

Analisis Perbedaan Jumlah Belanja Online Antara Laki-laki dan Perempuan pada Mahasiswa Jurusan BK

Ana Istiani¹, Ratna Febita Rahayu², Umi Nurcahyani³

^{1, 2, 3}Pendidikan Matematika, FKIP, Universitas Muhammadiyah Pringsewu, Lampung, Indonesia

Email: ¹anaistiani@umpri.ac.id, ²ratna.2022406402011@student.umpri.ac.id,

³umi.2022406402017@student.umpri.ac.id

Abstract

The online shopping consumption pattern is considered very easy and fast so it is widely used by the public, especially among students. Not only women, it turns out men also do a lot of online shopping activities. This research was conducted to determine the difference in the amount of online shopping between men and women among students. The subjects of this research are students of the class of 2022 in the BK department at Muhammadiyah University Pringsewu Lampung. To find out these differences, the one way Anova test is used which uses the normality test and homogeneity test as a condition for being able to carry out the one way Anova test. To assist data analysis, the Minitab software application was used to speed up the data analysis process and produce accurate data. It can be said that there is a difference in the amount of online shopping between male and female students.

Keywords: Online Shopping, One Way Anova

Abstrak

Pola konsumsi belanja online dirasa sangat mudah dan cepat sehingga banyak digunakan oleh masyarakat terutama di kalangan mahasiswa. Tidak hanya perempuan, ternyata laki-laki juga banyak melakukan kegiatan belanja online. Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui perbedaan jumlah belanja online antara laki-laki dan perempuan di kalangan mahasiswa. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2022 pada jurusan BK di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Untuk mengetahui perbedaan tersebut digunakan uji Anova satu jalan yang menggunakan uji normalitas dan uji homogenitas sebagai syarat bisa dilakukannya uji Anova satu jalan. Untuk membantu analisis data, digunakan aplikasi *software* Minitab agar mempercepat proses analisis data dan dapat menghasilkan data yang akurat. Dapat dikatakan terdapat perbedaan jumlah belanja online antara mahasiswa laki-laki dan perempuan.

Kata Kunci: Belanja Online, Anova Satu Jalan

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologis merupakan fenomena yang tidak terelakkan dalam eksistensi manusia, sebab evolusi teknologi bergerak linear dengan progresivitas sains. Setiap terobosan teknologis dikonstruksi untuk menghasilkan dampak konstruktif bagi kehidupan umat manusia. Advansi teknologi juga memfasilitasi berbagai simplifikasi dan metodologi alternatif dalam pelaksanaan aktivitas manusia (Ngafifi, 2014). Pada zaman digitalisasi saat ini, aktivitas manusia semakin mudah dengan kemajuan teknologi digital. Salah satunya *platform* belanja online tanpa datang secara langsung kepada penjualnya. Atau yang dikenal juga sebagai *e-commerce* yang saat ini sudah sangat pesat berkembang di Indonesia (Rania et al., 2024). Kemajuan dan perkembangan teknologi yang pesat pada saat ini semakin membantu mempermudah segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia sehingga lebih efektif dan efisien.

Perkembangan teknologi pasar digital akan membuat perubahan yang signifikan di masyarakat terutama di kalangan mahasiswa. Mayoritas mahasiswa lebih memilih belanja online karena dinilai bisa menghemat waktu dan tenaga. Mereka sudah mengetahui tempat dan harga yang ditawarkan daripada datang secara langsung (Karim et al., 2020). Perilaku konsumen mengintegrasikan rangkaian aktivitas yang mencakup proses seleksi, akuisisi, utilisasi, dan disposisi produk, jasa, serta ide atau pengalaman oleh individu, komunitas, dan institusi dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan aspirasi mereka (Zusrony, 2023:89). Berdasarkan elaborasi tersebut dapat diinterpretasikan bahwa akselerasi kemajuan teknologi menghadirkan kemudahan dan kenyamanan bagi masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan akademis maupun rutinitas sehari-hari melalui pemanfaatan *platform e-commerce* yang dapat diakses oleh seluruh gender.

Gender merupakan faktor determinan yang berkontribusi terhadap diferensiasi berbagai aspek

perilaku, termasuk pola konsumsi. Studi komparatif terkait disparitas perilaku pembelian digital antara pria dan wanita telah ekstensif dilakukan dengan temuan yang variatif. Sejumlah riset mengindikasikan bahwa wanita menunjukkan frekuensi lebih tinggi dalam transaksi digital (Isdiyanti Agus S, 2021). Namun, investigasi yang dieksekusi oleh (Putrie, 2016) mengungkapkan bahwa pria memiliki intensitas preferensi berbelanja daring yang superior, terutama dalam akuisisi produk fashion dibandingkan wanita. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat diferensiasi yang substansial dalam kecenderungan berbelanja daring antara kedua gender.

