

## PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI PERDAGANGAN ELEKTRONIK TERHADAP PENDAPATAN MAHASISWA

<sup>1</sup>Kristyana Dananti

<sup>2</sup>Magdalena Nany

<sup>3</sup>Zakius

<sup>123</sup>Universitas Kristen Teknologi Solo

<sup>1</sup>[rhargianto@yahoo.co.id](mailto:rhargianto@yahoo.co.id), <sup>2</sup>[magdalena@gmail.com](mailto:magdalena@gmail.com), <sup>3</sup>[zakius@gmail.com](mailto:zakius@gmail.com)

### ABSTRACT

*Many developments in supporting technology such as online payments and electronic money increasingly support the development of electronic commerce. The ease of online business where sales can be made anywhere and anytime certainly supports student efforts to earn income, manage expenses and make investments. This research method uses a quantitative approach. The population of this study is all students in the city of Surakarta who use electronic commerce applications. The dependent variables in the study are income, expenditure and investment. While the independent variable in this study is electronic commerce. The source of data used in this study is primary data obtained from questionnaires on the Likert scale 4. Data will be analyzed by multivariate regression analysis. Electronic commerce applications have a significant effect on the amount of student income and the amount of student expenditure. However, electronic trading applications have no effect on investment activities.*

**Keywords :** *Electronic Commerce; Income; Expenditure; Investment*

### ABSTRAK

Banyaknya perkembangan teknologi pendukung seperti pembayaran *online* dan uang elektronik semakin mendukung berkembangnya perdagangan elektronik. Kemudahan bisnis secara *online* di mana penjualan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tentunya mendukung usaha mahasiswa untuk memperoleh pendapatan, mengelola pengeluaran dan melakukan investasi. Tujuan dari penelitian adalah untuk memperoleh bukti empiris pengaruh aplikasi perdagangan elektronik terhadap pendapatan, pengeluaran dan kegiatan investasi para mahasiswa. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di kota Surakarta yang menggunakan aplikasi perdagangan elektronik. Adapun variabel terikat dalam penelitian adalah pendapatan, pengeluaran dan investasi. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah perdagangan elektronik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang berskala Likert 4. Data akan dianalisis dengan analisis regresi multivariat. Aplikasi perdagangan elektronik berpengaruh signifikan terhadap jumlah pendapatan mahasiswa dan jumlah pengeluaran mahasiswa. Namun aplikasi perdagangan elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan investasi mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Perdagangan Elektronik; Pendapatan; Pengeluaran; Investasi*

### PENDAHULUAN

Saat ini internet tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan informasi saja, melainkan juga digunakan sebagai sarana bisnis. Saat ini bisnis melalui internet paling diminati oleh para pelaku bisnis. Para pelaku bisnis memanfaatkan internet sebagai media

perdagangan *online*, pelaku bisnis bisa memasarkan berbagai produknya melalui internet. Tidak hanya memasarkan produk saja, melalui internet para produsen dan konsumen mampu berkomunikasi dan bahkan bisa langsung melakukan transaksi jual-beli.

Sekarang perdagangan elektronik berkembang dengan sangat pesat. Banyaknya perkembangan teknologi pendukung seperti pembayaran online dan uang elektronik semakin mendukung berkembangnya perdagangan elektronik. Pembeli dan penjual tidak perlu bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi melainkan cukup mengakses melalui aplikasi jual-beli yang mereka gunakan. Mereka sudah bisa melakukan pembelian, penjualan dan bahkan pembayaran terhadap barang yang mereka jual atau beli.

Pembeli tinggal melakukan pembelian dan pembayaran *online* saja sambil bersantai menunggu barang yang mereka beli sampai ke alamat mereka melalui jasa pengiriman. Berdasarkan pada wawancara langsung yang dilakukan oleh peneliti, salah satu responden menyatakan alasan *marketplace* tidak signifikan terutama di Kota Kendari. Hal ini disebabkan penjualan secara langsung atau konvensional maupun *platform* lain masih lebih dominan dibandingkan penjualan melalui *marketplace*. (Musvira, Natsir, & Asizah, 2022).

