



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Kampus B : Jl. Tanah Merdeka No.20, RT.11/RW.2, Rambutan, Kecamatan Ciracas, Kota Jakarta Timur,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13830 Telp. (021) 8400341, 8403683, Fax. (021) 8411531
Website : www.fkip.uhamka.ac.id Home page : www.uhamka.ac.id

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
Nomor: 1889/FKIP/KEP/2024

Tentang

PENGANGKATAN PANITIA SIDANG SKRIPSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2024/2025

Bismillahirrahmanirrahim,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA:

- Menimbang : a. Bahwa mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA telah menyelesaikan ujian semua mata kuliah dan penyusunan skripsi yang berbobot 6 (enam) SKS, dipandang perlu dilaksanakan sidang skripsi.
- b. Bahwa untuk kelancaran sidang skripsi sebagaimana dimaksud konsideran a, maka dipandang perlu mengangkat panitia sidang skripsi dengan Surat Keputusan Dekan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tanggal 8 Juli 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014, tanggal 30 Januari 2014, tentang Penyelenggaraan Perguruan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 Tanggal 24 Januari 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
5. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2023 Tanggal 16 Agustus 2023 Tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
6. Pedoman Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 02/PED/I.01.13/2012 tanggal 24 Jumadil Awal 1433 H/16 April 2012 M, tentang Perguruan Tinggi Muhammadiyah;
7. Keputusan Rektor UHAMKA Nomor 718/ A.01.01/ 2023 tanggal 17 Muharram 1445 H/4 Agustus 2023 M tentang pengangkatan Dekan FKIP Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA masa jabatan 2023-2027;
8. Statuta Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Tahun 2013;
9. Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Nomor 016/G.18.03/1997 tanggal 26 Rabiul Awal 1418 H/31 Juli 1997 M, tentang Pemberlakuan Ketentuan dan Peraturan – Peraturan IKIP Muhammadiyah Jakarta pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA;

Memperhatikan : Kurikulum Operasional Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan :
Pertama : Mengangkat Panitia Sidang Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Tahun Akademik 2024/2025 sebagaimana yang terlampir dalam lampiran keputusan ini.
- Kedua : Apabila salah seorang diantara panitia penguji tidak dapat melaksanakan tugas karena sakit atau karena hal lainnya, maka ditunjuk penguji pengganti oleh Ketua Sidang Skripsi.
- Ketiga : Menetapkan peserta ujian sidang skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi sebagaimana tercantum pada lampiran, dengan judul skripsi terlampir pada keputusan ini.
- Keempat : Ujian sidang skripsi dilaksanakan pada semester gasal Tahun Akademik 2024/2025 sebagaimana tercantum dalam lampiran surat keputusan ini.
- Kelima : Pelaksanaan sidang diuji oleh dua orang penguji sebagai anggota tim penguji skripsi masing-masing mahasiswa yang mengikuti sidang skripsi.
- Keenam : Semua biaya yang berkaitan dengan sidang skripsi ini dibebankan kepada anggaran program studi yang diatur khusus untuk kepentingan tersebut.
- Ketujuh : Pengumuman lulus atau tidak lulus disampaikan oleh ketua panitia sidang skripsi kepada peserta ujian sidang skripsi berdasarkan hasil rapat panitia sidang skripsi pada hari pelaksanaan ujian, setelah peserta selesai mengikuti sidang skripsi.
- Kedelapan : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan berakhirnya pelaksanaan sidang skripsi.
- Kesembilan : Surat keputusan ini disampaikan kepada pihak-pihak yang terkait untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.
- Kesepuluh : Apabila dalam keputusan ini terdapat kekeliruan, maka akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada tanggal : 6 Shafar 1446 H
9 September 2024 M

Dekan,



Purnama Syae Purrohman, M.Pd., Ph.D.

Salinan Keputusan ini disampaikan kepada:

1. Wakil Dekan I, II, III & IV
2. Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi
3. KTU u.p. Kasubag Keuangan
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UHAMKA

Daftar Menguji Skripsi

Dosen : ONNY FITRIANA SITORUS

Angkatan : 2020 s/d 2020

Status Sidang : Sudah Sidang

No	N I M	N A M A	Prodi	Sebagai	Tg Sidang	Tg Yudis
1	2001085024	ERIKA ANANDA ARUM	Pend. Ekonomi	Penguji 1	27/07/2024	26/08/2024
2	2001085036	KRISNA AYUNINGTYAS	Pend. Ekonomi	Penguji 1	06/08/2024	26/08/2024
3	2001085050	FIKA NURUL AZIZAH	Pend. Ekonomi	Penguji 2	07/08/2024	26/08/2024
4	2001085056	SABRINA RAHMA FEBRIANTI	Pend. Ekonomi	Penguji 1	06/08/2024	26/08/2024
5	2001085059	WANDA FADHILLAH	Pend. Ekonomi	Penguji 2	07/08/2024	26/08/2024
6	2001085060	ISTIKA RATNA	Pend. Ekonomi	Penguji 1	27/07/2024	26/08/2024
7	2001085064	PUTRI NUR FADILLAH	Pend. Ekonomi	Penguji 2	07/08/2024	26/08/2024
8	2001085068	SALSABILA SAKINAH	Pend. Ekonomi	Penguji 1	06/08/2024	26/08/2024

**PENGARUH MODEL PEMBELAJARAN *PROJECT BASED LEARNING*
TERHADAP HASIL BELAJAR ETIKA PROFESI**

LAPORAN PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Tahun Akademik 2023/2024



Disusun Oleh:

Erika Ananda Arum 2001085024

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Artikel : Pengaruh Model Pembelajaran *Project Based Learning* Terhadap Hasil Belajar Etika Profesi

Nama : Erika Ananda Arum
NIM : 2001085024

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Reviewer, dan direvisi sesuai saran reviewer

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas : Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Hari : Sabtu

Tanggal : 27 Juli 2024

Tim Reviewer

	Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua			
Merangkap Reviewer 1	: Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd.		14/8/2024
Sekretaris			
Merangkap Reviewer 2	: Dr. Trisni Handayani, M.Pd.		14/8/2024
Pembimbing	: Dr. D. Made Darmawati, S.Pd., MM.		14/8/2024

Disahkan oleh
Dekan,



Purnama Syah Purnamasari, M.Pd., Ph.D
NIDN. 030701740

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erika Ananda Arum

NIM : 2001085024

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa artikel yang saya buat dengan judul "*Pengaruh Model Pembelajaran Project Based Learning Terhadap Hasil Belajar*" merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya bukan plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang berlaku. Apabila ternyata dikemudian hari artikel ini, baik sebagian maupun keseluruhan merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Jakarta, 5 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Erika Ananda Arum

NIM. 2001085024



J-PIPS : (JURNAL PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL)

P-ISSN:2355 – 8245 E-ISSN:2614 – 5480 <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/jpips>

Malang, 28 Juni 2024

Letter of Article Acceptance for the Manuscript ID# 27347

No.: 28/18054/JPIPS/06/2024

Dear Erika Ananda Arum
Desak Made Darmawati

Congratulation! After a thorough double-blind peer-review, I am pleased to inform you that your manuscript (J-PIPS ID# 27347) entitled "**Pengaruh Model Pembelajaran Project Based Learning Terhadap Hasil Belajar Etika Profesi**" has been accepted. It is scheduled for publication in the Volume 10 Issue 2, January-June 2024. We thank you for trusting J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial) as your academic publication outlet. We welcome your contribution in future.

Best regards,
Editor of J-PIPS

Ulfi Andrian Sari, M.Pd.

P-ISSN: 2355 - 8245 E-ISSN: 2614 - 5480	J-PIPS (JURNAL PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL) Tersedia secara online: http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/jpips	Vol.10, No. 2, Juni 2024 Halaman:178-191
--	--	--

Pengaruh Model Pembelajaran *Project Based Learning* Terhadap Hasil Belajar Etika Profesi

Erika Ananda Arum^{1*}, Desak Made Darmawati²

¹Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka, Jl.Tanah Merdeka, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

¹anandaerika77@gmail.com, ²d.m.dharmawati@uhamka.ac.id

Diterima: 15-06-2024.; Direvisi: 26-06-2024; Disetujui: Tgl-Bln-2024

Permalink/DOI: <http://dx.doi.org/10.18860/jpips.v10i2.27347>

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan hasil belajar siswa dalam mata pelajaran etika profesi dengan menggunakan model pembelajaran *project based learning*. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di sekolah SMK Pusaka 1 Jakarta. Metode penelitian ini menggunakan *Quasi Experimental Design* dengan desainnya *Non Equivalent Pretest and Posttest Only Control Group Design*. Jumlah populasi secara keseluruhan sebesar 31 siswa dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* salah satu tekniknya yaitu sampel jenuh. Sampel penelitian siswa X AKL1 yang berjumlah 16 siswa sebagai kelas eksperimen yang menggunakan model pembelajaran *project based learning* dan X AKL2 dengan jumlah 15 siswa sebagai kelas kontrol yang menggunakan metode konvensional. Pengumpulan data menggunakan observasi dan soal pilihan ganda (PG). Didapatkan hasil penelitian nilai mean kelas eksperimen 82,25 dan kelas kontrol 68,80. Uji hipotesis yang dilakukan didapatkan nilai Sig. (2-tailed) $0,012 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Diperoleh kesimpulan dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh dalam penggunaan model pembelajaran *project based learning* terhadap hasil belajar etika profesi X Akuntansi SMK Pusaka 1 Jakarta.

Kata Kunci: *project based learning; hasil belajar; etika profesi*

The Influence of The Project-Based Learning Model On The Learning Outcomes of Professional Ethics

Abstract: The purpose of this study is to improve student learning outcomes in professional ethics subjects by using a project-based learning model. The implementation of this research was carried out at SMK Pusaka 1 Jakarta. This research method uses *Quasi-Experimental Design* with the design *Non-non-equivalent pretest and posttest-only Control Group Design*. The overall population is 31 students with sample selection using the *Non-Probability Sampling* technique, one of the techniques is saturated sampling. The research sample of X AKL1 students totaling 16 students as an experimental class using the project-based learning model and X AKL2 with a total of

15 students as a control class using conventional methods. Data collection uses observation and multiple-choice questions (PG). The hypothesis test carried out obtained a value of Sig. (2-tailed) $0.012 < 0.05$, then H_0 was rejected and H_1 was accepted. The conclusion obtained in this study is that there is an influence in the use of the project- based learning model on the learning outcomes of professional ethics X Accounting at SMK Pusaka 1 Jakarta.

Keywords: *project based learning; learning outcomes; professional ethics*

PENDAHULUAN

Belajar adalah suatu perubahan pada diri individu melalui proses usaha yang dilakukan untuk mencapai hal yang baru berupa stimulasi dan reaksi atau keduanya, sebab belajar adalah suatu proses yang dialami manusia dalam memperoleh berbagai macam kompetensi, keterampilan, dan sikap. Maka, belajar bukanlah suatu hal tentang pengumpulan materi saja dan menghafalnya (Herawati, 2018). Belajar juga terjadi melalui pengalaman serta perubahan yang ada pada tiap individu baik dari sifatnya atau juga jenisnya. Terdapat pula tiga unsur dalam belajar yang mencakup proses, perubahan, dan pengalaman (Ubabuddin, 2019). Adapun pembelajaran yang hakikatnya sama dengan belajar karena keduanya adalah suatu subyek dan obyek yang ada pada kegiatan pendidikan. Pembelajaran juga suatu usaha antara guru dan peserta didik sudah terencana merupakan dengan tujuan dapat membuat seseorang belajar dengan baik (Pane & Dasopang, 2017).

Adapun pembelajaran IPS merupakan suatu ilmu atau proses yang diberikan pada siswa untuk memperoleh pengalaman melalui kegiatan yang direncanakan agar siswa mendapatkan keterampilan dari proses belajarnya. Melalui pembelajaran IPS siswa dapat mempelajari aspek sosial yang didasari pada bahan kajian salah satunya yaitu ekonomi dengan menunjukkan permasalahan yang ada di masyarakat (Riadi et al., 2023). Ekonomi juga membutuhkan peran akuntansi yang berperan penting dalam perekonomian karena akuntansi akan menunjukkan pada masyarakat mengenai laporan keuangan baik secara makro ataupun mikro, sehingga akuntan sebagai salah satu profesi yang penting bagi perekonomian perlu memiliki etika profesi yang baik untuk memenuhi standar kode etik profesi (Bahri et al., 2022). Kode etik profesi ini juga termasuk norma yang menyatakan benar atau tidaknya suatu perbuatan seseorang, sehingga jika diibaratkan kode etik sebagai kompas yang menentukan arah moral serta memperhatikan mutu moral profesi dalam pandangan masyarakat (Surajiyo, 2022).

Etika profesi merupakan pelajaran tentang penerapan suatu etika yang dilakukan oleh seseorang dalam mengimplementasikan suatu perilaku yang baik dan menjauhi hal yang sifatnya memiliki risiko buruk bagi seseorang. Mata pelajaran etika profesi dibutuhkan dalam bidang akuntansi karena untuk menjadi seorang akuntan yang profesional dan memiliki peran penting dalam mengatur informasi finansial baik organisasi maupun individu, diharapkan para profesionalitas akuntansi dapat memiliki etika yang baik guna menjaga integritas serta keandalan informasi finansial yang dihasilkan. Seorang profesi akuntansi harus memiliki etika moral yang besar karena moral menjadi salah satu aspek penting yang dibutuhkan seorang profesi akuntansi agar dapat mematuhi kewajibannya serta melindungi kepercayaan masyarakat dan mematuhi standarisasi etika yang kuat (Adhi et al., 2023).

Maka dapat disimpulkan bahwa pelajaran etika profesi dapat menunjang siswa di sekolah menengah kejuruan khususnya pada keahlian akuntansi untuk lebih meningkatkan etika profesionalitasnya ketika telah menyelesaikan masa studinya dan melanjutkan sebagai akuntan yang profesional. (Alimudin et al., 2019) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa pelaksanaan pembelajaran di sekolah kejuruan siswanya harus memiliki pengalaman langsung di dunia usaha atau industri sehingga

sebelum mereka terjun ke lapangan diperlukan pembekalan, salah satunya adalah etika profesi dan budaya K3LH di suatu bidang industri.

Melalui proses belajar dan pembelajaran yang dilakukan diharapkan capaian belajar siswa akan lebih meningkat dibandingkan hasil belajar sebelumnya. Proses belajar dan pembelajaran tidak harus dalam penyampaian materi saja melainkan kebiasaan siswa, minat bakat, keterampilan juga menjadi salah satu hal yang harus ditingkatkan (Ramadani et al., 2023). Dalam kegiatan pembelajaran dipengaruhi juga oleh pelaksanaan belajar mengajar yaitu antara hubungan guru dan siswa apakah dinilai berhasil jika hasil belajar siswanya meningkat. Kegiatan belajar yang dilakukan di sekolah diimplementasikan secara sadar dan terencana. Proses pembelajaran juga merubah tingkah laku maupun pengetahuan siswa, maka untuk menunjang proses pembelajaran yang baik dibutuhkan suatu inovasi pembelajaran salah satunya penerapan model pembelajaran yang digunakan harus kreatif. Kegiatan yang dilakukan dengan pengerjaan proyek ini dapat menumbuhkan tingkat pemahaman siswa dalam merancang, memecahkan masalah, dan pengenalan produk yang dihasilkan (Sakbana et al., 2021).

Pelaksanaan proses pembelajaran, diperlukan seorang guru yang memiliki kompetensi guru dalam mengajar, teknik, model pembelajaran, dan metode pembelajaran karena guru yang profesional akan menunjukkan kinerjanya dengan baik agar proses pembelajaran berjalan lancar dan prestasi belajar siswa semakin meningkat (Astuti et al., 2022). Guru dapat mengelola pembelajaran dengan menggunakan model PJBL untuk mempermudah siswa dalam merancang proyek guna mencapai tujuan pembelajaran (Amanda et al., 2023), sehingga model pembelajaran yang sesuai serta bervariasi dapat menjadi suatu kompetensi yang harus dikembangkan oleh guru. Penggunaan model yang diberikan guru jika sudah tepat akan memungkinkan siswanya untuk lebih aktif dalam belajar maka proses pembelajaran tersebut akan menghasilkan interaksi antara guru dan siswanya lebih meningkat (Wahidmurni et al., 2021). Model project based learning ini mengembangkan kreativitas siswa dalam menghasilkan suatu produk (Qhutra Nada Salym et al., 2022). Adanya rasa semangat belajar pada diri siswa akan rasa keingintahuan yang luas untuk menangkap materi yang dijelaskan oleh pengajar maka akan meningkatkan hasil capaian belajar peserta didik (Pranoto, 2023). Suasana pembelajaran yang menyenangkan, inovatif, kreatif, dan efektif akan berpengaruh pada keaktifan siswa sehingga dengan penerapan tersebut pembelajaran menjadi lebih baik (Silfi & Umatin, 2019).

Berdasarkan survey lapangan yang dilakukan melalui kolaborasi dengan guru pelajaran Etika Profesi pada kelas X Akuntansi yang dimana hasil belajar siswa tetap rendah karena faktor-faktor berikut yaitu kegiatan pembelajaran didominasi oleh guru, situasi yang tidak mendukung, kesulitan siswa untuk berkolaborasi dalam menyusun proyek, pembelajaran masih bersifat monoton sehingga siswa tidak termotivasi untuk belajar dan siswa menjadi lebih monoton serta merasa jenuh dalam belajar. Utomo (2021) juga menjelaskan rendahnya keterampilan siswa akibat dari penerapan model yang tidak sesuai membuat peserta didik menjadi monoton serta bosan dalam belajar, dan mengurangi tingkat keaktifan siswa yang menyebabkan proses belajar di kelas tidak menyenangkan. Menurut peneliti (Harizah et al., 2022) bahwa capaian belajar siswa mengalami kenaikan KKM sebesar 100%.

Hasil belajar adalah sesuatu yang ada kaitannya dengan kegiatan mengajar karena kegiatan tersebut memberikan suatu nilai belajar yang dicapai selama proses pembelajaran. Hasil belajar juga berperan penting untuk mengetahui tingkat kemajuan

siswa dalam meningkatkan tujuan pembelajaran melalui proses belajar selanjutnya (Nabillah & Abadi, 2019). Hasil belajar juga menjadi kriteria atas capaian proses pembelajaran, maka dengan hasil tersebut guru dapat mengenali jika siswa telah memperoleh kompetensi yang sesuai (Somadayo, 2020). Hasil belajar siswa yang rendah berpengaruh pada keberhasilan siswa, serta faktor yang menyebabkan hasil belajarnya rendah adalah saat pelaksanaan pembelajaran etika profesi guru mengajar menggunakan model konvensional saja, peserta didik tidak memperhatikan, guru terlalu banyak meminta siswa untuk mendengar, mencatat, dan menghafal sehingga dalam proses pembelajaran siswa kurang dilibatkan.

Dalam mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan adanya kreativitas yang dibutuhkan saat proses belajar guna terlaksananya tujuan dalam pembelajaran yaitu melalui model pembelajaran interaktif dengan melibatkan kreativitas siswa melalui pembelajaran berbasis proyek yang dikembangkan agar pembelajaran lebih berfokus pada siswa (Dharmawati et al., 2023). Pemberian tugas berupa proyek membuat peserta didik lebih aktif dalam pembelajaran. Siswa juga menjadi lebih mandiri serta mampu mempererat hubungan dalam bekerja sama antar kelompok atau individu guna memenuhi tugas yang diberikan. Selain itu, siswa dapat menambah kepercayaan diri karena setelah tugas yang diberikan selesai maka siswa akan diminta mempresentasikan hasil yang telah didapatkan serta harapannya komunikasi dengan gurunya dapat terus terjalin dengan baik dan pembelajarannya menjadi lebih aktif (Sinambela et al., 2022).

METODE

Metode eksperimen yang digunakan pada proses penelitian, dengan menggunakan pendekatan Quasi *Experimental Design* dengan jenisnya *Non Equivalent Pretest and Posttest Only Control Group Design*. Menurut Sugiyono dalam (Riduwan, 2015) penelitian eksperimen merupakan suatu penelitian untuk mencari pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lain dengan kondisi yang diatur secara ketat. Penelitian ini menggunakan 2 kelas yaitu kelas eksperimen serta kelas kontrol. Dijadikan 2 kelompok, berikut tabel berikut:

Tabel 1. Uji kompetensi Pretest dan Posttest

Kelas	Ujian Awal (Pretest)	Proses Pembelajaran	Ujian Akhir (Posttest)
A	1	X	2
B	3	-	4

Keterangan Tabel Diatas:

A : Kelas Eksperimen.

B : Kelas Kontrol.

X : Perlakuan yang diberikan pada kelas eksperimen.

- : Perlakuan yang diberikan pada kelas kontrol.

01 : Memberikan pretest pada kelas eksperimen. 02

: Memberikan posttest pada kelas kontrol.

03 : Memberikan pretest pada kelas eksperimen. 04

: Memberikan posttest pada kelas kontrol.

Populasi merupakan keseluruhan dari subyek penelitian sebagai objek, menurut (Amin et al., 2023). Populasi keseluruhan berjumlah 31 responden siswa yang

mengampu mata pelajaran etika profesi yang akan diteliti dengan karakteristik tertentu dari sebuah populasi (Retnawati, 2015). Pemilihan sampel dalam penelitian memakai teknik *Non-Probability Sampling* yang salah satu teknikya yaitu sampel jenuh (Asma, 2023). Sampel yang digunakan seluruh siswa di kelas X Akuntansi SMK Pusaka 1 Jakarta yang berjumlah 31 siswa terdiri dari dua kelas antara lain kelas X.AKL 1 dengan jumlah 16 siswa dan kelas X.AKL 2 yang berjumlah 15 siswa. Peneliti memilih subjek penelitian berdasarkan masalah yang didapati pada subjek penelitian serta keterkaitan materi yang dipelajari sehingga dengan kriteria tersebut peneliti dapat memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan beberapa alternatif yaitu, (1) sebelum pembelajaran dimulai diadakan pretest terlebih dahulu guna menguji kefokusan siswa dalam pembelajaran, (2) dilanjutkan dengan pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, dan diakhir pembelajaran melakukan evaluasi yaitu posttest sehingga didapatkan hasil observasi dalam bentuk pretest dan posttest Adapun hasil posttest sudah memenuhi indikator ketentuan KKM. Peneliti memilih model pembelajaran ini dengan menggunakan *project based learning* dalam proses pembelajaran karena model *project based learning* tersebut bersifat aktif dan dapat menghasilkan proyek dari hasil pembelajaran sehingga siswa menjadi lebih aktif dan termotivasi dalam pembelajaran. Teknik analisis data menggunakan (1) analisis deskriptif kelas eksperimen dan kelas kontrol (2) pengujian persyaratan analisis yaitu dengan uji normalitas menggunakan uji liliefors dan uji homogenitas menggunakan uji fisher (3) pengujian hipotesis menggunakan uji-t dengan dengan taraf signifikasinsi 5 % (0,05) dengan menguji kesamaan dua rata-rata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Project based learning ialah sebuah strategi atau model yang dirancang agar saat proses pembelajaran siswa dapat melakukan aktivitas secara langsung sesuai dengan sintak pembelajaran untuk menghasilkan suatu proyek yang akan dijalankan serta dikembangkan oleh peserta didik (Ningsih et al., 2023). Proses pembelajaran dilakukan melalui aktivitas belajar mengajar di kelas secara langsung. Pada penelitian ini peneliti memperoleh datanya melalui hasil nilai *posttest* siswa kelas X AKL1 sebagai kelas eksperimen dan kelas X AKL2 sebagai kelas kontrol. Kelas X AKL 1 saat pembelajaran berlangsung diberikan perlakuan belajar dengan menerapkan model *Project Based Learning* sedangkan siswa kelas X AKL 2 tidak mendapat perlakuan.

Hasil Belajar Siswa Menggunakan Model Pembelajaran PJBL

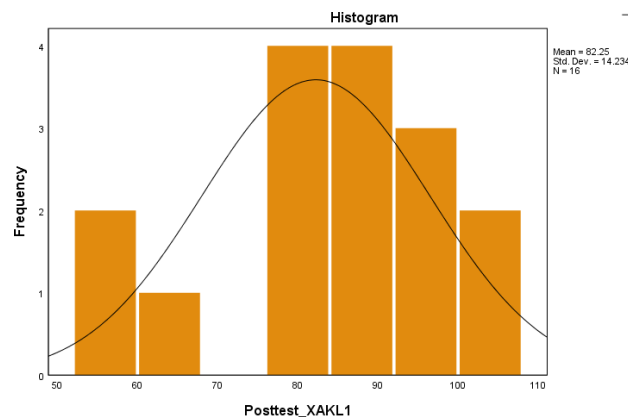
Proses belajar dengan menerapkan model *Project Based Learning* (PJBL) diberikan di kelas X AKL 1. Siswa diberikan *pretest* sebelum proses pembelajaran dilakukan yang dijadikan sebagai alat dalam mengukur hasil belajar siswa sebelum diberikan perlakuan. Saat dilaksanakan pembelajaran di kelas setelahnya siswa akan diberikan *posttest* yang dimana nilainya akan menjadi alat data dari hasil penelitian. Didapatkan data yang diperoleh dari hasil penelitian bahwa nilai mean kelas X AKL 1 sebesar 82,25. Selanjutnya nilai hasil belajar etika profesi di kelas X AKL 1 didapatkan nilai tertinggi menunjukkan angka 100 sedangkan nilai terendah 56.

Dibawah ini merupakan daftar distribusi dari nilai *posttest* kelas X AKL 1 ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Kelas Eksperimen

No	Kelas Interval	Nilai Tengah (xi)	Batas Nyata	Frekuensi		
				Absolut	Kumulatif	Relatif
1	56-64	60	55,5-64,5	3	3	18,75%
2	65-73	69	64,5-73,5	0	3	0%
3	74-82	78	73,5-82,5	4	7	25%
4	83-91	87	82,5-91,5	4	11	25%
5	92-100	96	91,5-100,5	5	16	31,25%

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui hasil nilai tertinggi *posttest* kelas eksperimen terletak pada rentang nilai 92 sampai dengan nilai 100. Dibawah ini merupakan gambar histogram distribusi frekuensi kelas eksperimen:

Gambar 1. Histogram Distribusi *Posttest*

Berdasarkan grafik yang ditunjukkan pada gambar diatas menunjukkan hasil bahwa nilai rata-rata dari kelas eksperimen sebesar 82,25 yang artinya nilainya lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai median yaitu 86,00.

