

Pengaruh Penggunaan Platform Digital Shopee Terhadap Tingkat Pembelian Pakaian Wanita Mahasiswa UMKO

Rima Nuraini¹

rimanuraini448@gmail.com

¹Universitas Muhammadiyah Kotabumi

Abstrak

The development of e-commerce in Indonesia provides convenience for female students to shop. Shopee is part of the many largest digital platforms that influence consumer behavior. The purpose of this study is to analyze the effect of the use of digital platforms on the level of clothing purchases by UMKO female students. This study uses a quantitative method where questionnaires are distributed to 49 female students as respondents, with data distributed using questionnaires from this study having 2 variables where variable X is the influencing variable and variable Y is the influenced variable. The use of data calculations using SPSS version 26 software. With test results ranging from validity tests, reliability tests to simple linear ones were used to conclude research results study. From the results that have been obtained, it can be seen that there is a relationship and is positive, so it is said that the results are linear and also the results of the normality test are said to be normal. With this, it can be concluded that variables X and Y have a relationship and influence that is stated to be related to the use of the platform to the level of clothing purchases. The use of the Shopee digital platform is said to be effective because it increases the level of women's clothing purchases by UMKO female students. As a result, this can be used as a reference for the development of digital platforms and marketing among women, especially female students.

Status Artikel:

Diterima: 10-10-2025

Direvisi: 27-10-2025

Diterima: 18-12-2025

Kata Kunci:

Community participation;

A self Reliant village

PENDAHULUAN

Kemajuan internet di Indonesia memungkinkan banyak orang untuk duduk lama dengan memegang gadget. Dengan akses yang mudah, membuat suatu kelompok masyarakat tidak lagi memerlukan effort yang berlebih untuk sekedar keluar rumah.

Dengan adanya perkembangan digital saat ini, proses membeli dan menjual juga tidak selalu secara langsung bisa dengan menggunakan teknologi digital yang membuat semua proses perdagangan dan pembelian barang atau produk menjadi lebih mudah.

Pada masa-masa kemarin dimana covid-19 sedang marak-maraknya disaat itu juga pengaruh penggunaan platform berbelanja juga semakin meningkat, dimana orang-orang dengan mudah

mengakses lewat handphone. Shopee mengeluarkan kebijakan mengenai berbelanja dirumah dengan kampanye “Pejuang belanja dirumah” (Suswanto: 2020)

Salah satu teknologi digital yang banyak banyak dilakukan dalam proses jual beli adalah e-commerce, yang merupakan kegiatan distribusi, penjual, pembelian, dan pemasaran barang serta jasa. dengan memanfaatkan jaringan teknologi, seperti internet dan jaringan komputer.

Perdagangan elektronik atau yang sering kita dengar dengan e-commerce, merupakan kegiatan jual beli yang melibatkan teknologi internet serta jaringan komputer (Rizal: 2023). Dari kemunculan e-commerce sudah menjadi fenomena yang mengubah pandangan berbisnis. sebuah platform berbelanja online memegang konsep – konsep dasar yang dikatakan penting sebagai sebuah proses kejayaan. konsep penting itu meliputi otomatisasi, integritasi, publikasi, interaksi dan transaksi.

Platform e-commerce yang semakin banyak peminat membuat begitu populer dengan sangat cepat. Banyaknya peminat layanan e-commerce ini membuat ketatnya persaingan sehingga berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik (Felita: 2019)

Pemakaian e-commerce yang melejit saat ini, memiliki keunggulan dalam kemudahan untuk berjelajah ditoko online, mengamati harga hingga proses pembelian barang. Salah satu implementasi e-commerce dalam bentuk sebuah sistem aplikasi yakni aplikasi shopee.

Shopee sendiri merupakan sebuah platform berbelanja dan juga perdagangan yang sangat digandrungi semua kalangan.

Shopee berdiri pada tahun 2015, dan sudah tumbuh menjadi salah satu pemimpin pasar e-commerce. Platform shopee ini banyak menyediakan wadah bagi para owner atau penjual untuk menjual produk dagangan kepada pembeli secara online.