Sekalipun tugas utama seorang mahasiswa adalah menimba ilmu, banyak mahasiswa mampu menggunakan waktu luangnya untuk bekerja paruh waktu dengan tujuan baik untuk membiayai kuliahnya maupun untuk menambah uang sakunya. Kemudahan bisnis secara *online* di mana penjualan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tentunya mendukung usaha mahasiswa untuk memperoleh pendapatan, mengelola pengeluaran dan melakukan investasi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh bukti empiris pengaruh aplikasi perdagangan elektronik terhadap pendapatan, pengeluaran dan kegiatan investasi para mahasiswa.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Perdagangan Elektronik (*e-commerce*)

Usaha *electronic commerce* (*e-commerce*) atau lebih dikenal sebutan *online shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Selain itu, bentuk perniagaan ini juga dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet. (Kuswiratmo, 2016) Perdagangan elektronik (*e-commerce*) mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. (Turban, King, Lee, Liang, & Turban, 2015).

*E-commerce* memberikan penawaran-penawaran yang menarik bagi konsumen yaitu dengan banyaknya promo, metode pembayaran yang memudahkan konsumen, gratis ongkir, diskon, harga barang yang lebih murah dan lain sebagainya. (Anggaraeni, Kasidi, & Widayati, 2022). Bisnis *online* ternyata juga memiliki banyak kelemahan, antara lain (1) bekerja dengan mengandalkan koneksi internet, (2) maraknya kasus penipuan, (3) biaya pengiriman, (4) pengiriman yang lama bahkan barang tidak sampai ke pembeli, (5) persaingan pasar yang semakin ketat, (6) sulit menarik konsumen, (7) barang rusak saat berada di ekspedisi, (8) pesanan tidak sesuai, (9) sulit membangun kepercayaan konsumen dan (10) kurangnya strategi SEO.

### Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Asal pendapatan masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak, buruh, serta berdagang dan juga bekerja pada sektor pemerintah dan swasta. Pada

konsep ekonomi, menurut Adam Smith penghasilan adalah jumlah yang dapat dikonsumsi tanpa harus mengakibatkan penurunan modal, termasuk modal tetap (*fixed capital*) dan modal berputar (*circulating capital*). Hicks menyatakan bahwa penghasilan adalah jumlah yang dikonsumsi oleh seseorang selama jangka waktu tertentu. Sementara itu, Henry C Simon yang memandang dari sudut penghasilan perorangan, mendefinisikan penghasilan sebagai jumlah dari nilai pasar barang dan jasa yang dikonsumsi dan perubahan nilai kekayaan yang ada pada awal dan akhir satu periode.

### **Pengeluaran**

Pengeluaran adalah sejumlah uang yang kita keluarkan untuk membeli barang sesuai kebutuhan maupun keinginan kita. Pengeluaran erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan pribadi maupun keluarga. Pengeluaran adalah hal yang sangat penting, karena hanya dengan mengelola pengeluaran dengan baik, kita akan bisa melakukan penghematan dan melewati bulan demi bulan tanpa banyak permasalahan. Pengeluaran kas adalah kejadian-kejadian yang berkaitan dengan pendistribusian barang atau jasa ke entitas-entitas lain, dan pengumpulan pembayaran (Mujilan, 2012).

Siklus pengeluaran adalah serangkaian aktivitas bisnis dan operasi pemrosesan informasi terkait secara terus menerus, yang berhubungan dengan pembelian serta pembayaran barang dan jasa (Romney & Steinbart, 2015). Perilaku konsumtif ditandai dengan *impulsive buying* atau pembelian barang yang semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan dilakukan di tempat pembelian dan tidak mengetahui manfaat serta kegunaannya dan melakukan pemborosan (Anggaraeni, Kasidi, & Widayati, 2022).

### **Investasi**

Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. (Syahyunan, 2015). Seorang investor membeli sejumlah saham saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan dari kenaikan harga saham ataupun sejumlah deviden di masa mendatang sebagai imbalan atas waktu dan resiko yang terkait dengan investasi tersebut. Investasi merupakan bentuk penundaan konsumsi masa sekarang untuk memperoleh konsumsi di masa yang akan datang, dimana didalamnya terkandung unsur resiko ketidakpastian, sehingga dibutuhkan kompensasi atas penundaan tersebut. (Martalena & Malinda, 2011).

### **Hipotesis Penelitian**

#### **Perdagangan Elektronik dan Pendapatan**

Dengan adanya perdagangan elektronik akan mempermudah dan memperlancar transaksi penjualan sehingga mampu meningkatkan pendapatan. *Marketplace* memberikan banyak keuntungan dan kemudahannya. Semakin banyak promosi dan pengembangan UMKM melalui *marketplace* dapat membantu meningkatkan penjualan produk sehingga meningkatkan pendapatan UMKM (Musvira, Natsir, & Asizah, 2022).