Penelitian ini akan dilakukan pada mahasiswa S1 Bimbingan Konseling (BK) di Universitas Muhammadiyah Pringsewu untuk mengetahui perbedaan jumlah belanja online antara laki-laki dan perempuan di kalangan mahasiswa dan pola yang memengaruhi mereka melakukan pembelian secara online pada marketplace yang tersedia saat ini. Mahasiswa di jurusan BK diharapkan mampu memahami perbedaan individu, termasuk preferensi belanja yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini.

Merujuk pada studi yang telah diimplementasikan oleh (Nurlinda & Yuliyani, 2021) berjudul "Analisis Perbedaan Perilaku Impulse Buying Berdasarkan Gender Pada Marketplace Tokopedia". Distingsi antara investigasi tersebut dengan riset aktual terletak pada fokus penelitian, dimana studi Nurlinda mengeksplorasi fenomena Impulse Buying, sementara penelitian ini berkonsentrasi pada analisis diferensiasi kuantitas transaksi daring berdasarkan gender. Subjek penelitian yang dilakukan oleh Nurlinda 70 pria dan 70 wanita yang pernah melakukan impulse buying di Tokopedia, sedangkan penelitian sekarang subjek penelitiannya yaitu pada mahasiswa jurusan Bk di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang berjumlah 32 orang. Perbedaan lainnya dalam penelitian ini dengan penelitian sekarang yaitu pada marketplace, penelitian ini pada marketplace Tokopedia sedangkan marketplace penelitian sekarang yaitu seluruh marketplace yang digunakan mahasiswa untuk membeli sesuatu secara online.

Mengacu pada riset terdahulu yang dieksekusi oleh (Sukendri, 2017) dengan judul "Perbedaan Perilaku Belanja Antara Mahasiswa Dan Mahasiswi Di Stah Negeri Gde Pudja Mataram". Studi yang dilaksanakan oleh Nengah Sukendri memiliki keselarasan dengan investigasi aktual dalam hal analisis disparitas konsumsi berdasarkan gender, sedangkan diferensiasinya terletak pada fokus penelitian ini yang mengeksaminasi

akumulasi transaksi digital yang dieksekusi oleh mahasiswa berbasis gender. Riset tersebut menganalisis pola konsumsi dengan subjek penelitian Mahasiswa dan Mahasiswi STAHN Gde Pudja Mataram Tahun 2017, sementara studi ini mengambil sampel dari mahasiswa program studi BK di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

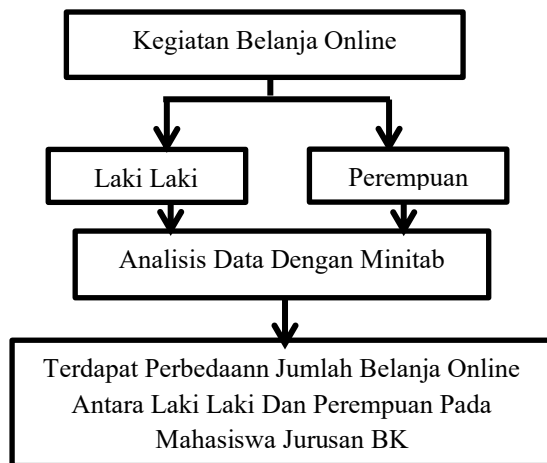
B. PELAKSAAAN DAN METODE

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada semester ganjil pada mahasiswa jurusan BK angkatan 2022 di Universitas Muhammadiyah Pringsewu, Lampung. Investigasi yang dieksekusi dalam studi ini bertujuan mengidentifikasi disparitas kuantitas transaksi daring antara mahasiswa berdasarkan gender pada departemen BK di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Metodologi analisis yang diimplementasikan untuk mengeksplorasi diferensiasi volume transaksi digital ini mengaplikasikan teknik analisis varians one way (uji anova unidireksional). Adapun dalam prosesnya, studi ini menitikberatkan pada utilisasi yang bertujuan mendeteksi eksistensi diferensiasi rerata antara tiga kelompok independen.

Uji Anova termasuk ke Dalam statistika parametrik yang artinya asumsi normalitas data harus terpenuhi, apabila tidak terpenuhi maka bisa menggunakan alternatif uji statistik non parametric yaitu uji kruskal walls. Disamping pengujian normalitas, analisis varians unidireksional ini juga mengintegrasikan evaluasi prasyarat lainnya yakni uji homogenitas. Pengujian homogenitas yang diimplementasikan dalam analisis varians satu arah ini akan mengacu pada parameter evaluasi homogenitas yang terintegrasi dalam software Minitab.