Tabel 3. Analisis Deskriptif Kelas Eksperimen

Valid N	16
Mean	82,25
Median	86,00
Mode	80,00
Std. Deviation	14,234
Variance	202,6
Range	44,00
Minimum	56,00
Maximum	100
Sum	1316

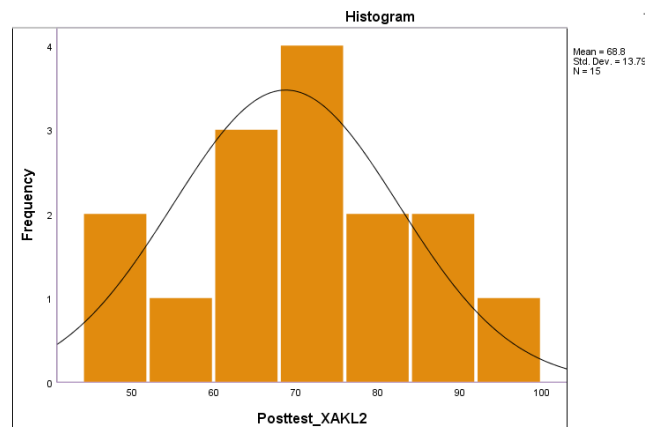
Hasil Belajar Siswa Tanpa Model Pembelajaran *PJBL*

Proses belajar mengajar di kelas X AKL 2 dilakukan menggunakan model pembelajaran konvensional. Saat dilaksanakan pembelajaran di kelas setelahnya siswa akan diberikan *posttest* yang dimana nilai tersebut akan diambil sebagai data dari hasil penelitian. Data hasil penelitian di kelas X AKL 2 didapatkan nilai mean sebesar 68,8. Pada nilai hasil belajar etika profesi di kelas X AKL 1 didapatkan nilai tertinggi yaitu 92 sedangkan nilai terendah 48.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Kelas Kontrol

No	Kelas Interval	Nilai Tengah (xi)	Batas Nyata	Frekuensi		
				Absolut	Kumulatif	Relatif
1	48-56	52	48,5-56,5	3	3	20%
2	57-65	62	56,5-65,5	3	6	20%
3	66-74	70	65,5-74,5	4	10	27%
4	75-83	79	74,5-83,5	2	12	13%
5	84-92	88	83,5-92,5	3	15	20%

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai frekuensi tertinggi *posttest* kelas kontrol terletak pada rentang 66 sampai dengan 74. Berikut ini adalah histogram distribusi frekuensi kelas kontrol:



Gambar 2. Histogram Distribusi Posttest.

Berdasarkan grafik yang ditunjukkan pada gambar nomor dua di atas menunjukkan hasil bahwa nilai rata-rata nilai yang didapati dari kelas eksperimen menunjukkan angka sebesar 68,80 sehingga dapat ditarik kesimpulan jika nilai tersebut dibandingkan dengan nilai median yang dihasilkan yaitu 68,00 maka artinya nilai meannya lebih besar.

Tabel 5. Analisis Deskriptif Kelas Kontrol

Valid N	15
Mean	68,80
Median	68,00
Mode	48,00
Std. Deviation	13,79
Variance	190,171
Range	44,00
Minimum	48,00
Maximum	92,00
Sum	1032

Analisis Data

Uji Normalitas Data

Langkah awal pengujian untuk penelitian dilakukan uji normalitas menggunakan uji liliefors pada kedua kelas terdiri dari kelas eksperimen serta kelas kontrol yang diperoleh melalui hasil *pretest* dan *posttest* pada masing-masing kelompok kelas.

Tabel 6. Uji Normalitas Kelas Eksperimen

Kelas	Lhitung	Ltabel	Keterangan
<i>Pretest</i>	0,15	0,21	Normal
<i>Posttest</i>	0,12	0,21	Normal

Berdasarkan tabel 6 diatas menunjukkan bahwa $L_{hitung} < L_{tabel}$ sehingga data hasil belajar kelas eksperimen menggunakan model pembelajaran *Project Based Learning* bersumber dari data yang berdistribusi normal.

Tabel 7. Uji Normalitas Kelas Kontrol

Kelas	Lhitung	Ltabel	Keterangan
<i>Pretest</i>	0,17	0,22	Normal
<i>Posttest</i>	0,14	0,22	Normal

Berdasarkan tabel 7 diatas didapatkan bahwa $L_{hitung} < L_{tabel}$ sehingga data hasil belajar kelompok kontrol menggunakan model pembelajaran *konvensional* bersumber dari data yang berdistribusi normal.

Uji Homogenitas Data

Selanjutnya dilakukan uji homogenitas dengan uji fisher untuk melihat bahwa data diperoleh dari populasi yang memiliki varians sama dan menunjukkan jika kedua kelompok sampel yang digunakan homogen atau tidak (Sianturi, 2022). Pada penelitian pengujian homogenitasnya datanya menggunakan Uji-F.

Tabel 8. Uji Homogenitas *Pretest* dan *Posttest*

Kelas	Fhitung	Ftabel	Keterangan
<i>Pretest</i>	0,86	2,42	Homogen
<i>Posttest</i>	1,06	2,42	Homogen

Berdasarkan tabel distribusi F didapatkan F_{tabel} sebesar 2,42. Hasil perhitungan homogenitas *pretest* di kelas eksperimen serta kelas kontrol didapatkan F_{hitung} adalah 0,86 sehingga $0,86 < 2,42$. Maka, $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ yang artinya kedua kelas memiliki varians yang homogen. Sedangkan untuk F_{hitung} *posttest* pada kelas eksperimen serta kelas kontrol adalah 1,06 yang artinya kedua kelas mempunyai varians yang homogen karena $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ $1,06 < 2,42$.

Pengujian Hipotesis

Uji normalitas dan uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil belajar etika profesi dapat ditingkatkan dengan menggunakan model *project based learning*. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t.

Perhitungan uji-t dilakukan untuk mengetahui pengaruh setelah diberikan perlakuan. Dengan kriteria pengujiannya sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh model pembelajaran *project based learning* terhadap hasil belajar etika profesi siswa kelas X Akuntansi di SMK Pusaka 1 Jakarta.

H_1 : Terdapat pengaruh model pembelajaran *project based learning* terhadap hasil belajar etika profesi siswa kelas X Akuntansi di SMK Pusaka 1 Jakarta.

Tabel 9. Hasil Uji *Independent Samples t-test*

		Levene's Test for Equality Variances		t-Test for Equality of Means		
		F	Sig.	T	Df	Sig (2-tailed)
Hasil Belajar Siswa	<i>Equal variances assumed</i>	.000	.995	2,669	29	0,012

Dari hasil perhitungan *Independent Samples t-test* diatas yang mengacu pada *equal variances assumed* karena data yang diperoleh homogen atau memiliki varians yang sama. Pada tabel diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0,012 < 0,05$ sehingga dapat diketahui H_0 ditolak maka H_1 diterima. Berdasarkan hasil tersebut didapati hasil bahwa terdapat perbedaan secara signifikan rata-rata hasil belajar kedua kelas. Nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ berdasarkan tabel diatas juga didapatkan t_{hitung} sebesar 2,669 dan t_{tabel} dengan $dk=29$ diperoleh 2,045 sehingga terdapat pengaruh positif dari penggunaan model pembelajaran PJBL terhadap peningkatan hasil capaian belajar siswa.

Pembahasan

Berdasarkan hasil dari dua kelas setelah guru memberikan perlakuan tidak sama sehingga menyebabkan adanya perbedaan hasil belajar siswa. Pada kelas X AKL 1 diberikan perlakuan yaitu ketika proses pembelajarannya guru menerapkan model pembelajaran *Project Based Learning* (PJBL) pada mata pelajaran etika profesi yang

telah menunjukkan pencapaian terlaksananya setiap tahapan pembelajaran. Pada pertemuan pertama guru memberi penjelasan terkait model pembelajaran PJBL dan menyampaikan bahwa akan ada pemberian proyek yang dilakukan selama pembelajaran. (Susilawati & Sahara, 2021) mengemukakan pendapatnya bahwa model *Project Based Learning* dapat mendorong siswa untuk memperoleh pengetahuan serta keterampilan dengan mencari hasil yang sistematis dan kompleks hingga didapatkan hasilnya berupa produk.

Pelaksanaan proses pembelajaran berbasis proyek, siswa dapat menyelesaikan proyek yang sesuai dengan tahapan model pembelajaran project based learning merujuk pada pendapat (Yulianto et al., 2017). Langkah awal dilaksanakan dengan menentukan pertanyaan dasar, tahap ini dapat membuat siswa berpikir lebih kritis karena adanya suatu permasalahan yang menjadi landasan dalam pembuatan proyek. Maka, harapannya siswa dapat menganalisis permasalahan keselamatan dan kesehatan kerja lingkungan hidup di dunia industri. Model pembelajaran *Project Based Learning* juga dapat menumbuhkan kemandirian siswa serta meningkatkan kreatifitas dalam berpikir dan merangsang siswa menjadi lebih kritis (Zulaekah et al., 2023).

Membuat desain proyek, siswa membuat rancangan proyek yang akan dikerjakan dengan cara mencari referensi dari berbagai sumber dengan tujuan agar siswa benar memahami proyek yang akan dilakukannya. Dengan menggali informasi melalui sumber yang ada maka tingkat membaca siswa juga semakin luas untuk memahami informasi yang telah didapatkan. Semakin tinggi siswa mencari informasi dan membaca sebagai referensi maka pembelajaran yang dilakukan akan lebih produktif (Citra Ningrum et al., 2019).

Menyusun jadwal proyek, kreativitas yang dimiliki siswa membuat pengelolaan waktu dalam menyelesaikan proyek terencana dengan baik dan siswa mampu bertanggung jawab atas waktu yang telah ditentukan sehingga proyek dapat terselesaikan. Guru Bersama dengan siswanya menyusun jadwal proyek, penjadwalan ini berperan penting agar proyek yang akan dihasilkan berjalan sesuai rencana dan target (Arlina et al., 2023). Melakukan progress kemajuan proyek, proses di lapangan siswa memulai penyelidikan secara langsung yang membuat pengalaman belajar siswa menjadi lebih luas dan siswa lebih memahami materi dengan baik. Dengan melihat progress yang telah dibuat oleh siswa guru dapat menilai sejauh mana kemampuan berpikir dan kreativitas siswa.

Penilaian hasil proyek, guru memberikan penilaian hasil dari produk yang dihasilkan dengan cara mempresentasikan hasilnya didepan kelas dan beberapa pertanyaan dari kelompok lainnya. Penilaian produk ini dilakukan oleh guru dengan melihat beberapa aspek yang meliputi proses perencanaan siswa, teknik pelaksanaan, dan laporan hasil akhir. Penilaian ini dilakukan untuk mengetahui proses penyelesaian proyek yang dihasilkan siswa. Penilaian yang dilakukan guru sangat berperan penting dalam kegiatan pembelajaran yang dilakukan dan diperlukan untuk mengukur capaian peningkatan belajar siswanya (Marmoah et al., 2022).

Evaluasi, guru bersama dengan siswa melakukan evaluasi pengalaman terkait proyek yang telah dihasilkan untuk mengetahui perasaan siswa setelah siswa merasakan bagaimana model *project based learning* yang telah dilaksanakan selama proses pembelajaran di kelas serta hasil proyek yang telah diselesaikan dengan baik. (Magdalena et al., 2020) mengemukakan tujuan dilakukan evaluasi pada akhir proses pembelajaran yaitu mengetahui apakah bahan pelajaran yang digunakan sudah dipahami siswa dengan baik serta pembelajarannya apakah sesuai dengan yang

diharapkan oleh guru. Tingkat perkembangan siswa juga dapat diukur, sehingga guru perlu menyadari bahwa karakteristik dan pemahaman masing-masing siswa berbeda, maka dengan evaluasi pengalaman guru juga dapat mengetahui pertumbuhan kemampuan siswa.

Hasil penerapan model pembelajaran menggunakan model *project based learning* sangat efektif diterapkan di kelas dan mata pelajaran etika profesi dinilai penting dalam menunjang kebutuhan siswa akuntansi sehingga dari mata pelajaran tersebut siswa dapat belajar kode etik serta profesionalisme seorang akuntan sebelum mereka memasuki dunia kerja. Pembelajaran menggunakan model *project based learning* juga mendorong siswa untuk lebih mengembangkan kesadaran siswa mengenai isu sosial dan etika sehingga siswa dapat menganalisa fenomena sosial yang terjadi di masyarakat.

Pada kelas X AKL 2 diterapkan metode konvensional, yaitu guru hanya memberikan pemaparan di depan kelas melalui power point yang telah disiapkan. Tidak hanya itu, guru juga melakukan diskusi tetapi siswa tidak memberikan respon yang baik dan beberapa menjawab ketika ditunjuk saja. Siswa juga tidak memberikan pendapat maupun pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan, sehingga guru menganggap semua siswa telah mengerti dengan materi yang dipaparkan. Adapun permasalahan lain yang terjadi pada kelas kontrol yaitu siswa kurang fokus saat penyampaian materi yang dipaparkan oleh guru, kemudian terlihat beberapa siswa yang bosan saat mengikuti pembelajaran, dan ada yang tidak mendengarkan sehingga siswa melakukan aktivitas lain di dalam kelas. Berdasarkan penelitian (Harizah et al., 2022) dikaitkan dengan penelitian ini terdapat kesesuaian penelitian, hasilnya menunjukkan penelitian yang dilakukan peneliti dapat menjawab permasalahan yang ada di sekolah. Adapun perbedaan dalam penelitian terdahulu yaitu teori yang digunakan pada langkah-langkah model *PJBL* berbeda serta dari tempat penelitian dan mata pelajarannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa model pembelajaran *project based learning* (*PJBL*) menunjukkan pengaruh yang positif terhadap hasil belajar siswa kelas X Akuntansi pada mata pelajaran etika profesi pokok bahasan materi keselamatan dan kesehatan kerja lingkungan hidup (K3LH) di SMK Pusaka 1 Jakarta. Perhitungan yang diperoleh didapatkan hasil nilai rata-rata pada kelas X AKL 1 sebagai kelas eksperimen sebesar 82,25 serta nilai rata-rata kelas X AKL 2 sebagai kelas kontrol sebesar 68,80. Dilihat dari hasil tersebut, nilai hasil rata-rata pada kelas eksperimen lebih tinggi dari nilai rata-rata di kelas kontrol. Siswa menjadi lebih aktif bertanya pada guru serta dapat menyelesaikan masalah dalam proyeknya.

Dengan penggunaan model tersebut proses belajar berjalan sesuai rencana pada sintak pembelajaran. Hasil belajar siswanya tidak dapat mencapai KKM maka hal tersebut juga akan berdampak pada kompetensi guru dalam mengajar sehingga peneliti menyarankan agar guru dapat menerapkan model yang sesuai agar lebih meningkatkan pembelajaran dan hasil yang akan dicapai siswanya. Kemudian siswa juga harus lebih meningkatkan rasa semangat dalam belajar agar tidak ada lagi kesulitan atau kendala dalam proses pembelajarannya.

Kelebihan dalam penelitian ini dapat meningkatkan kualitas pembelajaran siswa, dapat meningkatkan motivasi belajar siswa, metode pembelajaran *PJBL* memberikan keunggulan dalam proses pembelajaran karena menghasilkan proyek. Adapun kekurangannya penggunaan model pembelajaran *Project Based Learning* ini tidak

secara langsung membuat siswa berpikir dengan kritis namun dengan diterapkannya model tersebut siswa mampu memahami serta melaksanakan konsep pembelajaran dengan baik. Saran peneliti, model pembelajaran dapat diterapkan oleh guru sesuai dengan bidang keilmuannya sehingga pembelajaran akan lebih menarik, siswa aktif dengan pembelajaran yang menyenangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, D. K., Setiyono, T. A., Kusuma, P. F., Syahputra, O., Samukroni, M. A., Yani, P., Widiyaningsih, V. A., Astungkara, A., Yarisma, F. W., Djamil, N., Novius, A., Kurniati, S., Santoso, A., Sutrisno, C. R., & Asyik, N. F. (2023). Etika Profesi Bidang Akuntansi. In Luhglatno (Ed.), *Eureka Media Aksara*. CV.Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/565385/etika-profesi-bidang-akuntansi>
- Alimudin, I. A., Permana, T., & Sriyono, S. (2019). Studi Kesiapan Kerja Peserta Didik Smk Untuk Bekerja Di Industri Perbaikan Bodi Otomotif. *Journal of Mechanical Engineering Education*, 5(2), 191. <https://doi.org/10.17509/jmee.v5i2.15187>
- Amanda, N. G., Biru, L. T., & Suryani, D. I. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Project Based Learning terhadap Keterampilan Proses Sains pada Ta Makanan di Sekitarmu Kelas VIII. *PENDIPA Journal of Science Education*, 7(2). <https://doi.org/10.33369/pendipa.7.2.168-177>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPEL DALAM PENELITIAN. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31. [//efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/viewFile/10624/5947](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/viewFile/10624/5947)
- Arlina, Nova Emiliya Pane, Wildan Sitorus, Mardiah Putri Jerohmi, & Azra Munazah. (2023). Strategi Project Based Learning Sebagai Alternatif Menciptakan Siswa Kreatif. *SOKO GURU: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(2), 117–126. <https://doi.org/10.55606/sokoguru.v3i2.2191>
- Asma, A. (2023). *STATISTIKA DESKRIPTIF BERBASIS LITERASI* (Kadir (ed.)). Mafy Media Literasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=FBnMEAAAQBAJ>
- Astuti, S., S, O. F., & Handayani, T. (2022). *MODUL ADMINISTRASI DAN SUPERVISI PENDIDIKAN* (Pertama). Feniks Muda Sejahtera. <https://books.google.co.id/books?id=TJVyEAAAQBAJ>
- Bahri, N. A., Anisa Nurhidayati, & Widia Khairunnisa. (2022). Peran Akuntansi Dalam Perkembangan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 141–149. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v4i2.163>
- Citra Ningrum, C. H., Fajriyah, K., & Budiman, M. A. (2019). Pembentukan Karakter Rasa Ingin Tahu Melalui Kegiatan Literasi. *Indonesian Values and Character Education Journal*, 2(2), 69. <https://doi.org/10.23887/ivcej.v2i2.19436>
- Dharmawati, D. M., Busyra, N., & Azhar, E. (2023). Improving Social Science Learning Outcomes of Class V Elementary School Students through the TPACK Approach. *Al Ibtida: Jurnal Pendidikan Guru MI*, 10(2), 211. <https://doi.org/10.24235/al.ibtida.snj.v10i2.12980>

- Harizah, D. T. D., Sumarmi, S., & Bachri, S. (2022). Pengaruh Model Pembelajaran Project Based Learning terhadap Hasil Belajar Geografi Siswa SMAN 5 Pamekasan. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 8(2), 104–113. <https://doi.org/10.18860/jpips.v8i2.13020>
- Herawati. (2018). Memahami Proses Belajar Anak. *Jurnal UIN Ar-Raniry Banda Aceh*, 4(1), 27–48. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bunayya/article/view/4515>
- Magdalena, I., Fauzi, N., & Putri, R. (2020). Pentingnya Evaluasi Dalam Pembelajaran Dan Akibat Memanipulasinya. *Jurnal Pendidikan Dan Sains*, 2(2), 1–14. <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/bintang/article/download/986/680/>
- Marmoah, S., Istiyati, S., Supiyanto, Mahfud, H., & Sukarno. (2022). Penilaian Berbasis Proyek Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo*, 1–8.
- Nabillah, T., & Abadi, A. P. (2019). Faktor Penyebab Rendahnya Hasil Belajar Siswa. *Journal Unsika*, 2(1), 1–5. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/sesiomadika/article/view/2685/1908>
- Ningsih, M. P., Ramadhan, I. R., Novitasari, N., & RS, E. R. (2023). Penerapan Model Flipped Classroom Dengan Ragam Model Pembelajaran Kooperatif Jigsaw dan Tipe Think Pair Share. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 10(1), 65–77. <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/jpips/article/view/23711>
- Pane, A., & Dasopang, M. D. (2017). Belajar dan Pembelajaran. *Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 3(2), 1–20. <https://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/F/article/download/945/795>
- Pranoto, E. (2023). *Model Discovery Learning dan Problematika Hasil Belajar* (M. M. Hidayat (ed.); Pertama). Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Model_Discovery_Learning_dan_Problematika/zK-tEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=hasil+belajar+adalah&pg=PA14&printsec=frontcover
- Qhutra Nada Salym, A., Soekamto, H., Osman, S., Raja Muda Abdul Aziz, J., Baru, K., & Lumpur, K. (2022). Pengaruh Model Project Based on Environment Learning dan Literasi Lingkungan dalam Kaitannya dengan Creative Thinking Skill. *J-PIPS*, 9(1), 63–81. <https://doi.org/10.18860/jpips.v9i1.18054>
- Ramadani, A. N., Kirana, K. C., Astuti, U., & Marini, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Pembelajaran Terhadap Dunia Pendidikan (Studi Literatur). *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 2(6), 1–8. <https://bajangjournal.com/index.php/JPDSH/article/download/5432/4155>
- Retnawati, H. (2015). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Riadi, F. S., Maharani, D., Nimaissa, G. S., Nafisah, S., & Istianti, T. (2023). Analisis Pembelajaran Ips Dalam Mengembangkan Knowledge, Attitude, Skill Dan Values Di Sd Labschool. *JKPD (Jurnal Kajian Pendidikan Dasar)*, 8(1), 45–55. <https://doi.org/10.26618/jkpd.v8i1.9689>
- Riduwan. (2015). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan Dan Penelitian Pemula* (B. Alma, Husdarta, Akdon, N. Mulyono, & Subandi (eds.); 10th ed.). Alfabeta.
- Sakbana, R. S., Sunarno, W., & Budiawanti, S. (2021). The Influence of Project-Based

- Learning Model on Creativity and Cognitive Learning Outcomes of the Students of SMAN 1 Amarasi Timur, Indonesia. *International Journal of Science and Society*, 3(1), 179–186. <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v3i1.283>
- Sianturi, R. (2022). Uji homogenitas sebagai syarat pengujian analisis. *Jurnal Pendidikan, Sains, Sosial Dan Agama*, 8, 1–12. <https://jurnal.radenwijaya.ac.id/index.php/PSSA/article/view/507/328>
- Silfi, R. K., & Umatin, C. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Inkuiri Terbimbing Terhadap Motivasi Dan Hasil Belajar Siswa Kelas Vii Smpn 1 Sumbergempol Tulungagung. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 5(2), 106. <https://doi.org/10.18860/jpips.v5i2.7031>
- Sinambela, P. N. J. M., Bulan, A., Febrina, A., Susilowaty, N., Fatchurrohman, M., Novianti, W., Sembiring, E. T. B., Subroto, D. E., & Mardhiyana, D. (2022). *Model-Model Pembelajaran* (1st ed.). Sada Kurnia Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=4ByeEAAAQBAJ>
- Somadayo, S. (2020). Peningkatan Hasil Belajar Dengan Menggunakan Media Gambar Pada Konsep Cerita Pengalaman Yang Mengesankan Siswa Kelas V SD Negeri 27 Kota Ternate. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 6(1), 5–24.
- Surajiyo, S. (2022). Prinsip-Prinsip Etis Profesi Akuntan. *Prosiding Serina*, 1–8. <https://journal.untar.ac.id/index.php/PSERINA/article/view/19803>
- Susilawati, S., & Sahara, S. (2021). Pengaruh Penerapan Model Pembelajaran Pbl Dan Pjbl Terhadap Kompetensi Kognitif Pada Mata Pelajaran Pemeliharaan Mesin Kendaraan Ringan Kelas XI Tkr Di Smk Negeri 1 Rengasdengklok. *Jurnal Dinamika Vokasional Teknik Mesin*, 6(2), 98–104. <https://doi.org/10.21831/dinamika.v6i2.44128>
- Ubabuddin. (2019). Hakikat Belajar Dan Pembelajaran Di Sekolah Dasar. *Edukatif*, 1(1), 18–27. <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/edukatif/article/download/53/47>
- Utomo, D. P. (2021). An analysis of the statistical literacy of middle school students in solving timss problems. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 9(2), 181–197. <https://doi.org/10.46328/IJEMST.1552>
- Wahidmurni, W., Yuniar, M. S., & Zuhrotul, H. (2021). Demografi dan Kompetensi Pengembangan Instrumen Penilaian Hasil Belajar Berbasis Higher Order Thinking Skills Guru Ilmu Pengetahuan Sosial. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 8(1), 90–103. <https://doi.org/10.18860/jpips.v8i1.13957>
- Yulianto, A., Fatchan, A., & Astina, I. K. (2017). Penerapan Model Pembelajaran Project Based Learning Berbasis Lesson Study Untuk Meningkatkan Keaktifan Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 2(3), 448–453. <https://efaidnbmnibpcjpcglclefindmkaj/https://media.neliti.com/media/publications/210026-penerapan-model-pembelajaran-project-bas.pdf>
- Zulaekah, Djafri, N., Santosa, T. A., Rahman, A., & Yustitia, V. (2023). *The Effect of The Project Based Learning Model on Students' Science Process Skills. : A Meta-Analysis*. 7(2), 2148–2158. <https://doi.org/10.2991/aisteel-18.2018>.

**IMPLEMENTASI AKAD MUSYARAKAH MUTANAQISHAH
DALAM PEMBIAYAAN KPR PADA LEMBAGA KEUANGAN
SYARIAH (BPRS HARTA INSAN KARIMAH CABANG
JAKARTA TIMUR)**

LAPORAN PUBLIKASI ILMIAH

**Diajukan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**



Oleh

Fika Nurul Azizah

2001085050

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Artikel : Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqishah Dalam Pembiayaan KPR
Pada Lembaga Keuangan Syariah (BPRS Harta Insan Karimah Cabang
Jakarta Timur)

Nama : Fika Nurul Azizah

NIM : 2001085050

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Reviewer, dan direvisi sesuai saran reviewer

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas : Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Hari : Rabu

Tanggal : 7 Agustus 2024

Tim Reviewer

Nama Jelas

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua
merangkap : Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd
Reviewer 2

Sekretaris
merangkap : Dr. Trisni Handayani, M.Pd
Reviewer 1

Pembimbing : Subali, SH., MH

 19/8/24

 19/8/24

 19/08²⁴

Disahkan oleh,
Dekan,



Purnama Syah Purrohman, M.Pd., Ph.D
NIDN. 0307037404

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Fika Nurul Azizah

NIM : 2001085050

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa artikel yang saya buat dengan judul **“Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqishah Dalam Pembiayaan KPR Pada Lembaga Keuangan Syariah (BPRS Insan Karimah Cabang Jakarta Timur)”** merupakan hasil karyasendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya bukan plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang berlaku. Apabila ternyata dikemudian hari artikel ini, baik sebagian maupun keseluruhan merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 3 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Fika Nurul Azizah

NIM. 2001085050

Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)

E-ISSN: 2621-606X

July 25th, 2024

IMPLEMENTATION OF THE MUSYARAKAH MUTANAQISHAH CONTRACT IN MORTGAGE FINANCING AT ISLAMIC FINANCIAL INSTITUTIONS (BPRS HARTA INSAN KARIMAH, EAST JAKARTA BRANCH)

Fika Nurul Azizah¹, Subali²
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia

After peer review process, your article has been provisionally accepted for rapid publication in **Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)** in Vol. 7, No. 3.

All submitted manuscripts are subject to peer-review by the leading specialist for the respective topic.