Adopsi *e-commerce* mampu membantu beberapa bisnis UMKM kecil dengan sangat baik dalam meningkatkan pendapatannya di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini. Namun, adapula dampak negatif yang ditimbulkan dari penerapan *e-commerce* salah satunya adanya patokan harga yang diberikan oleh *e-commerce* terhadap UMKM untuk bergabung dalam *e-commerce*. Kemudian, kesulitan bersaing oleh usaha baru untuk memasuki pangsa konsumen di *e-commerce* diakibatkan oleh masuknya usaha kuliner besar di Kota Malang yang telah memiliki ulasan yang

baik di *e-commerce*. (Chusnul Habiba & Prasetyia, 2022).

Variabel *e-commerce* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan. (Helmalia & Afrinawati, 2018). Variabel *e-commerce* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM binaan RKB BNI Kota Padang. (Gustina, Novita, & Triadi, 2022). Penerapan *e-commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Bekasi Utara. (Yusuf, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Lombok Barat yang artinya semakin tinggi penggunaan *e-commerce* pada UMKM maka semakin meningkat pendapatan UMKM di Kabupaten Lombok Barat (Aprilyan, Sasanti, & Nurabiah, 2022).

H<sub>1</sub> : Diduga penggunaan aplikasi perdagangan elektronik berpengaruh terhadap pendapatan mahasiswa.

### **Perdagangan Elektronik dan Pengeluaran**

Perdagangan elektronik juga mempermudah transaksi pembelian sehingga bila tidak dikendalikan dengan baik, dapat juga memperbesar jumlah pengeluaran. Banyaknya bisnis *online* mempengaruhi gaya hidup konsumtif para mahasiswa yang masih memiliki hasrat atau keinginan yang berlebih. Mereka membeli barang secara *online* tidak diporsikan untuk kebutuhan tetapi mereka membeli barang di *online shop* tersebut hanya karena diskon yang tertera pada barang yang tersedia di situs – situs *e-commerce*. (Prasetyo, Komala, & Febriana, 2023).

Mahasiswa yang bekerja cenderung lebih sering menggunakan *e-commerce* dan perilaku konsumtifnya lebih tinggi yaitu 109 anggota atau 93,16%, dibandingkan

mahasiswa yang belum bekerja. (Sinta B., Afifah, & Rafika Ramadhani, 2023). *E-commerce* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. (Putra & Wulandari, 2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* dan teknologi keuangan baik secara parsial maupun secara simultan memiliki pengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa (Oktaviani, Sari, & Miftah, 2023). Terdapat pengaruh positif variabel transaksi *e-commerce* (X1) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (Mulyati, 2023). Penggunaan *e-commerce* berpengaruh secara signifikan dikarenakan belanja melalui *e-commerce* memiliki banyak promo, gratis ongkos kirim, adanya *cashback* dan kemudahan dalam bertransaksi lainnya. (Anggaraeni, Kasidi, & Widayati, 2022).

H<sub>2</sub> : Diduga penggunaan aplikasi perdagangan elektronik berpengaruh terhadap pengeluaran mahasiswa.

### **Perdagangan Elektronik dan Investasi**

Dengan adanya transaksi secara *online* lewat aplikasi untuk kegiatan investasi, kegiatan investasi menjadi lebih sederhana dan dapat dilakukan di mana saja kapan saja, sehingga akan menumbuhkan minat investasi yang semakin besar. Investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. (Syahyunan, 2015)

Seorang investor membeli sejumlah saham saat ini dengan harapan memperoleh keuntungan dari kenaikan harga saham ataupun sejumlah deviden di masa mendatang sebagai imbalan atas waktu dan resiko yang terkait dengan investasi tersebut. Dengan hadirnya sistem investasi *online* ini membawa keuntungan dan kemudahan bagi investor karena memiliki fitur yang dapat digunakan investor dimanapun dan kapanpun untuk melakukan transaksi jual beli saham, *trading online* dan mencari informasi mengenai perusahaan target investasi (Siregar, Hasibuan, Hsb, & Dewi, 2023).