Minitab dipilih untuk membantu olah data dalam penelitian ini. Minitab merupakan aplikasi *software* statistik untuk analisis data dan manajemen kualitas. Minitab dipilih untuk membantu dalam analisis data pada penelitian ini karena minitab tergolong dalam salah satu *software* yang penggunaannya cukup mudah dan dapat menghasilkan data yang akurat. Sehingga, akan mempermudah dan membantu mempercepat kami untuk melakukan proses analisis data.

Struktur metodologis yang diaplikasikan dalam investigasi ini dapat terobservasi pada gambar 1 dibawah ini. Framework penelitian tersebut dikonstruksi berdasarkan sekuensi tahapan yang dieksekusi peneliti dalam menganalisis disparitas volume transaksi digital antara kedua gender pada departemen BK.



Gambar 1. Flowchart Penelitian

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data yang sudah diperoleh perbandingan total belanja online yang digunakan pada penelitian ini bersumber dari mahasiswa jurusan BK di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Dalam data tersebut terdapat dua gender yaitu laki laki dan perempuan dimana dua subjek tersebut terdapat rentang usia, data yang digunakan ditunjuka pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Perbandingan Total Belanja Online

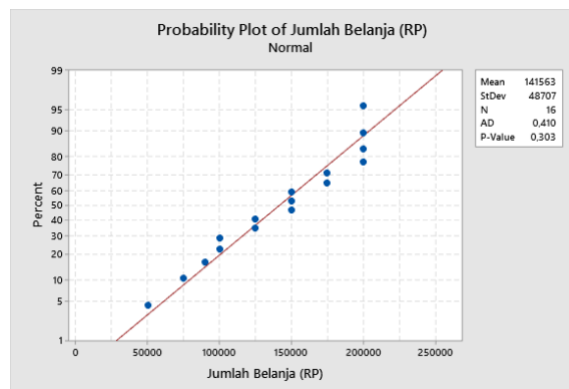
No.	Nama Mahasiswa	Jenis Kelamin	Usia	Jumlah Belanja (RP)
1	Bagas Prasetyo Sidiq	L	20	100.000
2	Clara Dea Avista	P	20	150.000
3	Erna Cantika	P	21	200.000
4	Nabilla Aisya Putri	P	20	175.000
5	Agus Tama Fatoni	L	21	50.000
6	Dimas Saputra	L	20	125.000
7	Bulan Kurnia Putri	P	21	200.000
8	Nila Alinia Ningrum	P	21	200.000
9	Alfian Syahlana	L	20	200.000
10	Tri Lestari	P	20	250.000
11	Reni Isnaeni	P	20	175.000
12	Adi Agam Saptahadi	L	21	90.000
13	Nurkholis Fadil	L	21	75.000
14	Dian Marisya	P	20	125.000
15	Tedi Agus Saputra	L	21	100.000
16	Imam Ashrofi	L	20	150.000

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel 1, terdapat komparasi volume transaksi daring antara kaum maskulin dan feminin. Analisis menunjukkan bahwa kelompok usia 20 tahun memiliki rerata transaksi sebesar Rp 259.286, sementara pada kelompok usia 21 tahun tercatat rerata Rp 150.000. Fenomena ini mengindikasikan

urgensi dilakukannya investigasi lebih lanjut untuk mengeksplorasi signifikansi diferensiasi volume transaksi daring antara kedua gender tersebut.

Untuk itu, dilakukan pengolahan data menggunakan metodologi Anova One Way melalui perangkat lunak Minitab 19.1. Sebagai prasyarat implementasi anova, diperlukan verifikasi normalitas data untuk memvalidasi distribusi normalitas dari dataset yang dianalisis. Hasil dari pengujian tersebut serta pembahasannya yaitu sebagai berikut :

1. Uji Normalitas Data



Gambar 2. Uji Normlitas Data

Hasil evaluasi normalitas mengindikasikan nilai P. Value sebesar 0,303, dimana angka tersebut melampaui threshold 0,05. Berdasarkan interpretasi statistik ini, dapat diambil konklusi bahwa dataset yang diimplementasikan memenuhi asumsi distribusi normal. Konsekuensinya, prosedur analisis dapat diprogresi ke tahapan berikutnya yakni pengujian homogenitas varians.