Regards,



Mohamad Toha
Editor in Chief

Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)



IMPLEMENTASI AKAD MUSYARAKAH MUTANAQISHAH DALAM PEMBIAYAAN KPR PADA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

Fika Nurul Azizah¹

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia

Fikanurulazizah@uhamka.ac.id

Subali²

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia

Subalims26@gmail.com

Abstract

BPR Syariah Harta Insan Karimah Cabang Jakarta Timur menyediakan pembiayaan akad musyarakah mutanaqishah untuk Masyarakat yang membutuhkan pinjaman. Pembiayaan ini dimaksudkan untuk menyediakan aset yang dibutuhkan oleh Masyarakat, namun tentu saja kegiatan ini tidak selalu berjalan dengan lancar karena selalu ada pihak dari nasabah yang sering terlambat melakukan pembayaran. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui implementasi akad musyarakah mutanaqishah di BPR Syariah Harta Insan Karimah Cabang Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian observasi partisipatif. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara serta dokumentasi. Hasil dari penelitian, akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah sama seperti bank syariah lainnya menggunakan porsi bagi hasil terhadap pembelian kepemilikan rumah. BPRS Harta Insan Karimah sangat ketat terkait nasabah yang ingin melakukan akad musyarakah mutanaqishah karena bank tersebut menggunakan history check nasabah. Artinya jika nasabah memiliki banyak tunggakan dari bank lain maka BPRS Harta Insan Karimah tidak mengaktifkan pembayaran itu.

Kata Kunci: Musyarakah Mutanaqishah, Pembiayaan Rumah, Perbankan Syariah, Edukasi Nasabah, Bagi Hasil

INTRODUCTION

Menurut UU RI No. 10/1998 tentang perbankan, Bank adalah perusahaan yang mengumpulkan dana dari masyarakat untuk menyimpannya dan kemudian memberikan dana itu kepada masyarakat dengan kredit atau cara lain untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Lubis, 2020). Sebaliknya, perbankan mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan bank, termasuk kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha. Secara sederhana, bank adalah lembaga keuangan yang bertanggung jawab untuk menghimpun dan memberikan uang kepada masyarakat.

Sesuai dengan UU No. 7/1992 yang telah diamandemen dengan UU No. 10/1998 tentang Perbankan Konvensional, serta UU No. 21/2008 tentang Bank Syariah, Bank ada dua jenis di Indonesia: bank konvensional dan bank syariah (Achmad, 2023). Perbankan konvensional muncul lebih dulu di Indonesia pada tanggal 10 Oktober 1827, didirikan oleh De Javasche Bank NV, yang dinasionalisasi oleh Pemerintah Indonesia pada tanggal 6 Desember 1951 menjadi bank sentral, berdasarkan UU No. 13/1968 (Lubis, 2020). Sistem bunga ini dianggap riba dalam Islam dan dilarang oleh Allah SWT dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 275.

Bank ini ingin membangun perekonomian nasional, sesuatu yang belum pernah dilakukan oleh banyak bank lain sebelumnya. Seperti diketahui, sistem operasional bank tradisional menggunakan sistem perhitungan bunga kredit atau pinjaman. Bunga adalah imbalan yang diberikan bank kepada nasabah sebagai imbalan atas pembelian atau penjualan barang bank. Dengan kata lain, bunga adalah harga yang harus dibayar pelanggan. Faktor-faktor seperti likuiditas masyarakat, ekspektasi, inflasi, besar kecilnya suku bunga domestik, dan ekspektasi perubahan nilai tukar serta premi risiko mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat suku bunga umum.

Bank Perekonomian Rakyat Syariah (BPRS) merupakan lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, yang mengacu pada Al-Quran dan Al-Hadits, dan dikenal dengan istilah riba. Di sisi lain, bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang melarang riba dan menerapkan sistem bagi hasil. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama

Indonesia, seperti prinsip keadilan, keseimbangan, kemaslahatan, universalisme, dan tidak mengandung gharar. , maysir, riba, kezaliman, dan benda haram (Akhmadi, 2019).

Perbankan syariah harus terus berinovasi dalam mengembangkan produknya, termasuk melaksanakan akad yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah untuk meningkatkan inklusivitas dan pertumbuhan ekonomi berbasis syariah (Ryandono & Wahyudi, 2018). Dalam kehidupannya manusia sangat membutuhkan tempat tinggal yaitu rumah atau tempat tinggal. Setiap anggota keluarga berkumpul dan berbicara di rumah. Dalam membangun rumah atau tempat tinggal, kemampuan finansial setiap keluarga harus diperhatikan. Jika uangnya cukup, mereka bisa membeli rumah secara tunai atau mencicil. Pasalnya, mayoritas masyarakat saat ini tidak mampu membeli rumah secara tunai.

Menurut PSAK 106 Musyarakah Mutanaqishah adalah Salah satu hasil dari akad musyarakah sendiri, yaitu musyarakah yang menetapkan bahwa sebagian dana dari salah satu mitra akan dialihkan secara bertahap ke mitra lainnya sehingga bagian dananya akan menurun, ironisnya produk pembiayaan modal kerja dengan menggunakan akad musyarakah mutanaqishah mengalami penurunan (Astuti, 2023). Target dan motivasi awal pemegang saham saat mendirikan perseroan adalah kekeluargaan dan silaturahmi, yang sampai saat ini tetap kuat. Sumber daya manusia yang membantu BPRS Harta Insan Karimah menjadi salah satu Bank Syari'ah terbaik di Indonesia memainkan peran besar dalam pertumbuhan, pertumbuhan, dan pengakuan perusahaan.

Permintaan akan tempat tinggal yang terus meningkat di Indonesia mendorong lembaga keuangan, termasuk bank syariah, untuk menawarkan produk pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) (Melzan, 2023). Namun, banyak masyarakat yang masih ragu menggunakan produk KPR konvensional karena mengandung unsur riba. Akad musyarakah mutanaqishah merupakan kepemilikan aset (barang) atau pembelian yang dilakukan secara bertahap oleh pihak lainnya, modal salah satu pihak (syarik) menurun.

REVIEW OF LITERATURE

Dalam konteks pembiayaan kepemilikan rumah (KPR), BPRS Harta Insan Karimah menerapkan akad musyarakah mutanaqishah (Rojikin, 2022). Akad Musyarakah

Mutanaqishah ini merupakan kombinasi dari musyarakah (kerjasama) dan mutanaqishah (sewa beli), dimana nasabah dan bank bersama-sama memiliki rumah, dan bank secara bertahap menjual bagian kepemilikannya kepada nasabah hingga nasabah memiliki rumah tersebut sepenuhnya (Iryani, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa akad musyarakah mutanaqishah memiliki legal dan dapat diimplementasikan dalam lembaga keuangan syariah untuk produk pembiayaan kepemilikan rumah (Ashsiddiqy, Monoarfa, & Cakhyaneu, 2020). Menurut Anggraini dan Soemitra (2021), Akad Musyarakah Mutanaqishah adalah yang dapat dilakukan oleh dua atau lebih pihak yang terlibat dalam usaha atau aset tertentu, yang memungkinkan salah satu mitra untuk secara bertahap memperoleh kepemilikan saham mitra lain (Anggraini, Nasution, & Soemitra, 2021).

Musyarakah Muatanqishah adalah perjanjian kerja sama antara dua atau lebih pihak untuk suatu usaha, di mana masing-masing pihak memberikan dana (atau amal), dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan dibagi bersama (Ryandono dan Wahyudi, 2018). Program sosialisasi dan edukasi disarankan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelanggan dan bank. Selain itu, metode penting untuk mengatasi kendala dalam pelaksanaan akad musyarakah mutanaqishah adalah optimalisasi akad dan keragaman produk pembiayaan (Hasan, 2018).

Musyarakah Mutanaqishah adalah jenis pembiayaan di mana bank dan nasabah bekerja sama untuk melakukan usaha atau proyek, dengan bank memberikan modal dan keahlian, dan nasabah memberikan modal dan keahlian untuk proyek (Andrianto & Firmansyah, 2019). Dibandingkan dengan akad murabahah, yang lebih umum digunakan dalam pembiayaan hipotek di bank syariah, musyarakah mutanaqishah dianggap sebagai opsi yang lebih fleksibel dan sesuai dengan prinsip syariah dalam penelitian lain (Nurhayati & Hasan, 2022).

Akad Musyarakah Mutanaqishah (MMQ) memiliki potensi besar untuk memberikan pilihan pembiayaan yang fleksibel dan sesuai dengan prinsip syariah, meskipun menghadapi beberapa tantangan implementasi. Penelitian Ruslaini Sitorus terhadap pelaksanaan MMQ di Bank BRI Syariah menunjukkan bahwa pelaksanaan akad ini sejalan dengan Fatwa DSN MUI No.73/DSN-MUI/XI/2008. Namun, terdapat

permasalahan terkait kepemilikan aset selama masa kontrak yang perlu diperbaiki untuk memastikan kepatuhan penuh terhadap fatwa (Firdaus & Okvita, 2020).

Di sisi lain, Sutono dalam penelitiannya di Bank Muamalat Surabaya menyoroti manfaat MMQ, seperti jangka waktu pembiayaan lebih lama dan angsuran lebih rendah. Namun studi ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan seperti kepatuhan terhadap peraturan, risiko pasar, dan risiko kredit, yang memerlukan manajemen risiko dan edukasi pelanggan yang komprehensif untuk meningkatkan efektivitas penerapan MMQ (Sutono, 2020).

Penelitian yang dipublikasikan di JEMATech ini mengevaluasi penerapan MMQ di Bank Syariah Indonesia (BSI). Hasil penelitian ini menyarankan peningkatan kesadaran nasabah dan penyederhanaan prosedur untuk meningkatkan adopsi MMQ di perbankan syariah sehingga MMQ kurang populer dibandingkan akad Murabahah karena kompleksitasnya dan model kepemilikan bersama (Mitasari, Ramadhan, & Rahmawati, 2023).

Selain itu, penelitian Rahmat Firdaus dan Melisantri Okvita tentang kesesuaian Fatwa DSN MUI No. 4 Tahun 2000 tentang Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri memberikan wawasan penting tentang pentingnya kepatuhan terhadap fatwa tersebut untuk menjamin kesesuaian produk keuangan dengan syariah. . Temuan mereka menekankan pentingnya transparansi dan keadilan dalam semua transaksi keuangan, yang juga relevan dalam penerapan MMQ (Parman, n.d.)

RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena mengenai pelaksanaan akad musyarakah mutanaqishah dalam pembiayaan hipotek di BPRS Harta Insan Karimah Cabang Jakarta Timur. Penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara jelas dan rinci mengenai proses dan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kontrak ini (Sugiyono, 2017).

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pegawai dan manajemen BPRS Harta Insan Karimah untuk memperoleh informasi langsung mengenai pengalaman dan pandangan mereka mengenai pelaksanaan akad musyarakah mutanaqishah. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen relevan seperti laporan keuangan, perjanjian kontrak, dan kebijakan internal bank (Sugiyono, 2017).

Sumber data yang digunakan dalam studi ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dan observasi. Data sekunder berasal dari literatur, buku, jurnal, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan topik penelitian. Jenis data yang dikumpulkan meliputi data kualitatif berupa deskripsi proses, pandangan, dan pengalaman subjek penelitian, serta data kuantitatif berupa angka-angka dan statistik yang mendukung analisis.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, data yang telah dikumpulkan diorganisir dan dikategorikan berdasarkan tema-tema yang relevan. Kedua, data tersebut dianalisis menggunakan teknik analisis konten untuk menemukan pola dan hubungan. Ketiga, hasil analisis tersebut diinterpretasikan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai implementasi akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode, serta dengan melakukan verifikasi data kepada responden.

Dengan metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai implementasi akad musyarakah mutanaqishah dalam pembiayaan KPR pada BPRS Harta Insan Karimah Cabang Jakarta Timur, serta solusi-solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi kendala yang dihadapi.

RESULTS AND DISCUSSION

Implementasi akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah dilakukan melalui serangkaian tahapan yang berprinsip pada kehati-hatian dan kepatuhan terhadap syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses implementasi tersebut dalam pembiayaan KPR di BPRS Harta Insan Karimah Cabang Jakarta Timur.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, ditemukan bahwa proses ini mencakup berbagai langkah, mulai dari penentuan skema pembiayaan hingga pengalihan kepemilikan penuh kepada nasabah. Setiap tahapan dirancang secara cermat untuk memastikan transparansi dan keadilan bagi semua pihak yang terlibat, sehingga memberikan manfaat optimal bagi nasabah dan bank.

Dalam penelitian yang dilakukan tentang implementasi akad musyarakah mutanaqishah, ditemukan tiga indikator: kerjasama, pembiayaan, dan kepemilikan. BPRS Harta Insan Karimah telah berkontribusi pada ketiga indikator tersebut. Untuk indikator kerjasama, BPRS Harta Insan Karimah menunjukkan bahwa bekerja sama dengan panti asuhan dan lembaga lain untuk meningkatkan umkm. Untuk indikator pembiayaan, BPRS Harta Insan Karimah menunjukkan bahwa melakukan pembiayaan dalam KPR atau pada umkm yang ada di panti asuhan dan lembaga lainnya. Sedangkan untuk indikator kepemilikan, BPRS Harta Insan Karimah mengimplikasikan nasabah yang ingin membeli KPR melalui BPRS Harta Insan Karimah.

Proses implementasi akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah melibatkan berbagai tahapan yang dilakukan dengan prinsip kehati-hatian dan kepatuhan terhadap syariah. Tahapan-tahapan ini dimulai dari penentuan skema pembiayaan, penilaian kelayakan nasabah, pembentukan perjanjian musyarakah, hingga pengalihan kepemilikan penuh kepada nasabah. Setiap langkah dalam proses ini dirancang untuk memastikan transparansi dan keadilan bagi semua pihak yang terlibat, serta untuk memaksimalkan manfaat dari pembiayaan KPR yang ditawarkan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai tahapan-tahapan tersebut :

Tabel 1

Tahap Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah

Tahap	Deskripsi
Penentuan Skema Pembiayaan	Menentukan besaran kepemilikan rumah oleh masing-masing pihak dan perjanjian bagi hasil
Penilaian Kelayakan Pembiayaan	Menilai kelayakan pembiayaan terhadap nasabah, termasuk analisis kredit dan kemampuan membayar

Tahap	Deskripsi
Pembentukan Perjanjian	Membuat perjanjian musyarakah yang mengatur pembagian kepemilikan rumah dan pembagian hasil
Pembelian Rumah Bersama	Membeli rumah secara bersama-sama sesuai dengan pembagian kepemilikan yang disepakati
Pembayaran Sewa dan Cicilan	Menyewa sebagian rumah dari bank dan membayar sewa serta cicilan secara berkala
Pembagian Keuntungan dan Kerugian	Berbagi keuntungan dari pembayaran sewa dan pembelian sukarela serta kerugian jika terjadi
Proses Pemilikan Penuh	Mengalihkan hak kepemilikan rumah kepada nasabah setelah mencapai kepemilikan penuh
Pembuatan Akta Jual Beli	Mendokumentasikan pengalihan hak kepemilikan dalam akta jual beli di hadapan notaris
Pengawasan dan Audit	Proses pembiayaan diawasi dan diaudit oleh pihak yang berwenang untuk memastikan kepatuhan syariah

Sumber: Data Penelitian, 2024

Tabel 1 menjelaskan tahapan implementasi akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah yang dilakukan dengan cermat dan sistematis untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Tahapan pertama adalah penentuan skema pembiayaan, yang melibatkan penetapan besaran kepemilikan rumah oleh masing-masing pihak serta perjanjian bagi hasil. Setelah itu, dilakukan penilaian kelayakan pembiayaan terhadap nasabah melalui analisis kredit dan kemampuan membayar, untuk memastikan nasabah layak menerima pembiayaan.

Setelah kelayakan nasabah terkonfirmasi, bank dan nasabah membentuk perjanjian musyarakah yang mengatur pembagian kepemilikan rumah dan hasil. Tahap berikutnya adalah pembelian rumah secara bersama-sama sesuai dengan pembagian kepemilikan yang telah disepakati dalam perjanjian musyarakah. Nasabah kemudian menyewa sebagian rumah dari bank dan membayar sewa serta cicilan secara berkala.

Pembagian keuntungan dan kerugian dilakukan secara proporsional dari pembayaran sewa yang diterima bank serta pembelian sukarela dari nasabah, dengan kerugian dibagi sesuai kesepakatan awal. Pada akhir masa akad, setelah nasabah mencapai kepemilikan penuh atas rumah, bank akan mengalihkan hak kepemilikan rumah kepada nasabah. Proses ini didokumentasikan dalam akta jual beli yang dibuat di hadapan notaris

untuk memastikan keabsahan hukum.

Terakhir, proses pembiayaan diawasi dan diaudit oleh pihak yang berwenang untuk memastikan seluruh tahapan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pengawasan dan audit ini penting untuk menjaga integritas dan transparansi dalam implementasi akad musyarakah mutanaqishah. Data penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya setiap tahapan dalam proses pembiayaan untuk memastikan keadilan dan kepatuhan syariah bagi semua pihak yang terlibat.

Implementasi akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah tidak terlepas dari berbagai kendala yang menghambat kelancaran prosesnya. Kendala-kendala tersebut mencakup kurangnya pemahaman nasabah mengenai akad ini, beban biaya transaksi yang tinggi, dan tantangan dalam penilaian kelayakan pembiayaan. (Rahman, Hoque, Yusuf, Bin Yusoff, & Begum, 2023). Apa pun yang menghalangi sistem untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi dianggap sebagai kendala. Ada dua tantangan dalam masalah ini: bebas biaya transaksi dan pembayaran pajak, dan pembayaran konsumen pada tahun pertama menjadi sulit. Mengatasi hambatan-hambatan ini memerlukan pendekatan yang cermat dan taktik yang tepat. Beberapa solusi yang telah diusulkan antara lain.

Tabel 2

Strategi Solusi untuk Mengatasi Kendala Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqishah

Strategi	Deskripsi
Sosialisasi dan Edukasi	Meningkatkan program sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang akad musyarakah mutanaqishah
Pengembangan Produk	Mengembangkan variasi produk pembiayaan yang lebih fleksibel dan inovatif
Optimalisasi Kontrak	Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia BPRS dalam mengelola dan menjelaskan akad ini

Sumber: Data Penelitian, 2024

Tabel 2 menggambarkan berbagai strategi solusi yang dirancang untuk mengatasi kendala implementasi akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah. Strategi-strategi ini mencakup sosialisasi dan edukasi, pengembangan produk, serta

optimalisasi kontrak.

Strategi pertama adalah meningkatkan program sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai akad musyarakah mutanaqishah. Dengan memberikan informasi yang lebih jelas dan komprehensif, diharapkan masyarakat akan lebih memahami manfaat dan mekanisme akad ini, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi nasabah.

Selanjutnya, pengembangan variasi produk pembiayaan yang lebih fleksibel dan inovatif menjadi fokus kedua. Dengan menawarkan produk-produk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, BPRS Harta Insan Karimah dapat menarik lebih banyak nasabah dan memenuhi berbagai kebutuhan pembiayaan, baik untuk perumahan maupun usaha.

Strategi ketiga adalah optimalisasi kontrak, tujuannya adalah untuk meningkatkan kemampuan sumber daya manusia di BPRS dalam mengelola dan menjelaskan akad musyarakah mutanaqishah. Dengan sumber daya manusia yang lebih terampil dan berpengetahuan, proses implementasi akad dapat berjalan lebih lancar dan efisien, serta nasabah mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai hak dan kewajiban mereka.

Secara keseluruhan, strategi-strategi ini dirancang untuk mengatasi kendala-kendala yang ada dan memastikan implementasi akad musyarakah mutanaqishah dapat berjalan dengan baik, memberikan manfaat maksimal bagi nasabah dan bank, serta memperkuat posisi BPRS Harta Insan Karimah dalam industri perbankan syariah. Data penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan dalam implementasi akad syariah.

Hasil interpretasi wawancara menunjukkan bahwa implementasi akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah memberikan berbagai keuntungan signifikan bagi bank dan nasabah.

Keuntungan dari bentuk kerjasama melalui akad musyarakah mutanaqishah bagi BPRS Harta Insan Karimah pada pembiayaan KPR sangat signifikan. Keuntungan utama yang disampaikan dalam wawancara meliputi beberapa aspek. Pertama, akad ini mengutamakan prinsip kepatuhan syariah dengan tidak adanya pembayaran bunga atau

riba yang dilarang oleh agama Islam. Kedua, sistem bagi hasil yang adil memastikan bahwa baik bank maupun nasabah akan berbagi keuntungan maupun kerugian secara proporsional. Selain itu, pembayaran yang fleksibel dan transparansi dalam setiap transaksi juga menjadi nilai tambah yang penting. Dukungan terhadap kebutuhan tempat tinggal juga disebutkan sebagai salah satu keuntungan utama, memungkinkan lebih banyak masyarakat untuk mendapatkan akses terhadap pembiayaan rumah.

Cara BPRS Harta Insan Karimah dalam membangun kerjasama dengan nasabah dalam akad musyarakah mutanaqishah melibatkan unsur syirkah (kerjasama) dan ijarah (sewa). Kerjasama melibatkan partisipasi modal atau dana serta kepemilikan aset bersama, sementara sewa adalah uang yang diberikan oleh salah satu pihak kepada pihak lain sebagai kompensasi. Hal ini mencerminkan pentingnya kolaborasi dalam mencapai tujuan bersama.

Bentuk kerjasama menjadi bagian penting yang harus dimiliki oleh BPRS Harta Insan Karimah karena menciptakan simbiosis mutualisme. Kerjasama ini memberikan keuntungan yang adil sesuai dengan porsi masing-masing pihak dan memastikan bahwa risiko ditanggung bersama. Dengan demikian, kerjasama ini meningkatkan hubungan antara bank dan nasabah selain menghasilkan keuntungan finansial.

Strategi BPRS Harta Insan Karimah dalam meningkatkan jumlah nasabah mencakup beberapa langkah penting. Penetrasi pasar dilakukan untuk mengukur sejauh mana produk atau jasa digunakan oleh konsumen dibandingkan dengan total pasar yang ada. Selain itu, Fokus utama juga terletak pada pengembangan produk bank syariah yang inovatif dan kreatif, serta peningkatan promosi dan pemahaman tentang produk tersebut. Peningkatan kualitas pelayanan dan kerjasama dengan berbagai institusi atau mitra usaha seperti developer, pasar, dan pengusaha di berbagai bidang usaha juga merupakan bagian dari strategi ini.

Namun, ada beberapa hambatan dalam melakukan bentuk kerjasama pada nasabah BPRS Harta Insan Karimah dalam akad musyarakah mutanaqishah. Hambatan tersebut meliputi beban biaya transaksi dan pembayaran pajak yang harus ditanggung, serta pembayaran yang terasa berat bagi nasabah pada tahun pertama. Mengatasi hambatan ini memerlukan pendekatan yang cermat dan taktik yang tepat.

Hubungan kerjasama antara BPRS Harta Insan Karimah dengan lembaga keuangan syariah lainnya melibatkan pembiayaan sindikasi, dimana dua kreditur atau lebih bersama-sama memberikan pinjaman kepada satu debitur atau lebih. Selain itu, BPRS Harta Insan Karimah juga berbagi informasi mengenai nasabah pembiayaan yang layak dibiayai sesuai dengan kebutuhan produk pembiayaan, besaran modal, dan bagi hasil yang sesuai.

Pengelolaan aset daerah melalui status kepemilikan modal pada pembiayaan KPR pada akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah dilakukan dengan perencanaan yang tepat, pelaksanaan yang efisien dan efektif, serta pengawasan yang ketat. Hal ini memastikan bahwa setiap tahap dilakukan sesuai dengan prinsip syariah dan mengoptimalkan penggunaan aset.

Dalam bank syariah, masalah kepemilikan suatu benda sangat diperhatikan untuk memastikan status kepemilikan yang jelas, memilih investasi yang benar, serta mencapai penggunaan dan pemanfaatan aset secara optimal. Kepemilikan harta dalam perspektif bank syariah melalui akad musyarakah mutanaqishah melibatkan kerjasama dua pihak dimana salah satu pihak mengurangi hak kepemilikannya secara bertahap sementara pihak lain menambah hak kepemilikannya.

Pandangan BPRS Harta Insan Karimah terkait kepemilikan kolektif adalah bahwa kepemilikan suatu benda atau aset dilakukan secara bersama-sama antara dua atau lebih kelompok. Hal ini memungkinkan perpindahan kepemilikan dilakukan secara kolektif, misalnya dalam pembiayaan KPR kolektif untuk perumahan khusus suatu instansi atau developer tertentu.

Pada kasus nasabah yang ingin memiliki status kepemilikan tanah tetapi tidak mempunyai sertifikat tanah, agunan pokoknya adalah rumah yang dibiayai oleh KPR tersebut. Bank tidak perlu meminta agunan tambahan untuk hal-hal yang tidak terkait langsung dengan tujuan pembiayaan. Untuk memastikan bahwa transaksi jual beli tanah benar-benar sah secara hukum, proses harus dilakukan di hadapan notaris atau PPAT.

Setiap akad terdiri dari perjanjian tertulis yang mencakup ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan), serta kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, dan hak serta

kewajiban yang diatur. Nasabah juga menyebutkan bahwa pembiayaan KPR di BPRS Harta Insan Karimah saat ini hanya dapat diajukan melalui developer perumahan yang bermitra dengan bank. Penanganan nasabah yang bermasalah dilakukan melalui komunikasi dan monitoring angsuran pembayaran, serta langkah-langkah restrukturisasi jika diperlukan.

Perbedaan utama antara pembiayaan KPR yang ditawarkan oleh bank konvensional dan bank syariah adalah prinsip pembagian keuntungan dan kerugian yang sesuai dengan syariah dalam bank syariah, dibandingkan dengan penggunaan bunga dalam bank konvensional. Analisa kelayakan nasabah dalam bank syariah melibatkan analisis 5 C: Character, Capacity, Capital, Condition, dan Collateral untuk mengevaluasi kelayakan bisnis dan kemampuan nasabah. Kelebihan bagi nasabah BPRS Harta Insan Karimah meliputi prinsip kepatuhan syariah, sistem bagi hasil yang adil, pembayaran yang fleksibel, dan dukungan terhadap kebutuhan tempat tinggal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi akad musyarakah mutanaqishah memberikan banyak keuntungan bagi nasabah, seperti kepatuhan syariah, sistem bagi hasil yang adil, dan fleksibilitas pembayaran.

Studi sebelumnya menemukan bahwa akad musyarakah mutanaqishah lebih sesuai dengan prinsip syariah daripada kontrak murabahah (Nurhayati & Hasan, 2022). Selain itu, strategi solusi yang diusulkan juga didukung oleh literatur yang menyatakan bahwa sosialisasi dan edukasi merupakan kunci keberhasilan dalam mengimplementasikan produk pembiayaan syariah (Rojikin, 2022).