Shopee banyak memiliki keunggulan yang menarik seperti, Big Ramadhan Sale, Shopping Day, hingga Promo For Sale tanggal kembar. Tak hanya disitu fitur – fitur lain yang ditawarkan shopee seperti live chat antar penjual dengan pembeli, serta penawaran gratis ongkir dari live sampai potongan harga pada produk (Ismail: 2024).

Penjualan produk pakaian sangat marak pada aplikasi jual beli seperti shopee ini, apalagi pakaian wanita yang dimana membuat kaum wanita sangat senang berjelajah sampai berbelanja dengan menggunakan media online seperti shopee. Tentunya dengan harga yang dilansir cukup miring atau murah makin membuat aplikasi shopee makin populer.

Penggunaan media berbelanja online ini digandrungi lebih banyak pada wanita apalagi pada kalangan mahasiswi, tujuan penelitian ini berfokus pada banyaknya mahasiswi UMKO yang dimana banyak menggunakan platform belanja online yakni berfokus pada shopee. Dengan ini dapat lihat dari teori yang dipakai yakni Stimulus-Respon yang dimana sebuah platform

belanja online shopee ini dapat mempengaruhi penggunanya yakni mahasiswi yang mengakibatkan pembelian produk.

KAJIAN PUSTAKA

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Suatu populasi merupakan wilayah yang general yang tersusun atas objek serta subjek yang munjukan sifat dan ciri yang ditentukan peneliti agar dipahami setelahnya ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono: 2017).

Pada proses penelitian ini yang dimana akan dilakukan analisis terhadap pengaruh penggunaan platform berbelanja digital seperti shopee terhadap tingkat pembelian pakaian wanita oleh mahasiswi UMKO.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kusioner. Kusioner merupakan teknik pengumpulan sebuah data pada penelitian. Pada sebuah kusioner biasanya berisi beberapa pertanyaan yang sudah mencakup variabel yang ditentukan, dengan tujuan memperoleh suatu informasi dari responden (Amalia: 2023). Jenis penelitian ini dipilih menggunakan skala likert 1-4, yang di pastikan mencakup adanya dua variabel yakni variabel independent dan variabel dependent. Pemilihan penggunaan skala liker 1-4 ini agar responden mudah untuk memahami serta mengurangi kemungkinan adanya kesalahan.

Tabel 1 Skala Likert

Bobot/Skala	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Setuju (S)
4	Sangat Setuju (SS)

Pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai presensi (20%)

Dengan data perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{3.774}{(1 + 3.774 * 0,2^2)}$$
$$n = \frac{3.774}{(1 + 3.774 * 0,02)} = 49,34$$

hasil penghitungan dengan menggunakan rumus *Slovin* yaitu 49,34 yang dimana akan diambil 49 orang mahasiswi untuk di jadikan responden pada penelitian ini.

Pada penelitian ini diambil sampel keseluruhan mahasiswa/i aktif Universitas Muhammadiyah Kotabumi dengan jumlah 3.774 mahasiswa/i aktif dari berbagai program studi.

Dari hasil perhitungan yang didapatkan tersebar kusioner penelitian kepada setiap mahasiswi diberbagai program studi, pada setiap prodi terpilih 4 mahasiswi untuk perwakilan pengisian kusioner.

Dari data yang terkumpul akan dilakukan olah data dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 26.0, yang dimana akan dilakukan proses menganalisis hubungan serta pengaruh diantara variabel dengan melakukan bebrapa pengujian.

Uji validitasi ini dilakukan untuk memastikan sebuah instrumen penelitian dapat diukur sesuai dengan penelitian. Uji reliabilitas juga digunakan untuk memastikan sebuah kusioner yang telah di sebarakan benar layak atau tidak.

TEMUAN DAN DISKUSI

Penelitian ini memiliki 49 kusioner yang tersebar pada mahasiswi Universitas Muhamammadiyah Kotabumi yang klasifikasikan menjadi jenis kelamin dan juga program studi.