2. Uji Homogenitas

Analysis of Variance

Source	DF	Adj SS	Adj MS	F-Value	P-Value
Factor	1	1,60273E+11	1,60273E+11	135,12	0,000
Error	30	35585937504	1186197917		
Total	31	1,95859E+11			

Gambar 3. Hasil Uji Homogenitas

Pascapengujian normalitas, analisis dilanjutkan dengan verifikasi homogenitas varians. Berdasarkan kalkulasi statistik, diperoleh nilai P. Value 0,000 yang secara matematis berada di bawah batas kritis 0,05, mengindikasikan karakteristik homogenitas pada dataset yang diteliti. Mengingat kedua prasyarat analisis - normalitas dan homogenitas - telah terpenuhi secara komprehensif, tahapan investigasi dapat diprogresi menuju pengujian anova.

3. Uji Anova One Way

Analysis of Variance

Source	DF	Adj SS	Adj MS	F-Value	P-Value
Factor	1	1,60273E+11	1,60273E+11	135,12	0,000
Error	30	35585937504	1186197917		
Total	31	1,95859E+11			

Gambar 4. Hasil Uji Anova One Way

Berdasarkan terpenuhinya prasyarat uji normalitas dan homogenitas, implementasi analisis anova one way dapat dieksekusi. Hasil komputasi statistik menghasilkan nilai P. Value 0,000 yang mengindikasikan angka di bawah level signifikansi 0,05. Interpretasi dari output statistik ini mengarah pada konklusi bahwa terdapat diferensiasi yang substansial dalam volume transaksi daring antara mahasiswa gender maskulin dan feminin pada program studi BK di Universitas Muhammadiyah Pringsewu.

D. PENUTUP

Simpulan

Investigasi yang dieksekusi menggunakan metodologi Anova One Way menghasilkan evidensi empiris mengenai eksistensi diferensiasi yang substansial dalam pola transaksi daring antara populasi mahasiswa gender maskulin dan feminin pada departemen BK di Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung. Analisis statistik mengindikasikan nilai P.Value pada uji normalitas sebesar 0,303, yang secara matematis melampaui threshold 0,05, mengonfirmasi karakteristik distribusi normal pada dataset yang diimplementasikan. Selanjutnya, evaluasi homogenitas menghasilkan output P.Value 0,000, yang berada di bawah level signifikansi 0,05, memvalidasi homogenitas varians pada data yang dianalisis. Berdasarkan verifikasi prasyarat tersebut, prosedur analisis Anova One Way dieksekusi dan menghasilkan P.Value 0,000. Nilai ini, yang secara statistik inferior terhadap level signifikansi 0,05, memberikan justifikasi ilmiah terhadap konklusi adanya disparitas yang signifikan dalam fenomena yang diteliti.

Saran

Untuk investigasi selanjutnya yang mengeksplorasi domain serupa, direkomendasikan untuk melakukan elaborasi yang lebih komprehensif terhadap objektivitas penelitian serta mempertajam fokus variabel yang diobservasi. Peneliti berikutnya juga dianjurkan untuk meningkatkan presisi dan akurasi, baik dalam aspek komprehensivitas substansi maupun dokumentasi tekstual.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Iswiyanti Agus S. (2021). Analisis Tingkat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Inovasi penelitian*, 2(2), 391–396.
- Karim, R., Wolok, T., & Lesmana Radji, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online di kalangan mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 5–24.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1), 33–47. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i3.272>
- Nurlinda, R. ., & Yuliyani, A. (2021). Analisis Perbedaan Perilaku Impulse Buying Berdasarkan Gender Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 12(02), 1–14. <https://doi.org/10.47007/jeko.v12i02.4170>
- Putrie, N. K. (2016). *Perbedaan Motivasi Membeli Produk Fashion Secara Online Pada Laki-Laki Dan Perempuan Di Universitas Kristen Satya Wacana Oleh Nadia Kusuma Putrie 80 2012 067 Tugas Akhir*.
- Rania, B. A., Bulqiah, H., Azkia, F. G., Hidayat, W., Peristiwo, H., & Fitri, F. (2024). Analisis Perbedaan Perilaku Konsumsi Belanja Online Berdasarkan Gender pada Mahasiswa FEBI UIN Banten. 2(3), 315–322.
- Sukendri, N. (2017). *PERBEDAAN PERILAKU BELANJA ANTARA MAHASISWA DAN MAHASISWI DI STAH NEGERI GDE PUDJA MATARAM*. 5(1), 73 84.
- Zusrony, E. (2023). Perilaku konsumen Di Era Modern. In *Jakarta: Indeks*. Yayasan Prima Agus Teknik.