Implementasi akad musyarakah mutanaqishah di BPRS Harta Insan Karimah tidak hanya memberikan solusi bagi masyarakat yang membutuhkan pembiayaan rumah tanpa riba, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi syariah di Indonesia. Dengan mengatasi kendala yang ada dan menerapkan strategi solusi yang tepat, BPRS Harta Insan Karimah dapat lebih efektif dalam mengimplementasikan akad ini dan meningkatkan kepercayaan nasabah.

Conclusion

Penelitian ini mengkaji implementasi akad musyarakah mutanaqishah dalam pembiayaan KPR di BPRS Harta Insan Karimah Cabang Jakarta Timur. Hasil studi menunjukkan bahwa akad ini menawarkan berbagai keuntungan signifikan bagi nasabah dan bank, termasuk kepatuhan terhadap prinsip syariah, sistem bagi hasil yang adil, fleksibilitas pembayaran, dan transparansi dalam setiap transaksi. Namun, implementasi akad ini juga menghadapi beberapa kendala, seperti kurangnya pemahaman nasabah dan beban biaya transaksi yang tinggi. Strategi solusi yang diusulkan, seperti peningkatan program sosialisasi dan edukasi, pengembangan produk yang lebih fleksibel dan inovatif, serta optimalisasi kontrak, diharapkan dapat mengatasi kendala tersebut.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam pemahaman mengenai efektivitas akad musyarakah mutanaqishah dalam pembiayaan KPR, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya edukasi dan sosialisasi dalam meningkatkan pemahaman dan penerimaan nasabah terhadap produk pembiayaan syariah. Dari segi praktis, temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk BPRS Harta Insan Karimah dan lembaga keuangan syariah lainnya dalam merancang dan mengimplementasikan akad musyarakah mutanaqishah secara lebih efektif.

Untuk penelitian di masa depan, disarankan agar studi ini diperluas dengan mencakup lebih banyak lembaga keuangan syariah dan lokasi geografis yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian lebih lanjut juga dapat mengkaji dampak jangka panjang dari implementasi akad musyarakah mutanaqishah terhadap kinerja keuangan bank dan kesejahteraan nasabah. Dengan demikian, diharapkan temuan-temuan baru dapat terus memperkaya literatur dan praktik dalam bidang ekonomi syariah.

REFERENCES

- Achmad, U., Budiandru. (2023). Pengaruh Kinerja Laporan Keuangan Bank Pengkreditan Rakyat Syariah Dan Konvensional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 23(1). <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v23i1.10930>
- Akhmadi, S. (2019). Hukum Musyarakah Mutanaqhisah dan Implementasinya pada Perbankan Syariah. *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum Dan Konstitusi*, 2(1). <https://doi.org/10.24090/volksgeist.v2i1.2283>
- Andrianto, Firmansyah. (2019). Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori dan Praktek). CV Penerbit Qiara Media.
- Annisa, M., Wardah, Y. (2020). Paradigma Profit And Loss Sharing: Hambatan Dan Peluang Dalam Pembiayaan Musyarakah. *Annual Conference On Ihtifaz: Islamic Economics, Finance, And Banking*.
- Anggraini, T., Nasution, M. Y., & Soemitra, A. (2021). Implementation Strategy of the Mutanaqishah Musyarakah Academic at Home Ownership Financing in Sharia Banks in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2). <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1941>
- Ashsiddiqy, M. R., Monoarfa, H., & Cakhyanu, A. (2020). Implementation of Aqad Musyarakah Mutanaqisah (MMQ) Take Over Financing on KPR Products in Sharia Banks. *Review of Islamic Economics and Finance*, 1(1). <https://doi.org/10.17509/rief.v1i1.23745>
- Cabang, K., & Parman, M. S. (n.d.). *PENERAPAN AKAD MUSYARAKAH MUTANAQISAH PADA KPR (KREDIT PEMILIKAN RUMAH) BANK BRI SYARIAH*.
- Devid, F. A. S., Muhammad, I. F., Aqil, M. B. (2020). Implementasi Akad Syariah Dalam Surat Perjanjian Pada Produk KPR Syariah Ib Hebat Di BPRS Dana Amanah Surakarta. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 4(1). <https://doi.org/10.32627/maps.v4i1.193>
- Febriana, S. P. (2022). Kendala-Kendala Dalam Penerapan Pembiayaan Akad Musyarakah Pada Bank Aceh Syariah KCP Ulee Kareng. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>
- Firdaus, R., & Okvita, M. (2020). Kesesuaian Fatwa DSN MUI No. 4 Tahun 2000 Pada Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Padang Panjang. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 208. <https://doi.org/10.30983/es.v4i2.3584>
- Hadiat, Oyo, S. M., Ayi, Y. R. (2024). Implementasi Pembiayaan Musyarakah Mutanaqisah Di Perbankan Syariah Indonesia. *Cantaka: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.61492/cantaka.v2i1.141>
- Hasan, A. F. (2018). Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer (Teori dan Praktek). UIN-Maliki Malang Press.
- Husein, M. T. (2019). Telaah Kritis Akad Musyarakah Mutanaqisah. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(1). <https://doi.org/10.31000/almaal.v1i1.1775>
- Iryani, D. L. (2024). Akuntansi Syariah Landasan dan Implementasi Akad Murabahah, Musyarakah, dan Mudharabah. *Uwais Inspirasi Indonesia*.
- Kumalasari, N., Zulpahmi, Z., & Nurhayadi, Y. (2022). Pengaruh Inflasi Bagi Hasil, Non Performing Financing, dan Produk Domestik Bruto Terhadap Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Global Journal of Islamic Banking and Finance (JIHBIZ)*, 4(1). <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v4i1.12431>
- Laras, L. (2023). PELAKSANAAN PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH (PPR) DENGAN MENGGUNAKAN AKAD MUSYARAKAH MUTANAQISHAH PADA BANK KALBAR SYARIAH CABANG SAMBAS. *Sebi : Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1). <https://doi.org/10.37567/sebi.v5i1.1628>
- Melzan, Z. (2023). Implementasi Akad Istishna Pada Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah Di Developer CV. Granada Village Residence. *JURNAL MUAMALAT INDONESIA - JMI*, 3(2). <https://doi.org/10.26418/jmi.v3i2.66996>
- Mitasari, V., Ramadhan, A., & Rahmawati, R. (2023). Penerapan Akad Musyarakah Mutanaqishah Dalam Pembiayaan KPR Syariah di Bank BSI. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 6(2), 211–219. <https://doi.org/10.32500/jematech.v6i2.4026>
- Mubarok, J. (2021). *Perkembangan Akad Musyarakah*. Kencana Prenada Media Group.
- Mujaddidi, A. S. (2020). Implikasi Teori Percampuran Akad Mudharabah Dan Musyarakah Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sumenep). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*,

3(1). <https://doi.org/10.15642/manova.v3i1.202>

- Nadila, R. D., & Leli, J. S. (2024). Pelaksanaan Parate Eksekusi Terhadap Akad Musyarakah Mutanaqisah Di Bank Syariah Indonesia. *Media Of Law And Sharia*, 5(2). <https://doi.org/10.37567/shar-e.v10i2.2704>
- Najmah, S., Iwan, P., Intan, N. (2024). Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqishah Pada Produk Pembiayaan BSI Griya. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah (JRES)*. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSSEL/article/view/10264>
- Nurhayati, Y., & Hasan, A. (2022). Analysis of the Mutanaqisah Musyarakah Contract as a Solution for Home Ownership Financing in Islamic Banking. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(1). <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1770>
- Rahayu, Y. U., Hidayat, Y. R., & Rojak, E. A. (2020). Analisis Fatwa Dewan Syari'ah Nasional MUI No: 73/DSN-MUI/XI/2008 terhadap Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqisah pada Pembiayaan Kepemilikan Rumah IB Masalah di Bank Jabar Banten Syariah. *Hukum Ekonomi Syariah*, 7.
- Rahman, M. K., Hoque, M. N., Yusuf, S. N. S., Bin Yusoff, M. N. H., & Begum, F. (2023). Do customers' perceptions of Islamic banking services predict satisfaction and word of mouth? Evidence from Islamic banks in Bangladesh. *PLoS ONE*, 18(1 January). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280108>
- Robit, M., Purwanto, Yenny, F., Achmad, L. (2024). Implementasi Akad Musyarakah Mutanaqishah Di BNU'26 Syariah Magelang. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 10(2). <https://doi.org/10.37567/shar-e.v10i2.2704>
- Rojikin, I. (2022). Musyarakah mutanaqishah Contract Concept: Review of Product Refinancing and Take Over. *Jurnal Mediasas : Media Ilmu Syari'ah Dan Ahwal Al-Syakhsyiyah*, 5(2). <https://doi.org/10.58824/mediasas.v5i2.493>
- Ryandono, M. N. H., & Wahyudi, R. (2018). *Manajemen Bank Islam: Pendekatan Syariah dan Praktek*. UAD PRESS.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In *Metodelogi Penelitian*. In *Metodelogi Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*.
- Sutono. (2020). IMPLIKASI AKAD MUSYARAKAH MUTANAQISAH PERBANKAN SYARI'AH (Studi Peluang dan Resiko di Bank Mu'amalat Surabaya). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 8(2), 001–019.
- Tri Astuti, R. I. (2023). Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*, 2(1). <https://dx.doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1655>

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN *COFFEE SHOP* DI KECAMATAN
KEBAYORAN BARU**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**



Uhamka
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

Oleh

KRISNA AYUNINGTYAS

2001085036

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

2024

HALAMAN PERSETUJUAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* Di Kecamatan Kebayoran

Nama : Krisna Ayuningtyas

NIM : 2001085036

Setelah diperiksa dan dikoreksi melalui proses bimbingan, maka dosen pembimbing dengan ini menyatakan setuju terhadap skripsi ini untuk diujikan atau disidangkan.

Jakarta, 25 Juli 2024

Dosen Pembimbing,



Prof.Dr. Hj. Sri Astuti, M.Pd

NIDN. 0302127002

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop*
di Kecamatan Kebayoran Baru
Nama : Krisna Ayuningtyas
NIM : 2001085036

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi, dan direvisi sesuai saran
penguji

Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas : Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
Hari : Selasa
Tanggal : 6 Agustus 2024
Tim Penguji

	Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua			
Merangkap	Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd.		19/8/24
Penguji II			
Sekretaris	Dr. Trisni Handayani, M.Pd.		19/8/24
Pembimbing	Prof. Dr. Hj. Sri Astuti, M.Pd.		18.8.24
Penguji I	Dr. Budi Permana Yusuf, MM		16/8-2024

Disahkan oleh,
Dekan,


Prof. Dr. Sri Purnamasari, M.Pd., Ph.D.
NIDN. 0207017404

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Krisna Ayuningtyas
Nim : 2001085036
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* Di Kecamatan Kebayoran Baru** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya bukan plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasi sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang berlaku. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini, baik sebagian maupun keseluruhan merupakan plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 28 Juli 2024



Nama: Krisna Ayuningtyas

NIM: 2001085036

ABSTRAK

Krisna Ayuningtyas : 2001085060. “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* Di Kecamatan Kebayoran Baru”. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* Di Kecamatan Kebayoran. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif asosiatif dengan menyebarkan kuesioner. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Non-Probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*.

Uji validitas pada variabel *store atmosphere* (X) 20 item dikatakan valid, sedangkan pada uji reliabilitas variabel *store atmosphere* (X) memperoleh nilai cronbach's alpha sebanyak $0.936 > \text{nilai acuan } 0,6$, maka dapat disimpulkan data pada variabel *store atmosphere* (X) dinyatakan reliabel. Untuk uji validitas pada variabel keputusan pembelian (Y) dengan total pernyataan 21 item dengan 20 soal valid dan 1 soal invalid, sedangkan pada uji reliabilitas variabel keputusan pembelian (Y) memperoleh nilai cronbach's alpha sebanyak $0.947 > \text{nilai acuan } 0,6$, maka dapat disimpulkan data pada variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel. Selanjutnya data di analisis menggunakan uji persyaratan yaitu uji normalitas menggunakan SPSS versi 27.0 uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh *Asymp.sig* $0,200 > \text{tingkat signifikansi } 0,05$, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Uji linieritas menggunakan SPSS versi 27.0 diperoleh nilai sebesar $0,157 > 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel *store atmosphere* dan keputusan pembelian mempunyai hubungan yang linier.

Uji hipotesis analisis regresi linier sederhana menggunakan SPSS versi 27.0 yang mendapatkan nilai koefisien regresi variabel *store atmosphere* sebesar $0,724$ yang bertanda positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *store atmosphere* mengalami kenaikan satu skor secara signifikan dan memberikan satu skor pada variabel keputusan pembelian. Sedangkan pengujian hipotesis analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan excel mendapatkan hasil yang sama yaitu sebesar $0,724$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *store atmosphere* memberikan kenaikan secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Uji hipotesis parsial (uji t) diperoleh t hitung sebesar $11,763 > t \text{ tabel } 1,661$ atau nilai signifikansinya $= 0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang dapat diartikan secara parsial terdapat pengaruh positif yang signifikan pada *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian konsumen *coffee shop* di Kecamatan Kebayoran Baru. Selanjutnya uji determinasi nilai R-Square menggunakan Microsoft Excel sebesar 0.584 dan menggunakan SPSS versi 27.0 mendapatkan hasil yang sama sebesar $0,584$ atau $58,4\%$, maka dapat disimpulkan bahwa *store atmosphere* mempengaruhi keputusan pembelian sebesar $58,4\%$ sedangkan sisanya $41,6\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian, *Coffee Shop*

ABSTRACT

Krisna Ayuningtyas : 2001085060. *"The Influence of Store Atmosphere on Coffee Shop Consumer Purchasing Decisions in Kebayoran Baru District". Thesis. Jakarta: Economic Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Muhammadiyah University Prof. DR. Hamka, 2024.*

This research aims to determine whether there is an influence between Store Atmosphere and Coffee Shop Consumer Purchasing Decisions in Kebayoran Baru District on consumers who make dine-in purchases at Coffee Shops in Kebayoran Baru District, South Jakarta. The research method used is associative quantitative, done by distributing questionnaires. The sample used in this research was Probability sampling with a purposive sampling technique.

The validity test of the store atmosphere variable (X) with a total of 20 items of statements and all statements were said to be valid, while the reliability test of the store atmosphere variable (X) obtained a Cronbach's alpha value of 0.936 > reference value of 0.6, so it can be concluded that the data on the store variable atmosphere (X) is declared reliable. To test the validity of the purchasing decision variable (Y) with a total of 21 item statements with 20 valid questions and one invalid question, while in the reliability test, the purchasing decision variable (Y) obtained a Cronbach's alpha value of 0.947 > reference value of 0.6, it can be concluded data on the purchasing decision variable (Y) is declared reliable. Furthermore, the data was analyzed using the requirements test, namely the normality test using Excel on the store atmosphere variable (X), which obtained a value of $D(0.119) < K(0.134)$, which means that H_0 was accepted, H_a was rejected or had a normal distribution. While testing the normality test using SPSS version 27.0, the Kolomogorov-Smirnov statistical test obtained Asymp. Sig 0.200 > significance level of 0.05, so it can be concluded data is usually distributed. The linearity test using SPSS version 27.0 obtained a value of 0.157 > 0.05, so the store atmosphere variables and purchasing decisions have a linear relationship.

Test the simple linear regression analysis hypothesis using SPSS version 27.0, which obtained a regression coefficient value for the store atmosphere variable of 0.724, which has a positive sign, so it can be concluded that the store atmosphere variable experienced a significant increase of one score, thus giving a rise of one score to the purchasing decision variable. Meanwhile, testing the hypothesis of simple linear regression analysis using Excel obtained the same result, namely 0.724, so it can be said that the store atmosphere variable significantly increases the purchasing decision variable. Partial hypothesis testing (t-test) obtained a t count of 11.763 > t table 1.661 or significance value = 0.001 < 0.05, so it can be concluded that H_0 is rejected. H_a is accepted, which can be partially interpreted as having a significant favourable influence on store atmosphere and decisions—coffee shop consumer purchases in the Kebayoran Baru subdistrict. Furthermore, the R-Square value determination test using Microsoft Excel was 0.584 and using SPSS version 27.0 to get the same result of 0.584 or 58.4%, so it can be concluded that store atmosphere influences purchasing decisions by 58.4%. In contrast, the remaining 41.6 is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: Store Atmosphere, Buying Decision, Coffee Shop

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyusun tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* Di Kecamatan Kebayoran Baru”.

Shalawat serta salam semoga tercurah kepada baginda besar kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa risalah islamiah sehingga kita berada pada zaman yang tercerahkan dan berkeadaban. Pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Purnama Syae Purrohman, M.Pd Ph.D, Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
2. Ibu Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd, Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi.
3. Ibu Dr. Trisni Handayani, M.Pd, Sekretaris Program Studi Pendidikan Ekonomi.
4. Ibu Prof.Dr. Hj. Sri Astuti, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dalam skripsi ini dan menemani ketika sedang skripsi.
5. Camelia Safitri. M.Pd selaku dosen pembimbing ke 2 yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan masukan,support,bimbingan dan arahan untuk penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UHAMKA.
7. Terimakasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan nikmat sehat dan rezeki sampai saat ini
8. Terimakasih kepada bunda Puji Prihatiningsih yang selalu support, selalu ada dan memberikan yang terbaik agar peneliti lulus dengan gelar S.Pd.
9. Terimakasih kepada Aprilliana Putri yang selalu support dan selalu memberikan masukan ketika peneliti lagi mengalami masa sulit.
10. Terimakasih kepada Erlangga Muhammad Iqbal yang selalu support dan mau nganterin peneliti kemanapun.
11. Terimakasih kepada Nurul Azkia yang sudah menemani ketika peneliti butuh healing selama mengerjakan skripsi.
12. Terimakasih kepada Deza Fauzan yang selalu support peneliti untuk lulus S1.
13. Terimakasih kepada Erlina, Nisa, Hapzah yang selalu support dan menemani peneliti dalam keadaan apapun.

14. Terimakasih kepada Istika, Ruby, Jihan, Erika, Anisa, marisa dan Reza yang telah menemani berproses selama perkuliahan serta membuat dunia perkuliahan menjadi menyenangkan.
15. Terimakasih kepada Taylor Swift yang sudah menciptakan lagu untuk menemani dan membuat semangat dalam mengerjakan skripsi.
16. Terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah bertahan dan berjuang sampai saat ini. Dan terimakasih karena masih mau bangkit kembali ketika sedang berada di bawah.

Semoga jasa dan kebaikan Bapak/Ibu tercatat sebagai amal baik yang akan mendapat balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini memberi manfaat baik bagi peneliti, pembaca, dan pengembangan ilmu.

Jakarta, 30 Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Krisna' followed by a stylized 'Ayuningtyas'.

Krisna Ayuningtyas

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ORIGINALITAS.....	iv
ASTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah.....	13
D. Rumusan Masalah	13
E. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	16
A. Deskripsi Teori	16
1. Variabel Terikat (Keputusan Pembelian).....	17
2. Variabel Bebas (Store Atmosphere).....	24
B. Penelitian Yang Relevan.....	32
C. Kerangka Berfikir.....	36
D. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
A. Tujuan Penelitian.....	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
C. Metode Penelitian.....	43
D. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi	44
2. Sampel.....	45

3. Teknik Pengambilan Sampel	45
4. Ukuran Sampel	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
1. Instrumen Variabel Terikat (Keputusan Pembelian).....	49
2. Instrumen Variabel Bebas (<i>Store Atmosphere</i>)	58
F. Teknis Analisis Data.....	66
1. Deskripsi Data	67
2. Pengujian Pernyataan Analisis	71
3. Pengujian Hipotesis	73
G. Hipotesis Statistika.....	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	76
A. Deskripsi Data.....	76
B. Pengujian Data Persyaratan Analisis.....	92
C. Pengujian Hipotesis.....	97
D. Pembahasan Hasil Penelitian	103
F. Keterbatasan Penelitian.....	106
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....	108
A. Simpulan	108
B. Implikasi.....	109
C. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan	33
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	42
Tabel 3. 2 Jumlah Populasi yang melakukan pembelian dine in	45
Tabel 3. 7 Skala Likert.....	52
Tabel 3. 8 Kisi-kisi Instrumen	52
Tabel 3. 9 Hasil Uji coba Validitas Instrumen Variabel Y	55
Tabel 3. 10 Hasil Uji Coba Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	60
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen	61
Tabel 3. 5 Hasil Uji coba Validitas Instrumen Variabel X.....	63
Tabel 3. 6 Hasil Uji Coba Reliabilitas Store Atmosphere (X)	65
Tabel 4. 1 Daftar Distribusi Frekuensi	82
Tabel 4. 2 Daftar Distribusi Frekuensi	83
Tabel 4. 3 Rangkuman Data Hasil Skor Variabel X (Store Atmosphere)	84
Tabel 4. 4 Daftar Distribusi Frekuensi	88
Tabel 4. 5 Daftar Distribusi Frekuensi	89
Tabel 4. 6 Rangkuman Data Hasil Skor Variabel Y	90
Tabel 4. 7 Hasil Uji Coba Normalitas Variabel Store Atmosphere (X)	93
Tabel 4. 8 Hasil Uji Coba Normalitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	93
Tabel 4. 9 Hasil Uji Coba Normalitas Variabel Store Atmosphere (X)	94
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linieritas	96
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	98
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	99
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²).....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022/2023.....	2
Gambar 1. 2 Dari AS sampai Rusia, Ini Negara Tujuan Ekspor Kopi Indonesia pada 2022	3
Gambar 1. 3 Indonesia Merajai Pasar Kopi Modern di Asia Tenggara pada 2023.....	4
Gambar 1. 4 Jumlah Usaha Penyedia Makanan & Minuman di DKI Jakarta Terbanyak se-Indonesia	11
Gambar 2. 1 Body Of Knowledge (BOK)	17
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir	37
Gambar 3. 1 Lokasi Kopi Nako Barito	40
Gambar 3. 2 Lokasi Mosslife Coffee	40
Gambar 3. 3 Lokasi Kopikalyan wijaya	41
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang	78
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang	79
Gambar 4. 4 Diagram Histogram	85
Gambar 4. 5 Diagram Histogram	91
Gambar 4. 6 Garis Regresi Linier Sederhana (Trend)	97
Gambar 4. 7 Garis Regresi Linier Sederhana (Trend)	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Uji Validitas	121
Lampiran 2: Hasil Uji Validitas	128
Lampiran 3: Kuesioner Uji Asli.....	143
Lampiran 4: Uji Asli	150
Lampiran 5: Surat Keterangan Izin Penelitian.....	170
Lampiran 6: Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian	173
Lampiran 7: Keterangan Bimbingan SIBAK	176
Lampiran 8: Dokumentasi Penelitian	177
Lampiran 9: Daftar Riwayat Hidup.....	17878

THE CLOUT OF LIFESTYLE ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN STUDENTS

LAPORAN PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Tahun Akademik 2023/2024



Disusun Oleh:

Istika Ratna 2001085060

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Artikel : The Clout of Lifestyle On Consumptive Behavior in Students

Nama : Istika Ratna

NIM : 2001085060

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Reviewer Artikel, dan direvisi sesuai saran reviewer

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas : Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Hari : Sabtu

Tanggal : 27 Juli 2024

Tim Reviewer

	Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua			
Merangkap	: Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd		13/8/2024
Reviewer I			
Sekretaris			
Merangkap	: Dr. Trisni Handayani, M.Pd		13/8/2024
Reviewer II			
Pembimbing	: Dr. Budi Permana Yusuf, S.E, MM		13/8/2024

Disahkan oleh
Dekan,




Purrohman, M.Pd., Ph.D
NIDN. 030701740

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Istika Ratna

NIM : 2001085060

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa artikel yang saya buat dengan judul "*The Clout of Lifestyle On Consumptive Behavior in Students*" merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya bukan plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang berlaku. Apabila ternyata dikemudian hari artikel ini, baik sebagian maupun keseluruhan merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 3 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Istika Ratna

NIM. 2001085060

**EDUEKSOS****JURNAL PENDIDIKAN SOSIAL DAN EKONOMI***(The Journal of Social and Economics Education)**Published by: Tadris IPS, IAIN Syekh Nurjati Cirebon**www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/edueksos*

p-ISSN: 2252-9942 e-ISSN: 2548-5008



Cirebon, 21 Juni 2024

No. : 019/ Penerimaan/ Edueksos/ VI/ 2024
Lampiran : -
Hal : Surat Penerimaan Naskah Publikasi Jurnal

Kepada Yth:

Istika Ratna, Budi Permana Yusuf

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia

Terimakasih telah mengirimkan artikel ilmiah untuk diterbitkan pada Jurnal Edueksos (p-ISSN: 2252-9942 and e-ISSN: 2548-5008) terakreditasi SINTA 3, dengan Judul:

THE CLOUT OF LIFESTYLE ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN STUDENTS

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan **DITERIMA** untuk dipublikasikan di Jurnal kami untuk Volume XIII, Nomor 02, Desember 2024. Artikel tersebut akan tersedia secara online di <https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/edueksos/issue/archive>. Pada akhir bulan Desember 2024.

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Hormat kami,



Khomarudin, M.Pd
Editor in Chief

**EDUEKSOS****JURNAL PENDIDIKAN SOSIAL DAN EKONOMI***(The Journal of Social and Economics Education)*

Published by: Tadris IPS, IAIN Syekh Nurjati Cirebon

www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/edueksos

p-ISSN: 2252-9942 e-ISSN: 2548-5008

**LEMBAR EVALUASI PAPER**

Penulis : **Istika Ratna, Budi Permana Yusuf**
Volume : XIII, Nomor 02, Desember 2024
Judul : **THE CLOUT OF LIFESTYLE ON CONSUMPTIVE
BEHAVIOR IN STUDENTS**

A. OBJEK EVALUASI

No.	Deskripsi	Komentar
1.	Keterwakilan isi artikel dalam Judul	Isi sudah relevan dengan judul
2.	Cerminan isi artikel dalam Abstrak	Baik, Masalah, metode dan hasil terwakili
3.	Ruang Lingkup Penelitian dalam Katakunci	Baik
4.	Kejelasan Metodologi Penelitian	Baik
5.	Penyajian dan interpretasi Data	Baik
6.	Penggunaan Tabel dan Gambar	Baik
7.	Relevansi Diskusi/Analisis dengan Hasil Penelitian	Baik
8.	Relevansi Acuan/Referensi	Baik
9.	Kontribusi terhadap Ilmu Pengetahuan	Baik
10.	Sistematika Penulisan	Baik
11.	Penggunaan Bahasa	Baik

B. KEPUTUSAN REVIEWER

1. Artikel dapat diterbitkan secara langsung [....]
2. Artikel dapat diterbitkan dengan sedikit revisi [....]
3. Artikel dapat diterbitkan dengan banyak revisi [√]
4. Artikel silahkan kembali ke kami untuk re-evaluasi setelah revisi [....]
5. Artikel tidak layak untuk diterbitkan berdasarkan alasan di atas [....]