Manfaat investasi, tersedianya fasilitas *online trading*, persepsi kemudahan, modal investasi minimal, *return*, dan persepsi terhadap risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi secara *online* (Wulandari, Sinarwati, & Purnamawati, 2017). Perkembangan investasi *e-commerce* sangat mempengaruhi pertumbuhan dalam minat berinvestasi, yang artinya dengan pesatnya perkembangan investasi *e-commerce* membuat masyarakat berminat terhadap investasi. (Sitorus, 2021). Berdasarkan data dan fakta yang telah diuraikan, sistem informasi *online trading* memberikan dampak yang sangat positif dan signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan pasar modal Indonesia (Tarigan, 2013). Variabel tingkat pengetahuan investasi dan fasilitas online berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. (Anan & Devi, 2023).

H<sub>3</sub> : Diduga Penggunaan aplikasi perdagangan elektronik berpengaruh terhadap investasi mahasiswa.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Objek penelitian yaitu seluruh mahasiswa di kota Surakarta. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di kota Surakarta yang menggunakan aplikasi perdagangan elektronik. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis multivariat (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti yaitu  $4 \times 10 = 40$ . Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang berskala Likert 4.

Adapun variabel terikat dalam penelitian adalah pendapatan, pengeluaran dan investasi. Dalam penelitian ini variabel pendapatan diukur dengan jumlah

rata-rata uang dan barang hasil pemanfaatan aplikasi perdagangan elektronik setiap bulan dalam tahun pengamatan. Jumlah rata-rata pendapatan tersebut dikelompokkan ke dalam 4 kelompok berikut : (a) < 250.000, (b) 250.000 - < 500.000, (c) 500.000 - 750.000, (d) > 750.000. Variabel pengeluaran diukur dengan pengeluaran belanja melalui aplikasi perdagangan elektronik yang digunakan untuk keperluan pribadi. Jumlah pengeluaran tersebut dikelompokkan ke dalam 4 kelompok berikut : (a) < 250.000, (b) 250.000 - < 500.000, (c) 500.000 - 750.000, (d) > 750.000. Variabel investasi diukur dengan jumlah dana yang disisihkan sebagai tabungan dan jumlah dana yang disisihkan untuk menambah modal untuk pengembangan usaha. Jumlah investasi tersebut dikelompokkan ke dalam 4 kelompok berikut : (a) < 250.000, (b) 250.000 - < 500.000, (c) 500.000 - 750.000, (d) > 750.000.

Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah perdagangan elektronik. Perdagangan elektronik yang dimaksudkan disini yaitu semua jenis perdagangan elektronik berupa aplikasi yang mendukung perdagangan elektronik yang dapat diinstall langsung ke *handpone* atau *laptop* seperti shopee, buka lapak, tokopedia, instagram, facebook, lazada, dan sebagainya.

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan beberapa pengujian yaitu pengujian kualitas data, pengujian asumsi klasik dan pengujian regresi multivariat. Pengujian kualitas data meliputi pengujian validitas dan pengujian reabilitas. Sedangkan pengujian asumsi klasik meliputi pengujian normalitas dan pengujian heteroskedastisitas. Uji multivariat digunakan untuk menguji

apakah setiap faktor mempengaruhi grup variabel dependen, karena jumlah variabel dependennya lebih dari satu, maka digunakan persamaan regresi linier multivariat dengan rumus sebagai berikut:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 X + e$$

$$Y_2 = \alpha + \beta_1 X + e$$

$$Y_3 = \alpha + \beta_1 X + e$$

Keterangan:

X = Aplikasi perdagangan elektronik

a = Kostanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi

$Y_1$  = Pendapatan

$Y_2$  = Pengeluaran

$Y_3$  = Investasi

e = *Error term*

Semua pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi sebesar 5%.

## PEMBAHASAN

### Hasil Pengujian Validitas

**Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Variabel Pendapatan**

Y	R hitung	R tabel	Keterangan
Y11	0,690	0,312	Valid
Y12	0,469	0,312	Valid
Y13	0,787	0,312	Valid
Y14	0,585	0,312	Valid
Y15	0,669	0,312	Valid
Y16	0,540	0,312	Valid

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa item pertanyaan nomor 1 hingga nomor 6 dinyatakan valid untuk mengukur variabel pendapatan

**Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Variabel Pengeluaran**

Y	R hitung	R tabel	Keterangan
Y21	0,688	0,312	Valid
Y22	0,893	0,312	Valid
Y23	0,865	0,312	Valid
Y24	0,620	0,312	Valid
Y25	0,631	0,312	Valid

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa item pertanyaan nomor 1 hingga nomor 5 dinyatakan valid untuk mengukur variabel pengeluaran.

**Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas Variabel Investasi**

Y	R hitung	R tabel	Keterangan
Y31	0,799	0,312	Valid
Y32	0,826	0,312	Valid
Y33	0,604	0,312	Valid

Y34	0,464	0,312	Valid
-----	-------	-------	-------

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa item pertanyaan nomor 1 hingga nomor 4 dinyatakan valid untuk mengukur variabel investasi.

**Tabel 4. Hasil Pengujian Validitas Variabel Perdagangan Elektronik**

X	R hitung	R tabel	Keterangan
X11	0,898	0,312	Valid
X12	0,857	0,312	Valid
X13	0,644	0,312	Valid

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa item pertanyaan nomor 1 hingga nomor 3 dinyatakan valid untuk mengukur variabel perdagangan elektronik.

### Hasil Pengujian Reliabilitas

**Tabel 5. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Pendapatan**

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.659	6	Reliabel

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel pendapatan dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6.

**Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Pengeluaran**

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.788	5	Reliabel

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel pengeluaran dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6.

**Tabel 7. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Investasi**

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.631	4	Reliabel

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel investasi dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6.

**Tabel 8. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Perdagangan Elektronik**

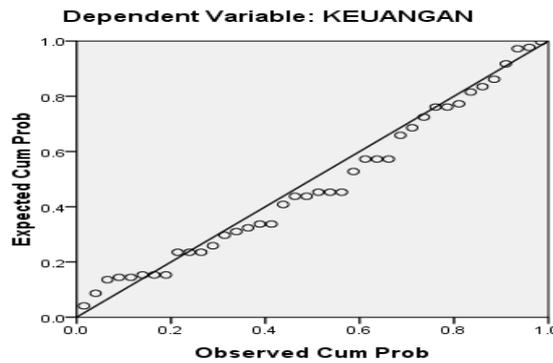
Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.679	3	Reliabel

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel investasi dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6.

**Hasil Pengujian Normalitas**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Gambar 1. Hasil Pengujian Normalitas**

Pada grafik di atas, terlihat bahwa titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal

**Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

**Tabel 10. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

Model	Sig	Keterangan
Regresi Perdagangan Elektronik	0,885	Bebas heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil pengujian heteroskedastisitas memberikan nilai sig yang lebih besar dari tingkat signifikansi yaitu 0,05, sehingga model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

**Hasil Pengujian Hipotesis**

**Tabel 11. Hasil Pengujian Hipotesis Pertama**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.298	1.810		7.898	.000
	TOTAL_X	.377	.167	.344	2.262	.030

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y1

Sumber : Data diolah (2022)

Perolehan nilai *sig* hasil regresi perdagangan elektronik terhadap pendapatan adalah sebesar 0,030. Nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05, sehingga hipotesis pertama diterima. Aplikasi perdagangan elektronik berpengaruh signifikan terhadap jumlah pendapatan mahasiswa. Hasil penelitian konsisten dengan hasil penelitian Helmalia & Afrinawati (2018), Gustina, Novita, & Triadi (2022), Yusuf (2022) dan Aprilyan, Sasanti, & Nurabiah (2022).

**Tabel 12. Hasil Pengujian Hipotesis Kedua**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.405	1.966		5.801	.000
	TOTAL_X	.369	.181	.314	2.041	.048

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y2

Sumber : Data diolah (2022)

Perolehan nilai *sig* hasil regresi perdagangan elektronik terhadap pengeluaran adalah sebesar 0,048. Nilai ini lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05, sehingga hipotesis kedua diterima. Aplikasi perdagangan elektronik berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengeluaran mahasiswa. Hasil penelitian konsisten dengan hasil penelitian Putra & Wulandari (2015), Oktaviani, Sari, & Miftah (2023), Mulyati(2023) dan Anggaraeni, Kasidi, & Widayati (2022).

**Tabel 13. Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.197	1.601		4.494	.000
	TOTAL_X	.128	.147	.140	.869	.390

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y3

Sumber : Data diolah (2022)

Perolehan nilai *sig* hasil regresi perdagangan elektronik terhadap investasi adalah sebesar 0,390. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 0,05,

sehingga hipotesis ketigaditolak. Aplikasi perdagangan elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan investasi mahasiswa. Ditemukan pula hal “menarik”

bahwa variabel persepsi risiko, gender dan kemajuan teknologi tidak mempengaruhi minat investasi secara signifikan. (Tandio & Widanaputra, 2016). Hasil penelitian tidak konsisten dengan hasil penelitian Wulandari, Sinarwati, & Purnamawati (2017), Sitorus (2021), Tarigan (2013) dan Anan & Devi (2023).