Penelitian ini berfokus dengan menggunakan sebanyak 49 respon dengan berfokus pada mahasiswi

Tabel 2 Data Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah
Ilmu Komunikasi	5
Hukum	4
PGSD	4
PBI	4
PBSI	4

Pendidikan Matematika	4
Pendidikan Jasmani dan Olahraga	4
Sistem dan Teknologi Informasi	4
Informatika Medis	4
Agribisnis	4
Agroteknologi	4
Nutrisi dan Teknologi Pakan Ternak	4
Jumlah	49

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 6 Januari 2025

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa data identitas responden dengan berdasarkan program studi, prodi ilmu komunikasi menempati posisi terbanyak dengan jumlah 5 orang diikuti oleh program studi lainnya dengan 4 orang mahasiswi.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Variabel Independent

Pernyataan	R Hitung	R Tabel
X1	0,616	0,281
X2	0,640	0,281
X3	0,514	0,281
X4	0,394	0,281
X5	0,440	0,281
X6	0,354	0,281
X7	0,658	0,281
X8	0,651	0,281
X9	0,345	0,281

X10	0,334	0,281
X11	0,484	0,281
X12	0,392	0,281
X13	0,558	0,281
X14	0,395	0,281
X15	0,549	0,281

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 6 Januari 2025

Hasil penghitungan uji validitas pada seluruh pernyataan variabel X pernyataan daripada nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ bersifat positif maka dapat dikatakan valid.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Variabel Dependent

Pernyataan	R Hitung g	R Tabel
Y1	0,564	0,281
Y2	0,683	0,281
Y3	0,605	0,281
Y4	0,546	0,281
Y5	0,654	0,281
Y6	0,452	0,281
Y7	0,616	0,281
Y8	0,510	0,281
Y9	0,403	0,281

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 6 Januari 2025

Hasil penghitungan uji validitas pada variabel Y dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ bersifat positif maka dapat dikatakan valid.

Pada hasil uji validitas bisa disimpulkan bahwasannya valid jika sebuah tes itu dapat mengukur apa yang akan diukur (Arikunto: 1997).

Dapat dilihat dari tabel 3 dan 4 dimana menunjukkan hasil penghitungan uji validitas dengan menggunakan perangkat lunak spss version 26.0 dinyatakan valid sebab pada $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		49
Normal Parameters	Mean	,0000000
	Std.Deviation	3,51244801
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,063
	Negative	-,092
Kolmogrov-Smirnov Z		,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 6 Januari 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas disimpulkan nilai $0,200 > 0,05$, jadi disimpulkan bahwa nilai residual distribusi bersifat normal.

Tabel 6 Hasil Uji Koefiensi Distriminasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,540 ^a	,292	,277	3,550

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 6 Januari 2025

Berdasarkan dari output yang diperoleh koefiensi distriminasi (R Square) sebesar 0,292 jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa besaran pengaruh variabel X dan variabel Y sebesar 0,292.

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Regrensi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Betta		
(Constant)	7,872	4,184		1,881	.066
X	.380	,086	,540	4,399	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 6 Januari 2025

Berdasarkan dari tabel 9, dapat dilihat bahwa diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,066 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel dinyatakan linear

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penguraian dan penghitungan data yang dilakukan mengenai pengaruh penggunaan platform digital shopee terhadap tingkat pembelian pakaian wanita oleh mahasiswa UMKO Serta dari hasil uji normalitas kolmogorov smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi bernilai 0,200 yang dimana lebih besar dari 0,05 ini menunjukkan hasil yang normal, dapat disimpulkan bahwa, tingkat pengaruh penggunaan platform digital shopee dikatakan signifikan terhadap tingkat pembelian pakaian wanita. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwasannya variabel penggunaan platform digital shopee atau variabel X memiliki hubungan antar variabel maka dapat dikatakan bersifat linear.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (1997). Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara

Felita, P., & Oktiviera, E. (2024). Pengaruh Sales Promotion Shopee Indonesia terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi kasus: Impulsive Buying pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis 4(2), 159-185

Ismail, Asih, Widiarti, Dani Muhadiansyah, Evan koesumah. (2024). Perjalanan Shopee dari Starup menjadi Unicorn. Tempo publishing

Prof. Dr. Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.

Rizal. U. (2023). Konsep Dasar E-commerce. Ruang Karya

Saputra, A. (2020). CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web. Yayasan ahmar cendikia indonesia

Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Membangun Positioning ditengah Pandemi Covid-19 diindonesia. Jurnal Ilmu Komunikasi, 3(2). 16-