Hormat Kami,


EDUEKSOS
Jurnal Pendidikan Sosial dan Ekonomi
Khonfarudin, M.Pd
Editor in Chief

THE CLOUT OF LIFESTYLE ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN STUDENTS**Istika Ratna¹, Budi Permana Yusuf²**Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia ^{1,2}istikaratna@uhamka.ac.id, budipermana123y@uhamka.ac.id**Article History**

Received:

10-06-2024

Revised:

19-06-2024

Accepted:

26-06-2024

Available online:

30-12-2024

ABSTRACT

The consumptive behavior among teenagers continues to increase due to excessive lifestyle following trends for self-existence. This study desires to find out the influence of lifestyle on consumptive behavior and the magnitude of this influence. It uses quantitative research methods and a population of students from senior high schools in Kalisari, East Jakarta. Random sampling was used in this study with the sample used was 122 respondents. The data collection techniques used in this study are observation and questionnaires. The data analysis technique used was simple linear regression. The analysis results of the research are the significance obtained from the results of hypothesis testing, which is 0.000 meaning, calculate $t > t \text{ table}$ ($5.111 > 1.979$) and significance $0.000 < 0.05$ so that H_0 is rejected, H_a is accepted, this means that lifestyle positively influences consumptive behavior in the students of senior high schools in Kalisari, East Jakarta. Lifestyle affects consumptive behavior in senior high schools in Kalisari, East Jakarta students by 17.9%, including the deficient category. Consumptive behavior can only be avoided with awareness from oneself, who feels the need not to do consumptive behavior.

Keywords: Lifestyle, Consumptive Behavior, Students**ABSTRAK**

Perilaku konsumtif dikalangan remaja terus meningkat akibat adanya gaya hidup berlebihan mengikuti trend untuk eksistensi diri. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif serta besaran pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan dan populasi yang digunakan yaitu Siswa di Kalisari, Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu random sampling. Sampel yang digunakan 122 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan regresi linier sederhana. Hasil analisis penelitian yaitu signifikansi yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis yaitu 0,000 artinya, $t_{hitung} > t \text{ tabel}$ ($5,111 > 1,979$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA di Kalisari, Jakarta Timur. Gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif pada siswa SMA di Kalisari, Jakarta Timur sebesar 17,9% termasuk ke dalam kategori sangat rendah. Kesadaran diri adalah salah satu solusi untuk menghindari perilaku konsumtif.

Kata kunci: Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Siswa

A. INTRODUCTION

Human beings and the economy are closely interconnected. Economics is a scientific study that explores how to fulfill infinite human needs despite having limited resources. Human needs are insatiable as people are not content with what they have. On the other hand, the resources available to meet these needs are limited. Therefore, individuals are interdependent on one another to satisfy their consumption needs (Marvelino et al., 2023).

Consumption is an essential part of human life as it helps to fulfill our needs by spending the use value of an item. In Indonesia, household consumption plays a crucial role in the country's economic strength. According to data from the Central Statistics Agency, household consumption expenditure contributed significantly to the increase in Gross Domestic Product (GDP). In the second quarter of 2022, household consumption contributed Rp.2.53 trillion (51.47%) to a total of Rp.4.92 quadrillion based on prevailing prices (ADHB). This indicates that household consumption has a significant impact on the increase in national GDP (Sabilillah et al., 2023). Consumption behaviour can be affected by various cultural, social, psychological, and personal factors, as per Marvelino et al., (2023). Each person has a unique consumption pattern that is defined by their lifestyle. Lifestyle refers to how individuals conduct their daily activities, spend their time, and use their money to purchase things (Firman Fauzi & Ramadhia Asr, 2020; Muntahanah et al., 2021; Zakia et al., 2022). An extravagant lifestyle can lead to excessive consumption behavior. Following Nasution et al., (2023) a person's lifestyle occurs due to two driving factors: internal and external. Internal factors arise based on the belief that one wants a lifestyle that depends on one's personality. Some want to live luxuriously, magnificently, and happy to be the centre of attention of many people, or vice versa. There are those who really want to live simply. Then, external factors are caused by external factors that affect individual changes in attitude so that later, they will affect oneself, namely through social groups, family, self-actualization, and so on, or even the development of the internet. According to Putri & Lestari, (2019) lifestyle can expand due to aspects that support lifestyle: scilicet activities (something they do both with friends and alone), interests (including what they like so that after that, it will lead to an excessive lifestyle), and opinion (concerning things that individuals think are reasonable but not necessarily reasonable for others). Additionally, a person's lifestyle can change over time (Mardikaningsih & Darmawan, 2021).

The era of globalization has affected every country, including Indonesia, where all aspects of life are expected to adapt to the rapidly evolving technology. This era has brought about significant changes in Indonesian society, with traditional ways of thinking and behavior replaced by modern ones (Brilianaza & Sudrajat, 2022). According to a survey conducted by APJII (Indonesian Internet Service Providers Association) in 2023, 77.02% of the Indonesian population of 275,773,901 was connected to the Internet in 2022, and this number increased by 1.17% in 2023 to 78.19%. The widespread availability of the Internet

has resulted in various innovations in new media, which are utilized by adults, students, teenagers, schoolchildren, and even small children who are now familiar with internet usage.

The internet is growing rapidly and is considered capable of presenting various kinds of media, for example interaction through social media and shopping media which is very easy to do online (Wahyuni et al., 2019). The ease of internet access is able to shift the pattern of changes in the way of thinking and behavior of people who were originally traditional gradually changing into a more modern society. This can happen because the internet makes it easier to fulfill unlimited needs, the goods available are also abundant so that this is able to attract people's attention to consume goods by being faced with a lot of choices without rational consideration. Goods that were once considered secondary goods have now turned into primary necessities. This also happens to goods that were once considered tertiary goods, but are now turning into the main needs that will cause pleasure in the form of luxurious facilities. The presence of the internet is one of the active triggers for consumptive behavior (Ananda & Khodijah, 2021).

Consumptive behavior is a person's behavior of consuming a good or service excessively just for pleasure, the existence of rewards offered, and many people using it without going through rational consideration. According to Sari, (2019) consumptive behavior is a person's behavior to consume goods excessively and not based on needs; it is only done solely to obtain maximum satisfaction. Another opinion developed by Nainggolan, (2022) is that consumptive behavior is the behavior depleted unlimited goods and services, buying excessively, and not based on plans carried out by individuals because they prioritize wants rather than needs. Consumptive behavior is a behavior carried out by individuals no longer based on rational consideration; buying goods and services because of gifts and because of desire alone, without looking forward, will have a good or bad impact (Pramistika & Aarsal, 2020). Consumptive behavior should not occur if someone's purpose of consumption is to adjust the needs and uses of goods and services. That is, rationally a person will not consume goods and services that are not needed or even have no benefit for themselves (Habibi, 2022). Consumptive behavior can be represented through the following characteristics, which are commonly understood as characteristics or dimensions that can estimate behavior conducted consumptively through the following, namely: 1) Impulsive buying is the behavior of someone who solely purchases a product based on sudden desires without consideration and careful plans. A person must see information supporting the essence of purchasing before determining to purchase. 2) Non-rational buying is someone's irrational behavior if someone purchases without considering the price of goods, the use of goods, and others. This irrational purchase is done solely to fulfill desires and prestige if you don't buy and want to avoid missing the trend without being based on consideration to meet needs. 3) Wasteful Buying is waste behavior by wasting money to make purchases without looking at needs and meticulous plans (Yudasella & Krisnawati, 2019).

Ajzen, (1991) stated that the Theory of Planned Behavior presents that somebody's behavior can be formed through attitudes, norms, subjective, and self-control so that a person's way of behaving will be later formed. This fundamental theory analyzes how a person's behavior carries out activities related to purchasing habits and relationships between individuals. The judgment of influential people, such as family, friends, and others, undoubtedly influences a person's behavior (Tribuana, 2020; Zahra & Anoraga, 2021). This theory is also the basis for measuring whether a person behaves consumptively or not. However, people often conduct themselves consumptively when they want to follow trends, imitate the appearance of others or groups, and feel prestige if they don't follow along (Saodin & Nerson, 2022). The desire to always follow lifestyle trends is also modern is one of the factors causing most individuals to behave consumptively (Yahya, 2021). Kotler & Keller, (2016) stated that consumptive behavior is affected by internal factors, one of them being Lifestyle. The desire to always follow lifestyle trends is also modern and is one of the factors causing most individuals to behave consumptively. This situation is supported by the research of V. E. Rahmawati & Surjanti, (2021) where there is an approving effect caused by lifestyle on increasing consumptive behavior. Consumptive behavior can harm individuals because it refers to a wasteful lifestyle that is used to fulfill momentary pleasures without seeing negative impacts in the future. In addition to being wasteful, consumptive behavior also causes feelings of insecurity due to excessive purchases of a product while there are still other needs that must be met due to depleted financial conditions (Sari, 2019; Septiansari & Handayani, 2021). If the habit of consumptive behavior cannot be controlled, it will affect a person's life habits due to an excessive lifestyle. This situation does not only occur in adults but can also occur among adolescents, especially high school students (L. Rahmawati & Putri, 2023). Based on this, it is regarded as necessary to conduct research on consumptive behavior caused by an increasingly high lifestyle in various places, primarily in one of the senior high schools in Kalisari, East Jakarta, so that prevention can be carried out as early as possible.

Youth is a transitional period between youth and maturity marked by behavioural changes. It is divided into three phases: earlier adolescence (12-15 years), intermediate youth (15-16 years), and delinquent youth (17-19 years). During youth, teenagers seek self-identity by interacting with their environment to gain recognition in their social groups. This desire for acceptance can lead high school students to follow their peers' behaviors. These interactions significantly impact today's lifestyles, with urban teenagers showing a keen interest in the modern lifestyle by spending time in cafes. Cafes have become a "second place" besides home, where teenagers can interact, build social connections, and actualize their lifestyles. However, this trend has led to teenagers spending money on trending items they may not necessarily need just to gain recognition from their social environment (Khafida & Hadiyati, 2020; Sahalessy, 2020). According to the research conducted by Romadloniyah and Setiaji in 2020, teenagers spend their money on food, electronic devices, clothing, entertainment, and other things to gain recognition in their social circles, show off, and follow the latest trends. When their desires are not satisfied, it

could lead to negative emotions like disappointment, anger, and other actions that may adversely affect them. Teenagers may even steal or misuse school funds to fulfill their desires. Likewise, the amount of pocket money received also influences teenagers' consumption. As by Armelia and Irianto, 2021 noted the more heightened the allowance received; the more heightened the level of consumption, of the activities or otherwise.

Researchers have observed that students of senior high schools in Kalisari, East Jakarta, tend to gather with their friends after classes instead of going straight home. This behavior leads to increased consumption patterns and wasteful spending habits due to a lifestyle that involves spending time outside the house. To investigate this phenomenon, researchers will conduct a study from October 2, 2023, to December 12, 2023, which aims to answer two main questions: (1) Does lifestyle affect the consumptive behavior of students in senior high schools in Kalisari, East Jakarta? (2) How greatly does lifestyle influence the consumptive behavior at senior high schools in Kalisari, East Jakarta? The study will be titled "The Clourt of Lifestyle on Consumptive Behavior in Students" and aims to solve the problems posed by this phenomenon.

B. RESEARCH METHOD

The study method used is quantitative. Sugiyono, (2019) stated that the quantitative method is a research methodology used as a scientific method because it includes fulfilled scientific conventions characterized by substantial, factual, measurable, logical, and systematic. This method explains the values of variables (knowledge) in specific populations or samples employing data assembly using research instruments under study so that research data can be found to be numerical. Data analysis uses numbers, statistics, and exact science in sentences to describe a particular phenomenon and answer the conjectures in research (research hypothesis). The research design used in this study is descriptive. Rare research in descriptive research design is used to describe a particular phenomenon or based on the research variables to be studied. This research was conducted in senior high schools in the Pasar Rebo area, East Jakarta with the time for this research is from October 2023 to March 2024. Random sampling is a sampling technique in this study. The sample used was 122 respondents. The study utilized two data collection techniques: observation and questionnaires. The observation method was used as an initial data-gathering procedure, allowing researchers to explore a phenomenon and obtain material for measuring objects in research. On the other hand, the questionnaire method was used to examine a phenomenon by providing respondents with various statements to answer, resulting in the acquisition of research results (Sofyan Siregar, 2023). The questionnaire uses a Likert scale with values ranging from 1 to 5. A value of 1 indicates strong disagreement, 2 shows disagreement, 3 shows neutrality, 4 suggests agreement, and 5 shows strong agreement. This research centers around two variables: consumption behavior as the dependent variable and lifestyle as the independent variable. Consumption behavior is measured using eight indicators: 1) Purchasing items not based on necessity, 2) Purchasing items due to discounts, 3) Purchasing items due to attractive packaging, 4)

Purchasing products for prestige, 5) Purchasing products to maintain social status, 6) Purchasing items due to brand and model, 7) Purchasing items on impulse, and 8) Purchasing items without considering the benefits. Three dimensions' estimate lifestyle: 1) Activities, 2) Interests, and 3) Opinions.

The data analysis technique used in this study is using the Classical Assumption Test, with a simple linear regression Statistical Analysis and then using the partial T test and the Coefficient of Determination Test. The simple Linear Regression Analysis model is based on classical assumptions, which are normality tests and linearity tests (Aprilia & Firmialy, 2022; Sinambela & Sinambela, 2021). There are two classical assumption tests used in this study, namely through data normality tests and data linearity tests. 1) The normality test tests whether the regression model, mistaking variables (residuals), and data have a normal distribution. A good regression model has normally or near-normal distributed data. The normality test that could be utilized in this study is one sample Kolmogorov-Smirnov with the ground of decision-making, namely: If the Kolmogorov-Smirnov one sample results demonstrate a Sig. (significant) value of > 0.05 , then the data is usually distributed normally or vice versa. If the results of one sample Kolmogorov-Smirnov demonstrate a Sig. (significant) value of < 0.05 , then the data is not normally distributed. The data linearity is used when tested significantly; the Data Linearity Test determines if two variables have a linear relationship. It is typically employed in correlation analysis or linear regression (Sinambela & Sinambela, 2021). The data linearity test can be conducted by the Test of Linearity checking the output of the Anova table with the following decision-making criteria: If the significance of sig. (significant) in the deviation from linearity column > 0.05 , then the linear regression means (has a relationship or linear). If the significance of sig. (significant) in the deviation from linearity column < 0.05 , the regression means is not linear (has no relationship).

Statistical Analysis Simple Linear Regression Analysis based on Sarumaha et al., (2023) is a simple linear regression test desires to confine how the independent variable impacts the dependent variable. The equation follows: $Y = \alpha + bX$. Then, Partial Test. The statistical test shows how greatly an independent variable influences the dependent variable (Aprilia & Firmialy, 2022). If the calculated t value is greater than the table t value and the significance is less than 0.05. In that case, there is a significant influence between the independent and dependent variables, rejecting H_0 and accepting H_a or vice versa. If the calculated t value is less than the table t value and the significance is more significant than 0.05. In that case, there is no significant influence between the independent and dependent variables, supporting H_0 and rejecting H_a . The last one is Coefficient of Determination Test (r^2). The coefficient of determination, also understood as r^2 , measures the spread to which independent variables influence the dependent variable. If the resulting coefficient of determination is proximate to number 1, the independent variable's effect on the dependent variable is more significant (Oktafikasari & Mahmud, 2017). The coefficient of determination is evaluated based on the subsequent criteria: If the outcome falls between 0.000 and 0.199, it is considered deficient. Then, if the outcomes are between

0.200 and 0.399, they are categorized as low. If the outcomes fall between 0.400 and 0.599, they are considered medium. Suppose the results are between 0.600 and 0.799, categorized as vital. The last one, if the outcome difference between 0.800 and 1.000, is interpreted as very strong (Agatha Honggo Winarta, 2019).

C. RESULTS AND DISCUSSION

Result

The results showed that all respondents had met the predetermined requirements to be used as a sample in the study or to represent the population. First of all, respondents are students who attend school in Kalisari, East Jakarta aged 15-19. Second, students have pocket money every single day. Third, students learn economics lessons in the semester 2023-2024. The subjects used in this deconstruction amounted to 122 respondents, separated into 40% of 49 male students and 60% of 73 female students. The respondents in this deconstruction were mostly 16 years old, with an average allowance per day of Rp 10,000 - Rp 20,000 or Rp 250,000 - Rp 400,000 per month. All respondents have received or learned the basics of economics in 2023-2024.

1. Classical Presumption Test

a. Normality Tests

Table 1. Normality test results
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			122
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		9.22512457
Most Extreme Differences	Absolute		.046
	Positive		.043
	Negative		-.046
Test Statistic			.046
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.776
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.765
		Upper Bound	.786

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

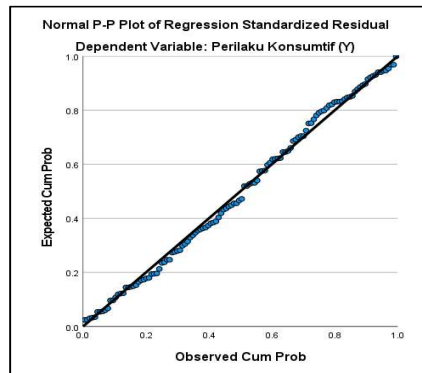
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Source: Processed data, (2024)

Table 1 shows that the outcome of the data normality test on both variables, Consumptive Behavior and Lifestyle, showed a significance value more outstanding than 0.05, scilicet $0.200 > 0.05$. Thus, it can be supposed that the data is normally circulated because the significant value has exceeded 0.05.



Source: Processed data, (2024)

Figure 1. Normal P-P Plot of Regression

The result in Figure 1 is that the Normal Probability Plot graph shows a normal graph pattern because the resulting points spread out close to the diagonal line, so it can be supposed that the data used has been normally circulated.

b. Linearity Tests

Table 2. Linearity test results
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif (Y) * Gaya Hidup (X)	Between Groups	(Combined)	5441.114	41	132.710	1.496	.063
		Linearity	2241.538	1	2241.538	25.264	.000
		Deviation from Linearity	3199.576	40	79.989	.902	.635
	Within Groups		7097.877	80	88.723		
Total			12538.992	121			

Source: Processed data, (2024)

The outcomes of the data linearity test that has been carried out in Table 2 it was found that in the deviation from linearity column, the sig value of 0.635 > 0.05 can be an inference that there is a linear relationship between the two variables, namely consumptive behavior as (dependent variable) and lifestyle (independent variable).

2. Statistical Analysis

a. Simple Linear Regression Analysis

Table 3. Linearity test results
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.753	6.173		4.496	.000
	Gaya Hidup (X)	.414	.081	.423	5.111	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Source: Processed Data, (2024)

Based on the results of a simple linear regression test that has been tested in Table 3, it can be understood that the regression equation model is:

$$Y = 27,753 + 0,414X$$

Description:

Y = Value of Dependent Variable (Consumptive Behavior)

α = Constant

b = Regression Coefficient

X = Value of Independent Variable (Lifestyle)

From the equation above, the following conclusion can be drawn:

- 1) The constant (α) value is 27.753, representing that if Lifestyle as an independent variable demonstrates a value of 0, Consumptive Behavior as a dependent variable will expand by 27.753.
- 2) The coefficient on the Lifestyle variable (X) is positive at 0.504, which means that every time there is an accumulation in Lifestyle, there will also be an accumulation in consumptive behavior in students by 0.414.

b. Partial Test (T Test)

The statistical t-test demonstrates how greatly an independent variable influences the dependent variable. This examination determines whether the independent variable X (Lifestyle) significantly affects the dependent variable Y (Consumptive Behavior). Decision-making related to the acceptance or denial of hypotheses by corresponding the t count with the t table at a significant level of 5% or 0.05 is based on the following criteria Aprilia & Firmialy, (2022):

1. Ho was denied, and Ha was received if t counts > t table and the value of significance < 0.05, a significant influence exists among the independent and dependent variables.
2. Ho was received, and Ha was denied if t counts < t table and the value significance > 0.05; no significant effect exists among the independent and dependent variables:

Table 4. Partial Test Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.753	6.173		4.496	.000
Gaya Hidup (X)	.414	.081	.423	5.111	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Source: Processed Data, (2024)

Based on table 4 which is the result of a partial t test that has been carried out using SPSS version 27, the hypothetical conclusions tested can be drawn, namely:

The Influence of Lifestyle on Consumptive Behavior

The results of testing the hypothesis of the influence of lifestyle on consumptive behavior found that the calculated value was 5.111 while the table value was 1.979. The significance value obtained from the results of hypothesis testing is 0.000, meaning $t_{\text{calculate}} > t_{\text{table}}$ ($5.111 > 1.979$) and significance $0.000 < 0.05$. So, the

conclusion of hypothesis testing using the t-test, namely H_0 was rejected, and H_a was accepted, meaning that lifestyle influences consumptive behavior in students of senior high schools in Kalisari, East Jakarta.

c. Coefficient of Determination Test (r^2) (Uji Koefisien Determinasi (r^2))

The coefficient of determination, also known as r^2 , measures the extent to which independent variables (Lifestyle) influence the dependent variable (Consumptive Behaviour).

Table 5. Coefficient of Determination Test (r^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423 ^a	.179	.172	9.263

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup (X)

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Source: Processed Data, (2024)

The outcomes of the coefficient of determination test (r^2) carried out in Table 5 found that in the R Square value obtained column, the results of the R Square value were 0.179 or 17.9%. This shows that 17.9% of Lifestyle as an independent variable affects Consumptive Behavior as a dependent variable, while the remaining 82.1% is influenced by other variables not studied in this study. Based on the coefficient of determination test interval criteria, 0.179 or 17.9% was declared to have a low influence, meaning that Lifestyle as an independent variable has a low impact on increasing Consumptive Behavior as a dependent variable on students.

Discussion

The examination results, done using the IBM SPSS version 27 program, found a constant value of 27.753 and a grade of the lifestyle variable coefficient of 0.414. Therefore, the equality model of the simple linear regression is $Y = 27.753 + 0.414X$. The constant grade of 27,753 illustrates that if Lifestyle (X) does not increase in grade, then the grade of Consumptive Behavior (Y) increases by 27,753. Likewise, the grade of the regression coefficient in the Lifestyle variable (X) will increase by 0.414 in the Consumptive Behavior (Y) significance. The t-test analysis that was carried out using SPSS version 27 with a significance level of 0.05 showed that the t-count and t-table values were 5.111 and 1.979. The significance value was 0.000; it can be interpreted that t counts > t tables (5.111 > 1.979) and as well as significance values (0.000 < 0.05), H_0 denied and H_a accepted so it could be supposed that there is a significant consequence of Lifestyle on consumptive behaviour in one of the senior high schools in Kalisari, East Jakarta which means that the higher one's lifestyle, the more potential a person has to behave consumptively. The outcomes shown by this analysis align with Alamanda's, (2018) research, which demonstrates that lifestyle affects increasing consumptive behavior among individuals, especially youths. This situation is affected by the behavior of adolescents through activities that tend to like to spend time outside the home, like buying items that are less needed to enjoy shopping at shopping centers and cafes, so it can initiate the emergence

of consumptive behavior that occurs in adolescents. Youth who want to spend time outside the home tend to waste their money continuously on lifestyle activities that tend to lead to consumptive behavior through aspects of impulsive buying, wasteful buying and even just done to seek pleasure (non-rational buying).

Lifestyles that direct to wasteful behavior are also not further in today's era. Lifestyle is rising because multiple factors cause an increasingly consumptive lifestyle to grow, starting from internal factors where a student feels the need to deplete goods and services that are not what is needed but what is desired. Another factor is external factors, where immature high school students, in particular, often spend time outside the home. This behavior has been represented through the Planned Behavior Theory, which demonstrates a person's behavior that can be constructed through attitudes, norms, subjective, and self-control so that a person's way of acting will be later formed. This fundamental theory analyzes how a person's behavior carries out activities related to purchasing habits and relationships between individuals with the definition that a person's behavior can be described from the way they buy an item or even how they relate to others, specifically high school students who interact very frequently with their coequals. Coequals are also one of the factors that force students senior high schools in Kalisari, East Jakarta to behave, specifically when consuming goods and services.

Youths tend to have the desire to consume goods excessively. However, students, specifically at senior high schools in Kalisari, East Jakarta, do not recognize they are behaving impulsively. Senior high schools in Kalisari, East Jakarta students tend to follow what their peers see and invite, so good self-control is needed to avoid consumptive behavior. In addition to self-control, students must also have a special understanding of finance. Students who know about good finance are predicted to be able to see the expenses made on transactions. Students should also avoid always doing activities outside the home. As mentioned above, activities outside the house produce excessive consumptive behavior because spending time outside the home tends to have enough interest in activities that are classified as consumptive such as using their free time to travel, and shopping, so often these students tend to do consumption activities without prior planning and encourage consumptive actions.

Youths are still in the labile classification, so they still often go with the discharge without thinking about the impact that will be developed. Thus, it is better for students, greatly students of Senior high schools in Kalisari, East Jakarta, to form a special community that is positive in learning that specifically likes specific subjects or even constructs a positive special community based on hobbies if, indeed, the students are less curious in learning so that later students can avoid activities that direct to consumptive behavior. Lifestyle affects consumptive behaviour by 17.9%, meaning that Lifestyle includes a meagre consequence on consumptive behaviour in students. Regardless, Lifestyle still positively affects increasing consumptive behaviour among adolescents, especially high school students. This current situation is because high school students are still included in the category of teenagers who are still labile, so they are considered not to have mature

thoughts in using their money for necessary purposes. Teenagers, especially high school students, still often depend on their friendship environment, which is considered fun. Therefore, besides themselves, the role of others is required to control student behavior so as not to conduct consumptively, starting from parents who must control as often as possible about the satchel money that has been given to their youths, then wherever the money is used. Next is the role of the teacher. Teachers, as parents of students in schools, need to provide input or advice to students so as not to behave extravagantly just for pleasure without thinking about the impact. Teachers also need to direct students to understand the matter of financial management until these students become good at managing finances because they are used to it often.

D. CONCLUSION

Based on the results of the data analysis, it can be concluded that lifestyle (X) positively influences consumptive behaviour (Y) in one of the senior high schools in Kalisari, East Jakarta.. The impact of lifestyle on consumptive behaviour established on the study's results was shallow, only 17.9%; the residual 82.1% was affected by further variables not analysed in this examination. Even though it is shallow, lifestyle still positively influences increasing consumptive behaviour among one of the senior high schools in Kalisari, East Jakarta, so it needs to be a serious concern. If consumptive behaviour is allowed to grow just like that, then students will not have savings in the future. Therefore, researchers suggest that students have good self-control and do not always follow the lifestyle of others. Students must also explore managing finances correctly and adequately so they no longer have difficulty controlling them. For teachers, especially economics teachers, it is advisable to keep reminding students about the importance of financial management.

E. REFERENCES

- Agatha Honggo Winarta. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(2), 76–91. <https://journal.ithb.ac.id/JABS/article/viewFile/472/373>
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273–279. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i2.4570>
- Ananda, S. N., & Khodijah, S. S. (2021). Pengaruh Motivasi Belanja Online Saat Pandemi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kelas Karyawan Universitas Paramadina. *Ilmiah Psikologi*, 13(1), 84–94.
- Aprilia, D., & Firmialy, S. D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Layanan Shopeepay Pada Generasi Y Dan Z Di Kota Bandung. *Journal of Management & Business*, 5(2), 178–200. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2893>
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal ECOGEN*, 4(3), 418–426.

