Koefisien bernilai positif, yang artinya koefisien variabel orientasi belanja (X2) mempunyai hubungan terhadap keputusan pembelian (Y).

KESIMPULAN

1. Uji validitas, hasil penelitian uji validitas diketahui bahwa dari 20 responden dinyatakan valid, hal ini dibuktikan dengan rata-rata nilai skor dari setiap indikator masing-masing variabel nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.
2. Uji reabilitas, hasil penelitian uji reabilitas dari 100 responden dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai skor dari variabel (X1) $0,816 \geq 0,60$, (X2) $0,697 \geq 0,60$, (X3) $0,798 \geq 0,60$ dan (Y) $0,737 \geq 0,60$.
3. Analisis linier berganda, hasil penelitian ini ditemukan koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 0,254, variabel kualitas layanan sebesar 0,375 dan kualitas layanan sebesar 0,019 itu artinya variabel kepercayaan, orientasi belanja dan kualitas layanan mempunyai hubungan positif terhadap keputusan pembelian.
4. Uji Determinasi R^2 , hasil penelitian ini ditemukan R^2 sebesar 0,145 yang menunjukkan bahwa variabel-variabel penjualan online mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 14,5% dan sisanya 85,5% yang dipengaruhi oleh variabel-variabel lain selain variabel yang diteliti. Variabel lain ini seperti harga, merek, promosi, kualitas.
5. Uji F, hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa nilai F hitung = 5,440 dengan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi dengan kata lain ada pengaruh variabel X (kepercayaan, orientasi belanja dan kualitas layanan) terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

PENGARUH MINAT PEMBELANJAAN ONLINE MAHASISWA STAI AN-NADWAH KUALA TUNGKAL TERHADAP DAMPAK PENDAPATAN PEDAGANG KONVENSIONAL DI WILAYAH KUALA TUNGKAL

6. Uji t hitung, hasil penelitian ini dapat ditemukan bahwa nilai sig t masing-masing variabel bebas dibawah nilai signifikan 5% (0,05), hasil analisis ini menunjukkan bahwa variabel- variabel kepercayaan, orientasi belanja, kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan yang paling dominan dari variabel bebasterhadap variabel terikat adalah orientasi belanja dengan nilai sebesar (3924).

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis mencoba memberikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat baik berguna bagi kemajuan perusahaan maupun kepada peneliti selanjutnya. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pemilik toko online harus mampu mengajak pedagang Online untuk kemajuan perdagangan Bersama.
2. Gaya hidup konsumen yang berbeda-beda dapat menjadi pertimbangan bagi penjual di toko online untuk menentukan strategi yang bisa menarik konsumen.
3. Dari segi kualitas layanan adalah perlu adanya rasa empati atau perhatiannyabg bersifat individual yang diberikan toko online
4. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar agar melakukan penelitian tentang keputusan pembelian diluar dari variable dalam penelitian yaitu kepercayaan, orientasi belanja dan kualitas layanan.
5. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar ruang lingkup dan populasi yang lebih luas daripenelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2008. Prosedur Penelitian : Suatu Chaffey. E-bussines and E-commerce Management : Strategy, Implementasi and Practice. Pearson : 2009
- Jogiyanto, 2007. Sistem Informasi Keperilakuan, Edisi Revisi. Yogyakarta :
- Andi Offset Kotler, philip. 2005 Manajemen Pemasaran jilid 1 dan 2. Jakarta : PT.Indeks
- Kotler, Philip, Armstrong, Garry. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran jilid 1. Eirlangga Jakarta, Daryanto, 2011
- Ling Kwek Choon et.Al.2010. the Effects Of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience Taward Customer Online Purchase Intention. Vol 3. Internasional Bussiness Research. Malaysia
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu 2002. Perilaku Konsumen, Edisi Revisi. Bandung : Refika Editama