## SIMPULAN DAN SARAN

Aplikasi perdagangan elektronik berpengaruh signifikan terhadap jumlah pendapatan mahasiswa. Aplikasi perdagangan elektronik berpengaruh signifikan terhadap jumlah pengeluaran mahasiswa. Aplikasi perdagangan elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap kegiatan investasi mahasiswa.

Penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas obyek penelitian, tidak hanya mahasiswa sekota saja. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperbanyak variabel dependen agar dapat diteliti pengaruh perdagangan elektronik terhadap beberapa aspek yang berkaitan dengan kegiatan bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anan, M. W., & Devi, S. (2023). Pengaruh Modal Minimal, Tingkat Risiko, Return, Tingkat Pengetahuan Investasi, Lingkungan Sosial dan Fasilitas Online terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 48-60.
- Anggaraeni, M., Kasidi, & Widayati, S. (2022). Pengaruh Penggunaan e-commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 43-50.
- Aprilyan, Y., Sasanti, E. E., & Nurabiah. (2022). Pengaruh e-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Risma*, 292-306.
- Chusnul Habiba, A. F., & Prasetyia, F. (2022). Analisis Pengaruh Penerapan e-commerce terhadap Pendapatan UMKM di Masa Pandemi. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 408-420.
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh e-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 152-161.
- Helmalia, & Afrinawati. (2018). Pengaruh e-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 237-246.
- Kuswiratmo, B. A. (2016). *Memulai Usaha itu Gampang ! Langkah-langkah Hukum Mendirikan Badan Usaha Hingga Mengelolanya*. Jakarta: Visimedia.
- Martalena, & Malinda, M. (2011). *Pengantar Pasar Modal*. Yogyakarta: ANDI.
- Mujilan, A. (2012). *Sistem Informasi Akuntansi Teori dan Wawasan di Dunia Elektronik*. Madiun: Widya Mandala (WIMA) Pres.
- Mulyati, S. (2023). Pengaruh Transaksi e-commerce dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 86-95.

- Musvira, Natsir, M., & Asizah, N. (2022). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja dan Marketplace terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah : Pengalaman dari Kota Kendari Sulawesi Tenggara. *Value Added : Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 65-72.
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh e-commerce dan Financial Technology terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Applied Business and Economic*, 281-290.
- Prasetyo, R., Komala, R., & Febriana, W. (2023). Analisis Pengaruh e-commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Bumigora). *Journal of Digital Business*, 1-6.
- Putra, H. P., & Wulandari, A. (2015). Pengaruh Penerapan e-commerce terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pengguna Steam Valve). *Ecodemica*, 446-454.
- Romney, M., & Steinbart, P. J. (2015). *Accounting Information Systems*. New Jersey: Pearson Education.
- Sinta B., V., Afifah, S., & Rafika Ramadhani. (2023). Pengaruh e-commerce dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP Nurul Huda. *Journal of Comprehensive Science*, 669-676.
- Siregar, K. K., Hasibuan, S. N., Hsb, S., & Dewi, S. (2023). Persepsi Investor Millennial dalam Menggunakan Online Trading System. *Maktabatun Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 59-63.
- Sitorus, R. R. (2021). Pengaruh Pembatasan Aktivitas Ekonomi dan Perkembangan Investasi e-commerce terhadap Minat Berinvestasi yang Dimoderasi oleh Tax Incentives di Era Covid 19. *Media Akuntansi Perpajakan*, 20-30.
- Syahyunan. (2015). *Manajemen Keuangan I*. Medan : USU Press.
- Tandio, T., & Widanaputra, A. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, dan Kemajuan Teknologi pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2316-2341.
- Tarigan, R. E. (2013). Peranan Sistem Informasi dengan Online Trading terhadap Pertumbuhan Pasar Modal di Indonesia. *ComTech*, 803-811.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective*. Switzerland : Springer International Publishing.
- Wulandari, P. A., Sinarwati, N. K., & Purnamawati, I. A. (2017). Pengaruh Manfaat, Fasilitas, Persepsi Kemudahan, Modal, Return, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi secara online (Studi pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undhiksa*, 233-243.
- Yusuf, M. (2022). Pengaruh Electronic Commerce (e-commerce) terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Akuntansi STEI*, 19-30.