- Brilianaza, E., & Sudrajat, A. (2022). Gaya Hidup Remaja Shopaholic dalam Trend Belanja Online di Shopee. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.30595/jssh.v6i1.12225>
- Firman Fauzi, & Ramadhia Asr. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 86–95. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.2.86>
- Habibi, M. (2022). Teori Konsumsi, Produksi Dan Distribusi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 88–104. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v2i1.1277>
- Khafida, A. A., & Hadiyati, F. N. R. (2020). Hubungan Antara Koformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare di Marketplace Pada Remaja Putri SMA N 1 Kendal. *Jurnal EMPATI*, 8(3), 588–592. <https://doi.org/10.14710/empati.2019.26501>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?id=UbfwtWEACAAJ&redir_esc=y
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Lokasi, dan Kelompok Acuan Terhadap Minat Kunjung Kembali Tujuan Plaza Surabaya. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(2), 43–48.
- Marvelino, Y. F., Prayogi, N. A., Saifulloh, Y. W., Prakosa, A. S., Permana, G. S., Meliana, P., Sari, A. F., & Pratiwi, L. D. (2023). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Akuntansi UNNES 2023. *Jurnal Potensial*, 2(2), 136–144.
- Muntahanah, S., Cahyo, H., Setiawan, H., & Rahmah, S. (2021). Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan di Masa Pandemi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1245. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1647>
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Nasution, D. A. F., Syaputri, W., & Lestari, D. (2023). Pengaruh Perilaku Shopaholic Terhadap Keputusan Gaya Hidup (Studi Kasus : Mahasiswa Kota Medan GEN Z). *MUFAKAT: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2).
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 1083–1099.
- Pramistika, T. A., & Aarsal, T. (2020). Bentuk - Bentuk Perilaku Konsumtif Mantan TKW Desa Tergo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 9(2), 1100–1108. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/solidarity/article/view/42922>
- Putri, N. A., & Lestari, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Jakarta. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi*

- Dan Keuangan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.36407/akurasi.v1i1.61>
- Rahmawati, L., & Putri, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 313–319. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p313-319>
- Rahmawati, V. E., & Surjanti, J. (2021). Analisis Faktor Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Produk Fashion Saat Pandemi Pada Mahasiswa. *JEKPEND, Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(2), 11–18. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i2.21122>
- Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Eeaj*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>
- Sabilillah, A. S., Rizal, M., & Normaladewi, A. (2023). Pengaruh Islamic Leadership Dan Budaya Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Area Malang. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Sahalessy, Y. C. (2020). Hubungan Pola Asuh Orang Tua dengan Keterampilan Sosial Remaja Di Kota Depok. *Global Health Science*, 5(4), 394–399.
- Saodin, & Nerson, N. (2022). Pengaruh *Experiential Marketing*, *Perceived Quality* Dan *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie. *Kalianda Halok Gagas*, 5(1), 1–13. <https://doi.org/10.52655/khg.v5i1.35>
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikoborneo*, 7(1), 37–46. <https://doi.org/10.37304/pandohop.v2i1.4395>
- Sarumaha, Y. A., Elfina, H., Wahyuni, R., Suryanti, Novrianti, Muljo, A., Kristiana, R., Aswan, N., Sitopu, J. W., Khikmah, L., Nabila, S. U., & Aulia, H. H. (2023). *STATISTIKA* (A. Yanto & R. Sevista (eds.); Pertama). GETPRESS INDONESIA.
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 5(1), 53–65. <http://journal.lembagakita.org>
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik* (Monalisa (ed.); Pertama). PT Rajagrafindo Persada.
- Sofyan Siregar. (2023). Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: *Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (F. Hutari (ed.)). PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (1st ed.). Alfabeta Bandung.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145–155. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan*

- Wiraswasta*, 23(01), 37–50.
<http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw/article/view/506>
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). *The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior*. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>
- Zakia, A., Adisti, A. A., & Asmarani, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kelas Sosial: Gaya Hidup, Daya Beli Dan Tingkat Konsumsi (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 2–9. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i5>

**PENGARUH BELANJA *ONLINE* PADA *E-COMMERCE*
SOCIOLLA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF WARGA
KELURAHAN PONDOK BAMBU
SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Tahun Akademik 2024/2025**



Oleh:

Sabrina Rahma Febrianti

2001085056

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF.DR.HAMKA

Judul Skripsi : Pengaruh Belanja *Online* Pada *E-commerce* Sociolla

Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Kelurahan Pondok Bambu

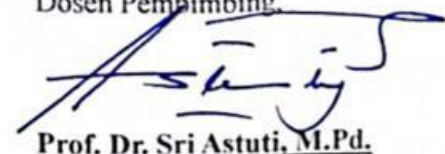
Nama : Sabrina Rahma Febrianti

NIM : 2001085056

Setelah diperiksa dan dikoreksi melalui proses bimbingan, maka dosen pembimbing dengan ini menyatakan setuju terhadap Skripsi ini untuk disidangkan.

Jakarta, 27 Juli 2024

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Sri Astuti, M.Pd.

NIDN. 0302127002

HALAMAN PENGESAHAN

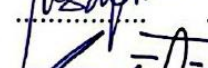
Judul Skripsi : Pengaruh Belanja *Online* Pada *E-Commerce* Sociolla
Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Kelurahan Pondok Bambu

Nama : Sabrina Rahma Febrianti
NIM : 2001085056

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi, dan direvisi sesuai saran penguji

Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas : Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
Hari : Selasa
Tanggal : 06 Agustus 2024

Tim Penguji

	Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua			
Merangkap	: Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd.		19/8/24
Penguji II			
Sekretaris	: Dr. Trisni Handayani, M.Pd.		19/8/24
Pembimbing	: Prof. Dr. Hj. Sri Astuti, M.Pd		19/8/24
Penguji I	: Dr. Budi Permana Yusuf, S.E, MM		19/08 - 2024

Disahkan oleh,
Dekan,


Purnama Yac Purnohman, M.Pd., Ph.D.
NIDN. 0307017404

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sabrina Rahma Febrianti
Nim : 2001085056
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "*Pengaruh Belanja Online E-commerce Sociolla Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Kelurahan Pondok Bambu*". Merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya bukan plagiat melalui karya ilmiah yang sudah di publikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang tertera. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini, baik sebagian maupun keseluruhan merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap orang lain, maka saya akan bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Universitas Muhammdiyah Prof.DR.HAMKA.

Jakarta, Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



10000
METERAL
TEMPER
0FB28ALX415291217

Nama : Sabrina Rahma Febrianti

Nim : 2001085056

ABSTRAK

Sabrina Rahma Febrianti : 2001085056 “*Pengaruh Belanja Online E-commerce Sociolla Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Kelurahan Pondok Bambu*”. Skripsi Jakarta:Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka,2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya Pengaruh Belanja *Online E-commerce Sociolla Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Kelurahan Pondok Bambu*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Sampel yang di gunakan adalah *proportionate Random Sampling*.

Pada uji validitas dengan menggunakan *person correlation* sebanyak 51 soal pilihan ganda dengan soal 45 soal valid dan 6 soal drop. Sedangkan pada uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach Alpha memperoleh $r_{hitung} = 0,922$ maka data tersebut memiliki instrumen yang reliabel.

Selanjutnya data di analisis uji persyaratan yaitu uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (K-S) diperoleh $0,181 > 0,05$ artinya data dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal. Sedangkan uji lineritas menggunakan uji *Deviation from Linearity* diperoleh $(0,766 > 0,05)$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara belanja *online* dengan perilaku konsumtif .

Pada uji hipotesis digunakan uji-t diperoleh $t_{hitung} 8.296$ dengan $t_{tabel} 1.660$ pada $\alpha = 0,05$ dan $t_{tabel} 2.365$ $\alpha = 0,01$ maka dengan demikian H_0 ditolak yang menyatakan bahwa adanya berpengaruh yang signifikan pada variabel belanja *online* dengan variabel perilaku konsumtif pada warga Kelurahan Pondok Bambu.

Kata Kunci : E-commerce, Belanja *Online*,Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Sabrina Rahma Febrianti : 2001085056 " The Influence of Online E- commerce Shopping Sociolla on the Consumptive Behavior of Residents of Pondok Bambu Village" . Jakarta Thesis : Economic Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Muhammadiyah University Prof. Dr. Hamka, 2024.

This research aims to determine the influence of online e- commerce shopping Sociolla towards the consumer behavior of Pondok Bambu Village residents. The research method used is a quantitative research method with a descriptive quantitative research type. The sample used is proportionate Random Sampling.

In the validity test using person correlation a total of 51 multiple choice questions with 45 valid questions and 6 dropped questions. Meanwhile, in the reliability test using the Cronbach Alpha formula, the $_{calculated} r = 0.922$, so the data has a reliable instrument.

Next, the data is analyzed for the requirements test, namely the normality test using a test test Kolmogorov Smirnov (KS) obtained $0.181 > 0.05$, meaning the data in this study can be said to be normally distributed . Meanwhile, the linearity test uses the Deviation test from Linearity obtained $(0.766 > 0.05)$, it can be concluded that there is a linear relationship between online shopping and consumer behavior.

In hypothesis testing, the t-test is used to obtain $t_{count} 8,296$ with $t_{table} 1,660$ at $\alpha = 0.05$ and $t_{table} 2,365$ $\alpha = 0.01$, so H_0 is rejected which states that there is a significant influence on the online shopping variable with the consumptive behavior variable in the residents of Pondok Bambu Village.

Keywords: *E-commerce, Online Shopping, Consumptive Behavior*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunianya serta hidayah sehingga penulis dapat menyusun tugas akhir skripsi ini dengan baik dan lancar, shalawat dan salam selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan orang-orang yang senantiasa mengikuti jejaknya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Belanja *Online* Pada *E-commerce* Sociolla Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Kelurahan Pondok Bambu”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik moril maupun spritual, maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan Terimakasih kepada Pihak-pihak yang telah memebantu selama proses penyusunan Skripsi ini.

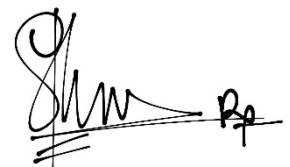
1. Purnama Syae Purrohman, M.Pd Ph.D, Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
2. Dr. Onny Fitriana Sitorus, M. S.Pd, Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi.
3. Dr. Trisni Handayani, M.Pd, Sekretaris Program Studi Pendidikan Ekonomi.
4. Prof. Dr. Sri Astuti, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dalam skripsi ini.

5. Camelia Safitri,M.pd selaku dosen pembimbing ke 2 yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan masukan,support,bimbingan dan arahan untuk penulisan skripsi ini.
6. Kepada mamah yang sudah memberikan support selalu untuk setiap harinya. Yang melahirkanku,membesarkan,mendidikku,dengan penuh kasih sayang dan penuh kesabaran. Serta tiada henti doa dan dukungan selalu setiap harinya di ucapkan kepada peneliti. Yang pastinya selalu memberikan semangat kepada peneliti agar peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada alm. Papahku kisah cintaku yang pertama skripsi ini di persembahkan untuk papa yang sudah membiayai perkuliahan peneliti sampai dengan selesai dititik ini walaupun kehadirannya sudah tidak ada tetapi beliau selalu memberikan motivasi dan juga semangat kepada peneliti agar peneliti bisa sampai di titik ini. Gelar sarjana ini dipersembahkan untuk alm.papahku yang selalu ada di dalam hati penulis.
8. Kepada adikku Sultan fakhriansyah yang sedang mengejar gelar sarjana teknik terimakasih sudah mau antar jemput penulis dan menemani penulis setiap harinya selalu tiada henti memberikan dukungan dan support kepada peneliti agar peneliti bisa menyelesaikan skripsi nya terlebih dahulu dan fokus terhadap tugas akhirnya.
9. Kepada kantor kelurahan Pondok Bambu beserta jajaran karyawannya terimakasih sudah memberikan waktu dan tempat penelitian agar peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir.

10. Kepada Tiara Yunika yang sama sama sedang berjuang terimakasih sudah menemani penulis dan selalu kebersamaan sampai dengan skripsi ini selesai. Terimakasih telah menjadi support system satu sama lain selalu memberikan semangat satu sama lain disaat lelah dengan tugas akhirnya dan terimakasih telah memberikan penuh waktunya untuk bersama sama berproses pengerjaan sampai dengan selesai.
11. Untuk teman seperjuanganku di kampus pastinya Dewi,Fira,Qiz,Nisa,Fahri dan Helmy terimakasih selalu menemani penulis sampai dengan memberikan semangat kepada penulis sampai di tahap penulis telah selesai mengerjakannya skripsinya.
12. Untuk Widya Clarasita,Sabrina Leloni,Novia Hardiyani,Andini Nursyahbani para sahabatku yang dari lama menemani penulis sampai dengan di tahap sekarang selalu memberikan semangat,support tiada hentinya, doa dan juga selalu siap mendengarkan cerita keluh kesah setiap harinya.
13. Untuk teman dekat aisyah kamila, alfia nur, gesti permata, erika fitria, sabrina azzahra, gusti noor sherly, aniq azza, windi andini, dita eka, novia rahmayani. Terimakasih sudah menemani penulis,mengajak penulis bermain dan pada akhirnya penulis bisa meraih gelar sarjananya.
14. Untuk teman teman seperbimbingan terimakasih sudah menemani dan juga sudah saling membantu satu sama lain disaat yang lain ada kesusahan dan juga terimakasih sudah selalu bersama sama sampai dengan skripsi ini selesai.

15. Seluruh dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Semoga jasa dan kebaikan Bapak/Ibu tercatat sebagai amal yang baik yang akan mendapat balasan dari Allah Swt.
16. Untuk seluruh pihak keluarga besar dan yang lainnya yang tidak bisa penulis sebut satu satu terimakasih sudah selalu menyemangati dan juga selalu menanyakan keadaan penulis agar penulis bisa mengerjakan skripsi nya sampai dengan selesai.
17. Terakhir untuk diri saya sendiri Sabrina Rahma Febrianti terimakasih sudah berjuang sejauh ini, terimakasih sudah mau bertahan sejauh ini walaupun pastinya banyak rintangan yang musti di lewati. Terimakasih juga telah hidup dengan kehidupan yang pastinya banyak lika likunya dan pastinya banyak luka yang di tutup tetapi tetap bisa kuat sampai proses pengerjaan skripsi ini selesai sampai dengan tuntas. Semoga dengan prosesnya hari ini penulis tidak akan menjadi gagal untuk proses proses yang akan datang dan tentunya akan lebih baik buat kedepannya.

Jakarta, 25 juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'S. Rahma Febrianti', with a stylized flourish at the end.

Sabrina Rahma Febrianti
2001085056

DAFTAR ISI

HALAMAN PESETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORETIS.....	13
A. Deskripsi Teoretis	13
B. Penelitian Relevan.....	30
C. Kerangka Berfikir.....	73
D. Hipotesis Penelitian.....	74
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	75
A. Tujuan Penelitian.....	75
B. Tempat dan Waktu Penelitian	75
C. Metode Penelitian.....	79
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	80
E. Teknik Pengumpulan Data.	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	104
A. Hasil Penelitian	104
B. Deskripsi Data	109
C. Pengujian Persyaratan Analisis.....	110

D. Pengujian Hipotesis Regresi Linear Sederhana.....	113
E. Pembahasan Hasil Penelitian	116
F. Keterbatasan Penelitian.....	120
BAB 5 PENUTUP.....	121
A.Kesimpulan.....	121
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN	168

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 (Presentase Usaha <i>eCommerce</i> dan <i>Non-eCommerce</i> menurut Provinsi s.d 28 Februari 2023)	5
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan	77
Tabel 3.2 Data populasi penduduk wilayah Pondok Bambu	80
Tabel 3.3 Skala Likert	85
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrument Variabel Terikat (Perilaku Konsumtif)	85
Tabel 3.5 Skala Likert	90
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrument Variabel Terikat (Belanja Online)	91
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	105
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	106
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	107
Tabel data 4.4 Hasil deskriptif data Mean,Median,Modus Belanja Online	109
Tabel data 4.5 Hasil deskriptif data Perilaku Konsumtif	110
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	111
Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas	112
Tabel 4.8 Hasil Uji T	114
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	2
 Gambar 1.2 Presentase Penduduk yang Mengakses Internet Dan Menggunakan Internet	3
Gambar 1.3 Peta Persaingan <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	8
Gambar 2.1 Body Of Knowledge	13
Gambar 3. 1 Peta Kelurahan Pondok Bambu.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN - LAMPIRAN	129
Lampiran 1 : Instrument Sebelum validasi	130
Lampiran 2 : Hasil Uji Coba Instrument	140
Lampiran 3 : Instrument Final Setelah Validasi	143
Lampiran 4 : Data Penelitian.....	152
Lampiran 5 : Deskripsi Data.....	154
Lampiran 6 : Distribusi Tabel T.....	155
Lampiran 7 : : Pengujian Persyaratan Analisis.....	156
Lampiran 8 : Pengujian Hipotesis.....	157
Lampiran 9 : Perhitungan Koefisien Korelasi	158
Lampiran 10 : Hasil Uji Validitas	155
Lampiran 11: Surat Keterangan Izin Penelitian	157
Lampiran 12 : Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian	162
Lampiran 13 : Keterangan Bimbingan SIBAK	165
Lampiran 14 : Dokumentasi Penelitian	162
Lampiran 15: Daftar Riwayat Hidup.....	165

**EKSPLORASI DAMPAK ELECTRONIC WORD OF MOUTH
TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN
DI TOKO ONLINE SHOPEE**

LAPORAN PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Tahun Akademik 2023/2024



Disusun Oleh :

Wanda Fadhillah 2001085059

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Artikel : Eksplorasi Dampak *Electronic Word of Mouth* Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen di Toko *Online* Shopee

Nama : Wanda Fadhillah

NIM : 2001085059

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Reviewer, dan direvisi sesuai saran reviewer

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas : Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Hari : Rabu

Tanggal : 7 Agustus 2024

Tim Reviewer

Nama Jelas

Tanda Tangan

Tanggal

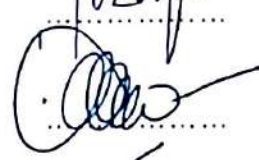
Ketua
merangkap
Reviewer 2 : Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd.

Sekretaris
merangkap
Reviewer 1 : Dr. Trisni Handayani, M.Pd.

Pembimbing : Subali, SH., MH.

 19/08/24

 19/08/24

 19/08/24

Disahkan oleh,
Dekan,




Pirnana Syae Purrohman, M.Pd., Ph.D.
NIDN. 0307017404

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Wanda Fadhillah

NIM : 2001085059

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa artikel yang saya buat dengan judul **“Eksplorasi Dampak *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Di Toko Online Shopee”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya bukan plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang berlaku. Apabila ternyata dikemudian hari artikel ini, baik sebagian maupun keseluruhan merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 6 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Wanda Fadhillah

NIM 2001085059



JAMBURA ECONOMIC EDUCATION JOURNAL
JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

Jalan Jenderal Sudirman No. 6 Kota Gorontalo, 96128
Telepon (0435) 821125-825424 Faximile (0435) 821752
Laman: <http://www.ung.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Nomor : 71/JEEJ/VII/2024

Editor In Chief Jambura Economic Education Journal dengan ini menerangkan bahwa
Judul:

Naskah : Eksplorasi Dampak *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Perilaku
Pembelian Konsumen Di Toko Online Shopee.

Naskah : 26 8 18 JEEJ2024.

Nama Penulis : Wanda Fadhillah, Subali

Naskah tersebut telah diterima dan akan diterbitkan pada **Jambura Economic Education Journal, Volume 7 No 2 July 2025.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.
Atas partisipasinya disampaikan terima kasih.

Gorontalo, 27 Juli 2024

Editor In Chief

Sudirman



Eksplorasi Dampak *Electronic Word of Mouth* Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen di Toko *Online* Shopee

Wanda Fadhillah^{*1)}, Subali²⁾

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka^{1,2}

Email : wandafadhillah@uhamka.ac.id *

ABSTRACT

Consumer behavior in online stores is influenced by several factors such as reviews from other users. These reviews greatly affect the attractiveness of online stores and consequently show an impact on consumer purchasing behavior. This study intends to show the impact of electronic word of mouth on consumer purchasing behavior in the Shopee online store. This study uses a quantitative research method with a sample of 100 respondents using a purposive sampling method. Data were collected using questionnaire distribution techniques and simple linear regression analysis. This study shows the results that E-WOM has a significant impact on customer purchasing behavior, by obtaining a calculated t value (2.896) > t table (1.960) and a significance t test (0.005) < 0.05, then H_0 is rejected and H_1 is accepted. Thus, E-WOM shows its influence on consumer purchasing behavior in the Shopee online store by 79%.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Consumer Purchasing Behavior, Shopee*

ABSTRAK

Perilaku konsumen di toko online dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *review* dari pengguna lain. Ulasan tersebut sangat mempengaruhi daya tarik toko *online* dan akibatnya menunjukkan dampak dalam perilaku pembelian oleh konsumen. Penelitian ini bermaksud untuk menunjukkan dampak *electronic word of mouth* pada perilaku pembelian konsumen di toko *online* Shopee. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yaitu metode kuantitatif dengan sampel sebesar 100 responden dengan menggunakan cara pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan teknik penyebaran kuesioner dan analisis regresi linier secara sederhana. Penelitian ini menunjukkan hasil yaitu E-WOM mempunyai dampak signifikan pada perilaku pembelian pelanggan, dengan memperoleh nilai t hitung (2,896) > t tabel (1,960) dan uji t signifikansi (0,005) < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, E-WOM menunjukkan pengaruhnya pada perilaku pembelian konsumen pada toko *online* Shopee sebesar 79%.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth, Perilaku Pembelian Konsumen, Shopee*

PENDAHULUAN

Di era revolusi industri 5.0 teknologi komunikasi, sumber daya manusia memerlukan keterampilan dan kecerdasan yang memadai untuk bersaing di dunia global berbeda dengan era industri 4.0. Untuk bertahan dan bersaing di dunia, sumber daya manusia harus memiliki berbagai keterampilan dan kompetensi, antara lain kecerdasan mental, komunikasi, kerjasama, kecerdasan sosial yang ditandai dengan keterampilan kritis dan kecerdasan emosional. Pikiran terbuka dapat mendorong seseorang mengeluarkan ide-ide inovatif dan kreatif serta memecahkan masalah.

Society 5.0 memberikan perbedaan dengan industri 4.0, dengan mengedepankan manusia berkualitas dari berbagai aspek. Perkembangan teknologi secara pesat di era industri 5.0 berdampak serta memiliki peningkatan dalam daya saing dan peluang besar serta tantangan baru bagi masyarakat dan bisnis. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi ini (Pribadi.Dok, 2023).

Berdasarkan hasil survei Badan Statistik Bisnis, jumlah perusahaan *e-commerce* di Indonesia diperkirakan berjumlah 2.995.986 pada tahun 2022 atau tumbuh sebesar 4,46%. Perusahaan *e-commerce* yang menggunakan Internet untuk tujuan pemasaran mencapai 53,41% melalui media sosial atau pasar. Saat ini Indonesia memiliki beberapa marketplace (tempat penjual dan pembeli berinteraksi) dengan keunggulan seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli dan Bukalapak (Kusumatriisna et al., 2023).

Teknologi digital adalah salah satu jenis media digital dan mencakup pasar selain media sosial. Marketplace adalah situs web yang membantu penjual menyediakan platform dan tempat berjualan kepada pedagang dengan memberikan informasi produk seperti harga, merek, dan kualitas kepada pembeli. Faktanya, hubungan positif dapat terjadi antara *electronic word of mouth* (E-WOM) dengan keputusan dalam membeli pada proses jual beli online dan offline (Hardianty et al., 2022).

Besarnya potensi ekonomi digital mendorong pemerintah mengeluarkan peraturan terkait *e-commerce* (transaksi jual beli melalui media digital), antara lain: Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Transaksi Melalui Transaksi (SPNBE) dan Transaksi Elektronik. Sistem (PMSE) (Purwanto, 2021). Permintaan masyarakat kepada pemerintah untuk melarang *e-commerce* mempunyai logistik sendiri karena buruh kurir terancam PHK (Catriana & Ika, 2024). Selain itu, ketidakpuasan konsumen terhadap permasalahan *e-commerce* memberikan dampak negatif dalam kegiatan usaha tersebut (Jatmiko, 2021).

Cheung dan Thadani (2020) menyatakan bahwa peluang terbukanya WOM ini mengacu pada komunikasi langsung antar individu, yang meliputi iklan, diskusi, rekomendasi, dan penjualan produk ke konsumen lain. Komunikasi WOM termasuk dalam kategori pertukaran *dyadic*, artinya

komunikasi langsung antara individu dengan individu lainnya secara bertatap muka. Hal ini, mencerminkan bagaimana konsumen saling bertukar dan berbagi informasi tentang suatu produk atau layanan kepada konsumen lain, juga sering kali melalui komunikasi tatap muka atau platform sosial. Paundra (2022) menyatakan bahwa WOM juga merupakan cara cepat dalam menyediakan informasi evaluasi mengenai pemakaian produk atau jasa kepada konsumen yang belum pernah menggunakan produk atau jasa tersebut. WOM dapat terjadi secara alami maupun disengaja. Menurut penelitian Praneswari dan Sitorus (2024) pernyataan ini menekankan bahwa WOM tidak hanya berperan sebagai sumber informasi tentang produk atau jasa, tetapi juga membantu konsumen mengidentifikasi perusahaan dengan lebih mudah melalui komunikasi dari mulut ke mulut (WOM).

WOM memfasilitasi penyebaran informasi dan strategi pemasaran dari mulut ke mulut. Ini berarti informasi tentang produk atau layanan dapat diakses dengan cepat oleh orang-orang terdekat, seperti teman, anggota keluarga, atau masyarakat. Oleh karena itu, WOM tidak hanya menjadi cara untuk mempromosikan produk atau layanan, tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran merek melalui percakapan antarpribadi. Ena et al., (2020) mengetahui orang terdekat konsumen tidak berpengaruh terhadap berbelanja di toko tujuan, karena WOM tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut kesimpulan peneliti, pesatnya perkembangan media digital dan merebaknya media digital sejak awal abad ke-21 semakin mendorong berkembangnya WOM menjadi E-WOM di bidang bisnis. E-WOM yang disampaikan melalui media digital telah menjadi sumber informasi produk yang mempengaruhi konsumen. Bila sumber informasinya adalah *review* dari anggota jaringan atau konsumen lain, maka E-WOM dinilai lebih dapat diandalkan dibandingkan WOM melalui cara tradisional karena memuat *review* dari media digital.

E-commerce di Indonesia yang terbesar di tahun 2023 yaitu Shopee. Shopee merupakan salah satu *marketplace* dengan pengguna konsumen terbanyak di Indonesia. Konsumen memiliki kebebasan dalam melakukan pembelian diberbagai macam jenis *marketplace*, salah satunya yaitu Shopee. Hasil survei menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki ketertarikan dalam melakukan pembelian belanja secara online di *marketplace* Shopee. Perilaku masyarakat Indonesia sebagian besar aktif dalam menggunakan layanan *e-commerce* (Ahdiat, 2023). Hasil survei *Beyond Digital Frontier*, KIC menunjukkan bahwa pengguna *e-commerce* secara aktif di negara tersebut berjumlah 33,4% dari keseluruhan populasi, 17% dari populasi adalah pengguna *e-commerce* sesekali (*occasional user*), dan 49,6% dari populasi dari *non-pengguna e-commerce* karena tidak memiliki akses internet. Dari hasil survei di atas, KIC menjelaskan bahwa

penjualan online bukanlah tumpuan suatu kegiatan usaha yang dikelola. Maka dari itu, dengan adanya E-WOM dan keputusan pembelian dapat mengubah pandangan seseorang pengguna *e-commerce*.

Ulasan konsumen merupakan faktor penentu dalam keputusan pembelian setiap calon konsumen. Keputusan pembelian juga dapat dianggap sebagai proses yang dilalui konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan yang sesuai, dan secara tradisional merupakan proses yang memandu konsumen dalam mengambil keputusan berdasarkan preferensinya dengan berbagai pilihan. Jika dianalogikan, ulasan yang direkomendasikan lebih baik daripada ulasan yang tidak direkomendasikan dalam mendorong keputusan pembelian. Hasil penelitian Nufus & Handayani (2022) menunjukkan bahwa media sosial membuat masyarakat percaya pada konten yang berisi penawaran produk atau barang. Konten terkait produk dan jasa yang dilakukan oleh influencer memberikan dampak positif kepada konsumen atas informasi yang diberikan. Penelitian ini memberikan petunjuk bahwa pelanggan sangat tertarik dengan produk yang direkomendasikan serta konten promosi yang tinggi di media sosial Tiktok.

Selain itu, strategi pemasaran termasuk dalam faktor keputusan pembelian (Ashari & Sitorus, 2023). Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi pemasaran memerankan peranan penting dalam mempromosikan belanja *online*. Ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berdampak pada perilaku konsumsi konsumen ketika membeli produk, karena pemasaran yang diterapkan menarik dari segi konten atau rekomendasi dari berbagai kalangan. Perilaku konsumen mengarah pada berbagai aspek dari produk yang diinginkan melalui pertimbangan pengambilan keputusan (Kholik et al., 2020). Oleh karena itu, Shopee juga tak kalah pentingnya dalam media pemasaran. Shopee *marketing* memudahkan untuk menampilkan produk dengan *live streaming*, video, dan banyak fitur lainnya.

E-WOM mengacu pada aktivitas berdiskusi suatu barang atau jasa dengan orang lain menggunakan media *online*. E-WOM terjadi bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Percakapan ini dapat terjadi di jejaring sosial seperti Instagram, Whatsapp atau Facebook. E-WOM juga dapat ditemukan di tempat lain, seperti situs *web*, papan diskusi, dan bahkan saluran berita. Beberapa aspek E-WOM menekankan pada pengetahuan konsumen, peran pemasar sebagai pemberdayaan, aspek konsumen dan karakteristik kontekstual (Valck & Rosario, 2020).

Konsumen dapat mempengaruhi niat pembelian dan keputusan konsumsi dengan sifat interaktif media digital, yang memungkinkan dengan mudah berbagi dan mencari informasi tentang pengalaman produk lain. Sebab, *reviewer* adalah orang yang dipercaya oleh konsumen lain. Konsumen dapat berinteraksi melalui media sosial melalui *review* atau komentar untuk berbagi

pengalaman menggunakan produk atau jasa. Informasi yang menyebar dengan sangat cepat di jejaring sosial mempengaruhi konsumen lain untuk melakukan pembelian, salah satunya E-WOM (Hariono, 2019).

Perilaku konsumsi masyarakat dalam berbelanja secara terus menerus ditentukan oleh konten produk atau jasa yang dipromosikan oleh influencer. E-WOM menjadi salah satu faktor penentu pengambilan keputusan konsumen yang berdampak positif maupun negatif terhadap *e-commerce*, sehingga pembelian kebutuhan sehari-hari harus dipikirkan kembali (Saputra Daya & Saputra, 2023). Citra sikap konsumen saat mengevaluasi suatu produk atau jasa menjadi daya tarik seseorang untuk membeli produk yang diinginkan. Rating suatu produk menjadi positif ketika mendapat ulasan positif dan sebaliknya (Arif, 2021). Rekomendasi produk atau jasa merupakan bagian dari E-WOM yang berperan penting dalam keputusan pembelian. Rekomendasi produk atau jasa dari keluarga, orang terdekat dan teman memberikan sudut pandang positif untuk membeli produk atau jasa (Sari, 2019).

Temuan penelitian Badriyah et al., (2024) menunjukkan bahwa beberapa variable dapat mendorong konsumen dalam melakukan pembelian langsung yaitu persepsi harga sehingga menjadi pertimbangan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini juga menguji variabel E-WOM dalam memutuskan dalam membeli melalui marketplace Shopee. Riset yang dilakukan oleh Wijaya et al., (2022) menunjukkan hubungan yang signifikan tidak terjadi pada EWOM terhadap keputusan membeli di Tokopedia, berbeda dengan variabel persepsi risiko dan kepercayaan pelanggan yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pembelian. keputusan pembelian di Tokopedia sehingga menjadi dasar untuk membuktikan bahwa ada hubungan antara E-WOM dengan keputusan pembelian di Shopee. Temuan penelitian Yanti, S. D., Astuti, S. ., & Safitri, C. (2023) menunjukkan bahwa dalam pengalaman dari melakukan pembelian dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli ulang di Tiktok Shop menjadi pertimbangan pelanggan untuk melakukan pembelian. Penelitian ini menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pembelian di Tiktok Shop.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti sebelumnya telah melakukan penelitian terkait E-WOM untuk menunjukkan apakah pengaruh dapat terjadi pada *electronic word of mouth* pada perilaku pembelian konsumen di toko online Shopee. Dengan demikian, secara umum peneliti berminat dalam menyusun penelitian lanjutan mengenai eksplorasi dampak *elektronik word of mouth* pada tindakan pembelian konsumen di toko online Shopee. Penelitian ini bertujuan dalam mengetahui seberapa besar pengaruh dampak *electronic word of mouth* pada perilaku pembelian konsumen di toko online Shopee.

Selanjutnya, beberapa penelitian terdahulu dapat relevan dengan penelitian ini, yang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Relevan

No	Judul	Variabel	Hasil Pembahasan
1	Pengaruh Promosi Dan Penjualan Electronic Word Of Mouth Terhadap Pembelian Impulsif Pada Saat Special Event Day (Studi Pada Konsumen Shopee Jawa Timur) (Ariyanti & Setyo Iriani, 2022)	<i>Electronic Word of Mouth, Impulsive Buying, Sales Promotion, Special Event Day</i>	Temuan penelitian ini menginformasikan bahwa variabel lain dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada Shopee, yaitu promosi penjualan. Pengaruh yang dihasilkan oleh kedua variabel yaitu sebesar 64,6%
2	<i>Purchasing in the Digital Age: A Meta-Analytical Perspective on Trust, Risk, Security, and E-WOM in E-Commerce</i> (Handoyo, 2024)	<i>Digital Age, Meta-Analytical, Trust, Risk, Security, E-WOM, E-Commerce</i>	<i>E-WOM can influence the strong relationship between consumer behavior and provide a picture of understanding in digital e-commerce purchases. E-WOM is rapidly becoming a driver of consumer behavior, providing an impression in purchasing decisions through reviews. E-WOM has been widely used in research, and there is a growing body of research on trust and its moderating role in relation to e-commerce purchase decisions.</i>
3	<i>The Role of Brand Image And Brand Trust in Mediating the Effect of Electronic Word of Mouth on Repurchase Intention: A Study on Shopee Consumers in Denpasar City</i> (Istri & Raka, 2021)	<i>EWOM, Brand Image, Brand Trust, Repurchase Intention.</i>	<i>E-WOM can influence the strength of the relationship between consumer behavior and show the influence of eWOM on purchasing decisions at Shopee needs to be mediated by brand image and brand trust variables. These mediating variables make eWOM have an influence on purchasing</i>

decisions. provides an overview of understanding in digital e-commerce purchases. E-WOM is rapidly becoming a driver of consumer behavior, providing an impression in purchasing decisions through reviews. E-WOM has been widely used in research, and there is a growing body of research on trust and its moderating role in relation to e-commerce purchase decisions.

- 4 Indonesian Consumer Information Seeking, Complaint Behavior: The Knowledge, Role of Information Purchase Behavior, Seeking, Knowledge, Word-of-mouth, Purchase Behavior, and Complaint Behavior Tendency to Talk (Yulianti & Simanjuntak, 2024) The results showed that purchasing behavior is influenced by consumer knowledge and information seeking. Purchasing behavior also affects WOM. In addition, complaint behavior is influenced by purchasing behavior, consumer knowledge, and WOM. The results show WOM has a significant effect on complaint behavior.

METODE PENELITIAN

Riset ini memanfaatkan pendekatan secara kuantitatif. Dengan kata lain, pengaruh atau hubungan antar variabel terhadap subjek penelitian bersifat sebab akibat atau kausalitas. Maka, penelitian ini mengenal variabel yang mempengaruhi (independen) dan variabel yang dipengaruhi (independen) (Sugiyono, 2019). Variabel independen X adalah E-WOM dan variabel dependen Y adalah perilaku pembelian konsumen. Penelitian ini menyasar populasi yaitu konsumen yang berbelanja online di platform Shopee.

Riset ini memanfaatkan *sampling* berupa kategori metode *non-probability sampling* dengan jenis teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2019) juga menjelaskan *purposive sampling* adalah teknik yang mempertimbangkan responden yang

menganggap dirinya atau menggunakan teknik pengambilan sampel anggota populasi dan kriteria karakteristik. Data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui google formulir. Terdapat 30 pertanyaan untuk setiap variabel. Uji validitas harus dilaksanakan dalam mengetahui keakuratan data dari kuesioner. Menurut Bougie & Sekaran (2019), reliabilitas mencakup pengukuran stabilitas dan konsistensi suatu instrumen, dan teori dapat membantu mengukur akurasi dan presisi. Uji reliabilitas riset ini memakai *Cronbach's alpha*.

Karena penelitian ini menggunakan analisis uji korelasi dengan pemanfaatan regresi sederhana, koefisien korelasi *Pearson*, koefisien determinasi, uji t dan uji F, maka penelitian ini menganalisis data yang diperoleh dengan bantuan aplikasi SPSS 20.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Objek riset ini dilakukan oleh responden yang menggunakan aplikasi Shopee dengan karakteristik tertentu. Penelitian ini menggunakan metode *sampling* yaitu kategori *non-probability sampling* dan jenis teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data kuesioner dari 100 responden menggunakan teknik *sampling* yang sama. Berikut ini adalah karakteristik responden pada riset ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden

Atribut	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	19	19%
	Perempuan	81	81%
Usia	12 – 20	23	23%
	21 – 30	74	74%
	31 – 40	1	1%
	41 – 50	2	2%
	SMP/MTS	8	8%
Pendidikan	SMA/SMK/MAN	69	69%
	D1/D2/D3	-	-
	S1/S2/S3	23	23%

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Berdasarkan tabel di atas, responden mayoritas berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan sebanyak 81 orang (81%), dan sebanyak 69 orang (69%) dari pendidikan terakhirnya di SMA/SMK/MAN, dan mayoritas berada di rentang usia 21-30 tahun sebanyak 74 orang (74%). Oleh karena itu, perilaku konsumen saat berbelanja di platform Shopee sebagian besar berada di kategori usia 21-30 tahun.

Pengujian Persyaratan Analisis

Untuk menguji hipotesis dengan persyaratan analisis, maka menggunakan uji normalitas, uji korelasi, dan uji regresi linier sederhana.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan maksud mengetahui nilai reliabel berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas pada riset ini memakai uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengolah data dengan aturan yaitu sebagai berikut:

1. Apabila skor signifikansi $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Apabila skor signifikansi $< 0,05$ maka data penilaian berdistribusi tidak normal.

Tabel 3. Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	11,37594380
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,087
	Negative	-,094
Kolmogorov-Smirnov Z		,938
Asymp. Sig. (2-tailed)		,342

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

Sumber: Hasil Olah Data Primer (*Output SPSS Version 20*)

Hasil pengujian normalitas dalam tabel di atas, menunjukkan signifikansi mencapai $0,342 > 0,05$, sehingga kesimpulannya adalah bahwa skor residual indeks E-WOM dan indeks perilaku pembelian konsumen berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	82,150	10,234		8,027	,000
	Electronic Word Of	,285	,098	,281	2,896	,005

Mouth

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data Primer (*Output SPSS Version 20*)

Berdasarkan skor analisis regresi linier sederhana di atas, jika dilakukan analisis regresi linier sederhana dengan konstanta 82,150 maka terlihat nilai indeks E-WOM meningkat dan indeks perilaku pembelian konsumen juga meningkat mempunyai nilai yang sama yaitu 82,150. Nilai koefisiennya juga sebesar 0,285 yang menunjukkan bahwa nilai koefisien positif. Oleh karena itu, terlihat bahwa E-WOM menunjukkan implikasi positif pada perilaku pembelian konsumen. Jadi persamaan regresinya adalah $Y = 82,150 + 0,285 X$.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,281 ^a	,079	0,69	11,434

a. Predictors: (Constant), Electronic Word of Mouth

b. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Konsumen

Tabel di atas menunjukkan besaran nilai korelasi (R) yaitu sebesar 0,281. Output tersebut menunjukkan koefisien determinasi (R Square) senilai 0,79 yang memiliki arti bahwa pengaruh E-WOM terhadap perilaku pembelian konsumen adalah sebesar 79% dan dipengaruhi variabel lainnya sebesar 21%.

Uji t (Parsial)

Pengujian t dilakukan dalam pengetahuan mengenai implikasi dari setiap variabel bebas kepada variabel terikat (Ghozali, 2019). Uji t (Parsial) memiliki kaidah berikut ini:

1. Nilai t hitung mencapai $> t$ tabel, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kondisi ini menunjukkan tidak adanya relasi terjadi antara variabel E-WOM terhadap variabel perilaku pembelian konsumen.
2. Nilai t hitung mencapai $< 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kondisi ini menginformasikan adanya relasi terjadi antara variabel E-WOM terhadap variabel perilaku pembelian konsumen.

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a	
Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients

Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	82,150	10,234		8,027	,000
	Electronic Word Of Mouth	,285	,098	,281	2,896	,005

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Konsumen

Sumber: Hasil Olah Data Primer (*Output SPSS Version 20*)

Atas dasar hasil uji t (parsial), nilai konstanta sebesar 82,150. Hasil perhitungan tabel di atas, t hitung (2,896) > t tabel (1,960). Hasil tersebut memberikan informasi adanya implikasi antara variabel E-WOM terhadap variabel perilaku pembelian konsumen. Apabila nilai signifikan uji t (0,005) < 0,05, menyebabkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulan dari skor tersebut adalah E-WOM menunjukkan implikasi signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.

Uji F (Simultan)

Uji ini dipakai untuk mengkonfirmasi atau mengetes apakah persamaan model regresi dapat dipakai dalam mendeteksi implikasi variabel independen (X) pada variabel dependen (Y) (Ghozali, 2019).

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1096,202	1	1096,202	8,385	.005 ^b
	Residual	12811,798	98	130,733		
	Total	13908,000	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Pembelian Konsumen

b. Predictors: (Constant), Electronic Word Of Mouth

Sumber: Hasil Olah Data Primer (*Output SPSS Version 20*)

Atas dasar hasil perhitungan uji F (Simultan) di tabel sebelumnya, dapat diperiksa F hitung sebesar 8,385 > F tabel sebesar 7,173. Hasil ini mengarahkan pada penerimaan hipotesis yang artinya terdapat implikasi signifikan E-WOM terhadap perilaku pembelian konsumen.

PEMBAHASAN

EWOM merupakan kegiatan yang menggambarkan perilaku individu dan kelompok yang bertukar pikiran melalui media *online*. Pada penelitian ini,

hasil uji t signifikan sebesar $0,005 < 0,05$. Artinya variabel EWOM menunjukkan pengaruh positif dan signifikan pada indeks perilaku pembelian konsumen pada konsumen toko *online* Shopee di kota Depok. EWOM pada ulasan *online* atas produk atau layanan yang relevan dengan komunitas lokal. Jika nilai-nilai tersebut positif maka reputasi toko *online* akan meningkat, masyarakat akan semakin tertarik berbelanja di toko *online*, dan profitabilitas pemilik toko juga akan meningkat.

Hal ini mendukung riset yang dilakukan (Yulianti & Simanjuntak, 2024) menyatakan bahwa perilaku masyarakat dalam berbelanja ditunjukkan oleh pengetahuan konsumen dan pencarian informasi terkait produk atau jasa yang diinginkan. Perilaku pembelian juga mempengaruhi WOM. WOM sendiri melibatkan sikap atau perilaku masyarakat dalam melakukan interaksi secara langsung dengan sekelompok masyarakat lainnya. Lebih lanjut (Yanti et al., 2023) menyatakan bahwa pengalaman berbelanja meningkatkan minat beli ulang sehingga masyarakat mempunyai keinginan terhadap kebutuhan sehari-hari, dan koefisien minat beli ulang meningkat sebesar 0,889. Temuan tersebut juga mendukung pendapat Sudaryanto (2023) bahwa E-WOM dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja *e-commerce* dan meningkatkannya pada saat proses pengambilan keputusan dalam pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dituliskan dapat ditarik kesimpulan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Pembelian Konsumen di Toko *Online*. Hasil analisis dari koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa hasil dari E-WOM mempengaruhi perilaku pembelian konsumen di toko *online* Shopee sebesar 79%, sedangkan 21% dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya yang tidak diujikan. Dari aktivitas kegiatan konsumen, di mana seseorang melakukan pembelian dari toko *online* ditentukan oleh bagaimana cara berperilaku seseorang ketika mencari informasi mengenai produk yang diinginkan. Literasi digital pribadi yang lebih baik memudahkan konsumen mengambil keputusan pembelian secara *online*. Studi ini menunjukkan bahwa konsumen dapat memperoleh manfaat dari kemajuan teknologi digital, khususnya di Industri 5.0 sekarang ini.

Hasil penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan yang membutuhkan pengembangan riset ini lebih lanjut. Meskipun studi penelitian ini mencakup variabel E-WOM, masih terdapat keterbatasan dalam mengeksplorasi dampak digitalisasi pada toko *online* Shopee. Oleh karena itu, temuan riset ini diharapkan dapat lebih lanjut dikembangkan dengan

memasukkan lebih banyak variabel untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh pada tindakan pembelian konsumen di toko *online*. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa E-WOM berpengaruh signifikan pada perilaku pembelian konsumen di toko *online* Shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2023, October 11). *Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat*. Katadata Media Network.
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Cered Indonesia*, 1(1).
- Ariyanti, L., & Setyo Iriani, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Pembelian Impulsif Pada Saat Special Event Day (Studi Pada Konsumen Shopee Jawa Timur). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 491–508. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.58>
- Ashari, R. M. H., & Sitorus, O. F. (2023). Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Engagement Kopi Kenangan. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 38–46. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.726>
- Badriyah, Sukiyah, Mariskah, S., & Suyatna, R. G. (2024). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Membeli Seblak Di Daerah Tirtayasa. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 288–294. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.567>
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. In WILEY (8th ed.). WILEY.
- Catriana, E., & Ika, A. (2024, July 3). *Buruh Minta Pemerintah Larang E-commerce Punya Usaha Logistik, Ini Alasannya*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2024/07/03/210000126/buruh-minta-pemerintah-larang-e-commerce-punya-usaha-logistik-ini-alasannya>
- Cheung, C. M., & Thadani, D. R. (2020). *The Impact of Electronic Word of Mouth Communication: A Literature Analysis And Integrative Model Desicion Support Systems*. 54(1), 461–470.
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25* (9th ed.).
- Handoyo, S. (2024). Purchasing in the digital age: A meta-analytical perspective on trust, risk, security, and e-WOM in e-commerce. *Heliyon*, 10(8), e29714.

<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29714>

- Hardianty, D. A., Yustiana, I., & Somantri. (2022). Rancang Bangun Aplikasi E-Learning berbasis Pgressive Web Apps Untuk Pembelian Pembelanjaan online dengan Metode Prototyping. *Jurnal Sains Komputer Dan Informatika*, 6(2).
- Hariono, L. (2019). Apakah E-WOM (Electronic Word Of Mouth) Bisa MENGAL WOM (Word Of Mouth) Dalam Mempengaruhi Penjualan Produk Kuliner. *Journal Of Management Studies*, 12(1). www.bps.go.id
- Istri, P. A. A. S. D., & Raka, S. T. G. (2021). The Role Of Brand Image And Brand Trust In Mediating The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Repurchase Intention: A Study On Shopee Consumer In Denpasar City. *Eurasia: Economics & Business*, 7(49). <https://doi.org/10.18551/econeurasia.2021-07>
- Jatmiko, L. D. (2021). *Aduan Konsumen Menumpuk, e-Commerce dan Logistik Tidak Banyak Berbenah*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20211123/12/1469654/aduan-konsumen-menumpuk-e-commerce-dan-logistik-tidak-banyak-berbenah> [Bisnis.Com](http://bisnis.com).
- Kholik, A., Maulida, I. S., & Suganda, A. D. (2020). *Perilaku Konsumen: Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar* (U. Saripudin & E. Jaelani (eds.); I. Widina Bhakti Persada Bandung).
- Kusumatrisna, A. L., Amri, K., Anggraini, L., & Untari, R. (2023). *Statistik eCommerce 2022/2023* (A. Y. Supriadi & L. Anggraini (eds.)). Badan Pusat Statistik.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store). *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Paundra, D. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Pelanggan Restoran Cemara Osteria Di Kota Pekanbaru. *Institutional Repository: State Islamic University of Sultan Syarif Kasim RIAU*.
- Praneswari, A. D., & Sitorus, O. F. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada UMKM Kuliner Jakarta Timur. *Niara*, 16(3), 513–519.
- Pribadi.Dok. (2023). *Perkembangan Teknologi Informasi di Era Digitalisasi 5.0*. Kompasiana.
- Purwanto, A. (2021). *Merunut Potensi, Tantangan, Regulasi, dan Strategi Nasional Ekonomi Digital di Indonesia*. [Kompas.Id](https://www.kompas.id/baca/paparan-topik/2021/09/20/merunut-potensi-tantangan-regulasi-dan-strategi-nasional-ekonomi-digital-di-indonesia). <https://www.kompas.id/baca/paparan-topik/2021/09/20/merunut-potensi-tantangan-regulasi-dan-strategi-nasional-ekonomi-digital-di-indonesia>
- Saputra Daya, A., & Saputra, A. (2023). The Influence of Electronic Word of Mouth and Promotions on Purchasing Desicions At The Shopee Marketplace in Batam. *Universitas Putera Batam*, 12(1), 416–429.

- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka.com di Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat dan Kereta Api). *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 474. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2863>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Administrasi. In *Alfabeta*. Alfabeta CV.
- Valck, K. De, & Rosario, A. B. (2020). Electronic Word of Mouth: What Marketers Need to Know. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A., Muryatini, N. N., & Yasa, I. G. D. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian E-commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(1), 190–209. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v11.i01.p10>
- Yanti, S. D., Astuti, S. ., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi TikTok Shop. *Jurnal EMT KITA*, 7(1), 47–61. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>
- Yulianti, L. N., & Simanjuntak, M. (2024). Indonesian Consumer Complaint Behavior: The Role of Information Seeking, Knowledge, Purchase Behavior, and Tendency to Talk. *Global Business Finance Review*, 29(1), 57–71. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2024.29.1.57>

**MOBILE BANKING: DRIVES CHANGES IN THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF
GENERATION Z IN BATU AMPAR KRAMAT JATI**

LAPORAN PUBLIKASI ILMIAH

**Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Tahun Akademik 2023/2024**



Uhamka
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

Disusun Oleh :

Putri Nur Fadillah

2001085064

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Artikel : Mobile Banking: Drives Changes In The Consumptive Behavior Of Generation Z In Batu Ampar Kramat Jati

Nama : Putri Nur Fadillah

NIM : 2001085064

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Reviewer, dan direvisi sesuai saran reviewer

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

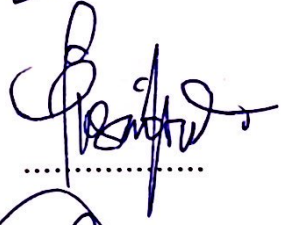
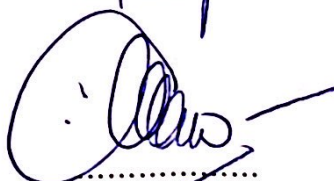
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas : Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Hari : Rabu

Tanggal : 7 Agustus 2024

Tim Reviewer

Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua merangkap : Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd. Reviewer 2		19/8/24
Sekretaris merangkap : Dr. Trisni Handayani, M.Pd. Reviewer 1		19/8 ²⁴
Pembimbing : Subali, SH., MH.		19/08 ²⁴

Disahkan oleh,

Dekan,



Purnama Syah Purrohman, M.Pd., Ph.D.

NIDN: 0307017404

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Nur Fadillah

NIM : 2001085064

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa artikel yang saya buat dengan judul ***"Mobile Banking: Drives Changes In The Consumptive Behavior Of Generation Z In Batu Ampar Kramat Jati"*** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya bukan plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang berlaku. Apabila ternyata dikemudian hari artikel ini, baik sebagian maupun keseluruhan merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, Senin 29 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Putri Nur Fadillah

NIM.2001085064

Business and Entrepreneurship Incubator Center
Universitas Muhammadiyah Jakarta
Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeu,
Tangerang Selatan, Indonesia, 15419
T: 021-7401894, +62 81280020191
E. baskara@umj.ac.id
W. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/baskara>



LETTER OF ACCEPTANCE

July 25th, 2024

Dear Authors,

On the behalf of the BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship, we are pleased to inform that your paper, entitled:

“Mobile Banking: Drives Changes In The Consumptive Behavior Of Generation Z In Batu Ampar Kramat Jati”

Written by “Putri Nur Fadillah, Subali”

submitted for consideration, has been **ACCEPTED** and will be published in the Volume 7, Number 1, 2024 on or before 30th October 2024.

We congratulate you for your achievement. If you agree to publish your paper, you need to sign the copyright as in the attachment. It is mandatory to submit the copyright form before the paper gets processed for final publication. Thank you very much for participating.

For further inquiries, please feel free to contact us!

Kindest Regards,

The Editorial Chief of BASKARA

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Endang Rudiatin". To the left of the signature is a small, stylized logo consisting of a sunburst or flower-like shape. Below the signature, the text "BASKARA" is visible in a large, bold, sans-serif font, and below that, "Journal of Business and Entrepreneurship" is written in a smaller, sans-serif font.

Dr. Endang Rudiatin, M.Si



Mobile Banking: Drives Changes In The Consumptive Behavior Of Generation Z In Batu Ampar Kramat Jati

Putri Nur Fadillah¹, Subali MM²

1. Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
2. Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Article Info

Keywords:

Consumptive Behaviour, Mobile banking, Generation Z, Technology

Article history:

Cite:

Corresponding author.
Corresponding Author
E-mail address:
Putrinurfadillah@uhamka.ac.id
Subali@uhamka.ac.id

Abstract

The rapid development of technology has led to various changes in the banking industry, including the rise of electronic payments such as mobile banking. This study aims to understand the impact of mobile banking on the consumption behavior of Generation Z in the Batu Ampar area of Kramat Jati. The study collected quantitative data through questionnaires distributed to 100 respondents with sampling techniques, namely non-probability sampling in the form of purposive sampling. The data was then analyzed using the SPSS 25 (Statistical Package for the Social Sciences) application. The results showed that there is a significant relationship between mobile banking and consumptive behavior. The regression test revealed that for every 1% increase in mobile banking usage, the value of consumption behavior increases by 1.471. Through the Product Moment Correlation Analysis, it is known that $R \text{ count } 0.05 \geq 0.000$ means that there is a significant relationship between Mobile Banking (X) and Consumptive Behavior (Y). In the F test, it is obtained that F count is $36.417 > F \text{ table}$, namely 3.94, which can be seen that variable X (Mobile Banking) has an effect on variable Y (Consumptive Behavior) which means H_a is accepted and H_0 is rejected by having an influence value of 27.1% of the consumption behavior can be attributed to mobile banking, while the remaining 72.9% is influenced by other factors not considered in this study. Overall, these findings highlight the influence of mobile banking on the consumption behavior of Generation Z.

INTRODUCTION

In life, the economy is a necessity in fulfilling human needs to meet the various needs and desires in life that exist. Needs are something that must be fulfilled both services and objects in order to achieve human prosperity and welfare whose own needs are unlimited. According to (Imansari, 2020) human needs are divided into three categories, namely primary needs, secondary needs, and tertiary needs. In the practice of daily life outside the three main human needs such as primary needs, secondary needs and tertiary needs. Fundamentally, humans also need to fulfil basic needs in managing their finances. The activity of managing finances needs to be arranged systematically which is a person's development in fulfilling the needs of life in other words, financial management is part of personal financial management (Saraswati & Nugroho, 2021).



Gambar 1.1 Indeks Literasi Keuangan Penduduk Indonesia

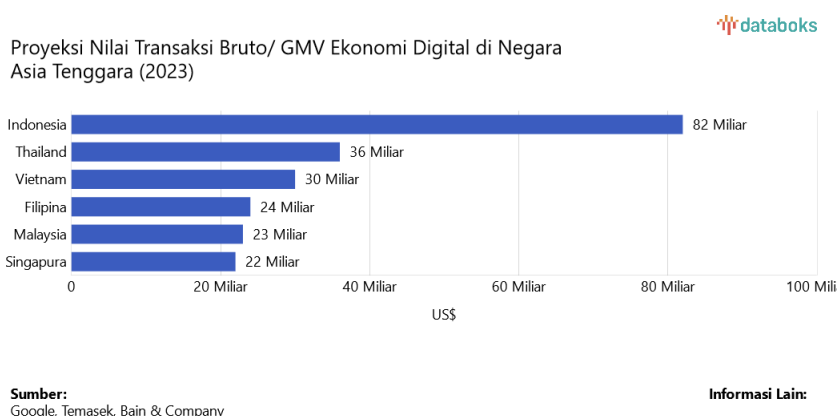
Sumber : Data diolah oleh penulis 2024 (OJK.go.id)

Based on this data, it is known that from 2013 the literacy index showed an increase from 21.84% to 29.70% in 2016. In 2019, it further increased with a percentage of 38.03%. In 2022, the financial literacy index of the Indonesian people reached the highest level based on the available data, which was 49.68%. In this case, it shows that the financial literacy of the Indonesian population continues to increase from year to year, which means that the Indonesian population is more aware and reduces impulse buying behaviour and is more concerned with existing needs. Financial literacy according to (Mega Sifa Eliza, Sri Astuti, 2023) is a financial proficiency process that includes several dimensions, namely knowledge, skills, and beliefs, with the aim of managing finances in general for both individuals and society effectively. According to (Pramedi & Asandimitra, 2021) in (Hung et al., 2011) Financial management will also be good if someone has good financial knowledge. Through existing improvements, a person's financial literacy will have an impact on lower consumptive behaviour, which means that if someone has knowledge related to finance, they tend to think about their future so that they reduce their consumptive behaviour (Juliana et al., 2018) (Yahya, 2021). Consumptive behaviour must be balanced with an understanding of good financial management. Consumptive behaviour itself according to Maulana (Hidayah, 2015) is a behaviour where there is a desire to buy goods that are not really needed in order to meet personal satisfaction. This 'desire' to fulfil personal satisfaction is also based on the Theory of Planned Behaviour (TPB), where this theory explains that a person's actions arise because of the desire to behave. This theory also shows that intentions are formed in terms of attitude towards behaviour, subjective norms, and perceived behavioural control in a person. Overall, Theory Planned Behavior has a definition that in addition to having attitudes and subjective norms, an individual must consider how action control is obtained and felt by the individual himself in order to carry out activities or behaviours that will be carried out by an individual himself (Mihartinah & Coryanata, 2019). Consumptive behaviour that prioritises tempting discount offers now at the expense of future needs can lead one to serious financial problems. Therefore, consumptive behaviour needs to be avoided so as not to cause worse financial complications in the future (Dewi et al., 2021).

It is known that based on the phenomenon reported on the Kompasiana website, there is a study explaining the habit of using digital payment methods to increase spending costs by 23% because they become more active in shopping and spending money. This is known because there is research that says the use of physical money feels more lost when spending money sheet by sheet in paying for something or what can be called the pain of paying (Kompasiana.com, 2023). In addition, there are other examples of phenomena reported by the CNBC Indonesia website which contain a digitally active consumer or digitally active tends to benefit banking businesses compared to conventional consumers (Yanurisa Ananta, 2019). Consumptive behaviour itself is certainly easy to find from various circles of society such as generation Z, namely starting adolescents and adults and various statuses such as students, students, workers or employees and others. Generation Z was born in the range of 1996 to 2010. It is known that in Indonesia, in 2010 alone, the number of generation Z was more than 68 million people, and it is known that there are currently 2.5 billion generation Z

people around the world (Divisi Sumber Daya Manusia dan Organisasi Bawaslu Jombang, 2020). According to (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2021) dalam (Anjani & Darto, 2023) Generation Z displays a wide variety of characters, has a global scope, and influences the culture and attitudes of the majority of society. Generation Z habits are very different from previous generations because they were born and grew up in the digital era. The digital era itself or where the era of world technological development has increased, consumptive behaviour has also increased in the existing world technology, such as the electronic wallet feature and online shopping sites or features.

It is this increase in features such as e-wallets and online shopping that increases and makes familiar the "Digital Economy". Economic activity itself according to menurut (Rudiatin & Ramadhan, 2018) merupakan is an inseparable part of society and cannot be separated or managed separately. In the perspective of Economic Anthropology, the market is seen not only as a place for buying and selling transactions, but also as an important place of social interaction. Meanwhile, the digital economy according to (Hinning) in (Prastyaningtyas et al., 2021) is a business activity that occurs virtually via the internet, including creating value, conducting transactions, and establishing relationships between economic actors. The internet has experienced a high level of development in this period of technical progress and almost everyone knows the internet (Yanti et al., 2023).



Gambar 1.2 Ekonomi Digital di Negara Asia Tenggara 2023
Sumber : Databoks

Based on the data above, it can be seen that the digital economy in Indonesia itself is developing superior to several Southeast Asian countries, beating Singapore, Malaysia, the Philippines, Vietnam, and Thailand. This digital economy is also an industry engaged in the world of digital technology and as a derivative of Communic Indonesia Broadcast which has succeeded in influencing the potential development of the digital economy. This digital economy is a derivative based on information and communication technology that is increasing rapidly so that it also has an impact on changing the way people operate their business or carry out existing transactions such as becoming "e-commerce, e-business, e-transaction". Talking about E-commerce (Shopee, Lazada, Toko Pedia and others), (Amazon, market place, content provider and others), On Demand Service (gojek, grab and others) and E-transaction (ATM machines, M- Banking and others) of course we as users must have a sense of trust to give or put money in this electric or digital. Regarding E-transaction, is a place to transact using virtual cashless methods such as M- Banking or Mobile banking is a service that can only be accessed by customers who have accounts at certain banks. This service is considered very helpful in increasing efficiency, effectiveness, and productivity for customers who have a busy schedule (Axel Hernandez, 2022).

Based on data from Bank Indonesia (BI), the value of transactions using electronic money in Indonesia as of August 2021 reached around IDR 24.75 trillion. In addition, the volume of transactions using electronic money (e-money) can be recorded at 439 million times as of August 2021. This shows that electronic payments (e-payments) are increasingly in demand. Electronic payment is one example such as Mobile Banking.

Cite: Siswanto, H.A., Endang, R. (2024). Cross-Border Trade Malaysia-Indonesia: Involvement of Buton Early Immigrants. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(2). doi: <http://dx.doi.org/10.54268/baskara.v6i2.21613>

THEORETICAL REVIEW

1. Consumptive Behaviour

Basic human needs cause humans to not be separated from consumptive behaviour. According to an international article entitled "A Framework For Agent-Based Models Of Human Needs And Ecological Limits" says that human needs themselves are a quality of life related to satisfaction in various human needs that have a motivation or basis for behaviour with existing views such as welfare fulfilment among different living environments (Joël Foramitti, 2023). Basically, humans have needs. Human needs or need of recognition are generally divided into two, namely generic needs and selective needs or better known as primary and secondary needs. Primary needs are basic needs that are indispensable to humans, such as food, drink, and health. Secondary needs, on the other hand, are needs that are fulfilled after primary needs are met, which serve as a complement to primary needs (Utari et al., 2020).

Meanwhile, consumptive behaviour is a behaviour in which a person or a consumer makes excessive or unnecessary expenditures and exceeds one's financial capacity, tends to make impulse purchases and is not based on existing needs but only wants. The theory of consumer behaviour itself according to The American Marketing Association is a reflection of the dynamic interaction between feelings and thoughts, actions, and the surrounding environment. In this context, humans are involved in exchange activities which are an integral part of their lives. The theory of consumer behaviour according to (Philip T. Kotler & Kevin Lane Keller, 2016) focuses on how individuals, groups, and organisations select, purchase, use, and place goods, services, ideas, or experiences to meet their wants and needs.

Consumptive behaviour according to (Yanti et al., 2023) This behaviour is when individuals no longer make decisions based on rational considerations, but tend to consume or buy goods or services excessively, causing waste. In addition, this behaviour places more emphasis on pleasure than needs, which can psychologically cause worry and insecurity. Consumptive behaviour can be underlined that a person's behaviour is influenced by sociological factors which are required to consume excessively or wastefully and unplanned on goods or services (Ardana, 2021). Consumptive behaviour according to ('Ainy, 2020) is the behaviour of consumers who are always dissatisfied with their own satisfaction and do not consider their functions or needs. Consumptive behaviour prioritises tempting discount offers today at the expense of future needs can lead a person to serious financial problems. Therefore, consumptive behaviour should be avoided to prevent more complex financial problems in the future (Dewi et al., 2021). According to (A. Nooriah Mujahidah, 2020) From a psychological perspective, this refers to compulsive buying disorder (shopping addiction), where a person is unable to distinguish between needs and wants. Based on this understanding, it can be seen that consumptive behaviour is only to meet personal satisfaction, addicted to shopping which leads to becoming a wasteful person with various impulsive purchases made. The types and factors of consumptive behaviour are :

According to Sumartono (2002) in (Mutthaqin et al., 2023), the existence of consumptive behaviour is caused by two things, namely as follows:

1). Internal Factors

Internal factors that affect consumptive behaviour include:

- a. Motivation, is an impulse felt by individuals to take steps to fulfil their needs.
- b. Self-esteem, individuals with low levels of self-esteem are more susceptible to influence than those with high levels of self-esteem.
- c. Observation, is the learning process that occurs in consumers when they observe the actions and behaviour of others.
- d. Learning, is a process of gaining knowledge and experience, which will ultimately lead to changes in attitudes and behaviour.
- e. Personality, is a characteristic possessed by each individual, with these differences reflecting the uniqueness of each individual.

- f. Self-concept, is the way individuals see and understand themselves. Self-concept can affect how a person perceives and behaves in buying.

2). External Factors

External factors that influence consumptive behaviour include:

- a. Culture, refers to a collection of values, ideas, and symbols that have meaning in helping individuals interact, give meaning, and evaluate as part of society.
- b. Social group, is where individuals interact with each other because of the relationship between them.
- c. Family, in consumption decisions, families often influence because of their important and long-lasting role in shaping human attitudes and behaviour regarding the use of goods and services.

Meanwhile, according to the results of research conducted by (Enrico et al., 2017), it shows that there are several factors that can influence consumptive behaviour, namely:

- a. The period of usefulness of goods and the ability to buy, is where the goods are still functioning or not obsolete and the ability to buy a good or service by having income or money.
- b. Social status, is to get recognition from society or social for the achievement of goods or services owned.
- c. Satisfaction with the product, such as feeling the positive impact of existing products.
- d. Prestige, refers to a concept that describes the feeling of pride or honour that a person feels for having or doing something that is considered prestigious or prestigious in a particular social environment.

There are various characteristics or indicators of consumptive behaviour according to Sumartono (2002) in (Natasha Shanty Herawati, 2015) & (Dewi et al., 2021) namely :

- a. Buying products because of attractive packaging.

A person buys a product only because of the attractive packaging displayed. Thus, the motivation or reason for buying the product is based on the visual appeal of the packaging.

- b. Buying products to maintain appearance and prestige.

A person buys a product with the aim of maintaining their appearance so that they look more fashionable and in accordance with current trends compared to others.

- c. Buying products solely as a status symbol. Consumers have great financial capabilities in things such as clothing, makeup, hairstyles, and others.

- d. This can increase the impression of being exclusive by owning expensive items and creating an image of being from a higher social class.

- e. Wearing products because they idolise the models who advertise.

Consumers often imitate the behaviour of their idols by using everything similar to what the idols use.

- f. Buying products at high prices will lead to high self-confidence.

Consumers feel highly motivated to try certain products because they believe that the statements in the advertisement can boost their self-confidence.

- g. Trying more than two similar products (different brands)

Consumers tend to switch to other brands in the same product category, even though the previous product has not been used up.

The factors that encourage consumptive behaviour according to Niko Ramadhani (2019) in (Lutfiah et al., 2022) are :

- a) High Sense of Prestige

From a sense of prestige, there is economic competition when other people buy something that is sometimes more luxurious which makes a benchmark for consumptive behaviour to make impulsive purchases so as not to lose competitiveness.

- b) Always Follow the Trend

Following existing trends is also a driving force for people to behave consumptively because someone will continue to make impulsive purchases to adjust to existing trends and changes in trends.

- c) Culture

One of the components in social behaviour is culture. Culture also affects consumptive behaviour where it will be influenced based on social behaviour that is often applied or culture that is accustomed to being cultured.

It can be seen that consumptive behaviour is consumer behaviour influenced by sociological factors with existing desires that are wasteful, unplanned, not with rational consideration or never satisfied, such as sacrificing needs for discount offers without considering functions to meet one's personal satisfaction.

2. Mobile Banking or M-Banking

According to (Turban, 2004) in (Kiki Lestari, 2022) Mobile Banking is an application of Mobile Commerce that is focused on financial banking issues. It allows users to perform activities such as those that can be done through an ATM using a mobile device. According to (donner & tellez, 2008) in (Sudhir Rana, 2022) Mobile banking offers financial facilities such as cash transfers, bill payments, savings, and financial services without having to rely on cash. Mobile banking can provide convenience for customers to check savings balances and pay bills or transfer funds to other accounts. The convenience factor is how confident a person is that using an information system is easy and does not require complicated efforts (Nugroho, 2014). According to (Sulistiyarini, 2012) in (Pertiwi & Ariyanto, 2017) Mobile banking is part of e-banking services that use mobile phones for various banking services. This service can be accessed via SIM card, SMS, or mobile application and web browser using the internet on a mobile phone. Through mobile banking, customers can perform non-cash transactions such as checking balances, viewing transaction details, transferring funds, paying credit cards, and paying telephone bills. The advantages, disadvantages and usage factors of mobile banking are as follows

1) Advantages of Mobile Banking :

According to (Hadi & Novi, 2015) it is known that currently mobile banking has gone through many improvements and improvements so that it is safe and confident to use. Based on this info, it is certainly a plus point in the M-Banking service itself.

The advantages of mobile banking according to (Kuriaty, 2018) which are summarised, namely:

- a. A service can be accessed on a mobile that depends on the compatibility of the mobile phone itself. Mobile banking services are available to find out balances via SMS and are generally used through software applications available on mobile phones.
- b. More flexible, such as the ability or characteristics to adjust to various situations or changing conditions smoothly and effectively.
- c. Easy to use, with various features available to simplify the human life of Mobile Banking users.

2) Disadvantages of Mobile Banking :

According to (Hadi & Novi, 2015) One of the disadvantages of m-banking is dependence on the availability of mobile networks from certain operators. In the event of an area without service or an unavailable network, m-banking services cannot be performed. The responsibility for this should not be entirely on the bank, but rather on the mobile operator service provider and the internet provider used by customers to access m-banking services. It is also known that there are disadvantages of Mobile Banking according to (Iriani, 2018) mobile banking weaknesses such as being considered less flexible because there are limitations in managing financial transactions so that they cannot make many financial transactions at one time. Another drawback is when customers have to remember every code needed to make transactions, with each transaction requiring a different code. It is feared that if the customer forgets the code number needed, the customer will not be able to transact.

3) Factors Affecting the Use of Mobile Banking

It is known that based on several existing studies, perceived usefulness is important to research because perceived usefulness is considered to influence the intention of banking customers to use mobile banking applications (Adi Pratama, Fadli Moh. Saleh, Femilia Zahra, 2019). According to (Fadlan, n.d.) in addition to the usability factor, there is a perceived ease of use of information systems as an action that makes the context of technology users. Through this, making someone's reason for seeing the benefits and ease of use of

information systems makes that person's behaviour a benchmark in accepting a system. Davis (1986) in (Straub, 1986) explains that the level of information technology acceptance is determined by several constructs, namely:

a. Perceived ease of use (PEOU)

According to Davis (1989), perceived ease of use, namely a technology, is defined as a measure by which a person believes that a computer can be easily understood and used. This definition is also supported by (Wibowo & Luhur, 2017) in (Fadlan, n.d.) which states that the technology can be easily understood and used.

b. Perceived Usefulness

Perceived usefulness is defined as a measure by which the use of a technology is believed to bring benefits to the person using it (Fred D. Davis, 1989) ;(Davis, 1993). According to (Fred D. Davis, 1989) designing a perceived usefulness is calculated by indicators such as developing job performance, making work easier and overall being able to feel very useful technology. Meanwhile, according to (Yahyapour, 2008) perceived usefulness can be denoted through criteria such as increasing productivity, making work more effective, and work becomes faster.

c. Attitude Toward Using Technology (Attitude Toward Using)

Attitude towards using in TAM is designed with behaviour on system use in the form of acceptance or rejection as a result when someone uses a technology in their work (Davis, 1993). In (Dra. M.M. Nilam Widyarini, 2009) it is stated that attitudes state what we like and don't like. A person's attitude consists of cognitive, affective, and various elements related to behavioural components.

METHODS

The author's research approach uses a quantitative approach or method. Quantitative approach is defined as research that is rational, systematic, measurable and objective in nature and can provide an explanation of a problem that can be generalised. This quantitative approach aims to be able to explain, predict and or control social phenomena with objective measurements and numeric analysis. In this study, using a survey method by distributing questionnaires as the main data collection tool. The data in this study will be processed and the results are in the form of numbers and descriptive percentage analysis, the tool for processing uses SPSS.

Primary data is data obtained directly from the first source, such as through interviews or filling out questionnaires by individuals or individuals (Chodlirin, 2016). Secondary data is data that originally came from primary data but has been further processed and presented either by those who collect primary data or by other parties (Chodlirin, 2016). This secondary data is obtained indirectly and uses an intermediary. These data include the internet, interviews and observations.

According to (Sugiyono, 2021), argues that population is a generalisation area in the form of objects or subjects that have certain qualities and characteristics. According to (Sugiono, 2019) Samples are part of the number and characteristics possessed by the population. To find out more about the population, researchers must take a small part of the population called a sample. This sample must be able to represent the characteristics and number of the population as a whole. The sample is part of the number and characteristics possessed by the existing population and must be representative. In this study, the authors used the Slovin formula with a percentage of 10% or 0.1 and obtained a sample size of 100 people.

RESULTS AND DISCUSSION

Normality Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	10,47636376

Most	Absolute	0,057
Extreme	Positive	0,057
Differences	Negative	-0,048
Test Statistic		0,057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Based on the normality test above, it is known that the Sig value. .200 or 0.20. The Significance value obtained is $0.20 > 0.1$, so the residual value is normally distributed. Through this, it is known that the existing data comes from a normally distributed population and the distribution of data is ideal or balanced.

Linearity Test

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Mobile Banking	Between Groups	(Combined)	6436,014	18	357,556	3,420	0,000
		Linearity	4037,724	1	4037,724	38,625	0,000
		Deviation from Linearity	2398,290	17	141,076	1,350	0,185
	Within Groups		8467,376	81	104,536		
	Total		14903,390	99			

Based on the linearity test above, it is known that the Sig. value obtained is .185 or 0.185. The significance value obtained is $0.185 \geq 0.1$, so there is a linear relationship between the independent variable and the dependent variable. The Linearity test using Anova is also seen with the F value parameter and Deviation from Linearity. The assumption of Linearity is fulfilled if F-Count > F-Table and the value of Deviation from Linearity is 0.05. So it can be seen that the F-Count is 38.625 and sig. Deviation from Linearity 0.185 So it can be concluded that the researcher's observation data is linearly patterned.

Analisis Korelasi Product Moment

Correlations			
		Mobile Banking	Perilaku Konsumtif
Mobile Banking	Pearson Correlation	1	.521**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	100	100
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.521**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Based on the Product Moment Correlation Analysis above, it is known that the Sig. value of variables X and Y = 0.000. It is known that R count $0.05 \geq 0.000$ then H0 is rejected and H1 is accepted. This means that there is a significant relationship between Mobile Banking (X) and Consumptive Behaviour (Y). It is also known, the pearson correlation value of the Mobile Banking (X) variable and Consumptive Behaviour (Y) is .521 or 0.521 which occupies a medium correlation position. This means that there is a positive relationship or correlation with a moderate level between Mobile Banking (X) and Consumptive Behaviour (Y).

Uji Simple Linear Regression

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4037,724	1	4037,724	36,417	.000 ^b
	Residual	10865,666	98	110,874		
	Total	14903,390	99			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Mobile Banking						

Based on the Simple Linear Regression Test above, it is known that the Sig. value obtained is .000 or 0.000. It is known that the significance value of $0.000 \leq 0.1$ means that the Mobile Banking variable (X) has an effect on the Consumptive Behaviour variable (Y).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.697	6.792		2.900	.005
	Mobile Banking	1.471	.244	.521	6.035	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Based on the results of this Coefficients table, it is known that the constant value (Mobile Banking) is 19.697 while the Financial Literacy value (b / regression coefficient) is 1.471 so that the regression equation can be written:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 19.697 + 1.471X$$

The equation can be translated:

1. The resulting constant of 19,697 means that the consistent value of the Consumptive Behaviour variable is 19,697.
2. The regression coefficient X of 1.471 states that every 1% increase in the value of Mobile Banking, the value of Consumptive Behaviour increases by 1.471. The regression coefficient is positive, so it can be said that the direction of the influence of variable X on Y is positive.

Determination Coefficient Test

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	0,271	0,263	10,530
a. Predictors: (Constant), Mobile Banking				

Based on the model summary table above, it is known that the R value is .521 or 0.521 and R Square is 0.271, which is calculated to be 27.1%. Through this, the effect of the Mobile Banking variable (X) on the Consumptive Behaviour variable (Y) has an effect of 27.1%.

Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Cite: Siswanto, H.A., Endang, R. (2024). Cross-Border Trade Malaysia-Indonesia: Involvement of Buton Early Immigrants. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(2). doi: <http://dx.doi.org/10.54268/baskara.v6i2.21613>

1	Regression	4037,724	1	4037,724	36,417	.000 ^b
	Residual	10865,666	98	110,874		
	Total	14903,390	99			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Mobile Banking						

Based on the Anova table above, it is known that the df value is 98 with the F table obtaining a value of 3.94. It is known that the calculated F value is 36.417 > F table, which is 3.94. It can be concluded that variable X (Mobile Banking) has an effect on variable Y (Consumptive Behaviour).

CONCLUSION

Based on the results of the research and discussion that has been written, it can be concluded that mobile banking has a positive and significant effect on consumptive behavior among generation Z in the Batu Ampar area. People who like to use mobile banking tend to have a negative impact such as waste due to increased consumptive behavior driven by various features in mobile banking. Several conclusions can be drawn which are expected to answer the problems that exist in this study, namely, based on the results of data processing simple linear regression test $Y = 19.697 + 1.471X$ states that every 1% increase in Mobile Banking value, the value of Consumptive Behavior increases by 1.471. Through the Product Moment Correlation Analysis, it is known that $R \text{ count } 0.05 \geq 0.000$ means that there is a significant relationship between Mobile Banking (X) and Consumptive Behavior (Y) through the pearson correlation value of 0.521 which occupies a moderate correlation position, meaning that there is a positive relationship or correlation with a moderate level between Mobile Banking (X) and Consumptive Behavior (Y). It is also known, the calculated F value is 36.417 > F table, namely 3.94, which can be said that variable X (Mobile Banking) has an effect on variable Y (Consumptive Behavior) which means H_0 is accepted and H_a is rejected by having an influence value of 27.1% which is known based on the acquisition of R Square 0.271 which is percented while the other 72.9% is influenced by other factors not contained in this study.

It is hoped that further research can examine with the addition of research variables, update statements, a larger population or sample and further explore updated phenomena that occur in the world of Electronic payment in Indonesia.

REFERENCES

- A. Nooriah Mughaidah. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan, 1–18. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>
- Adi Pratama, Fadli Moh. Saleh, Femilia Zahra, N. A. (2019). Faktor - faktor yang mempengaruhi niat dalam menggunakan mobile banking. 2. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/91726469/10410-libre.pdf?1664450110=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPERSEPSI_KEGUNAAN_KEMUDAHAN_PENGGUNAAN_D.pdf&Expires=1705391581&Signature=ATDghKshwFT~iFTZmSC2NG6mAMiHOG-cOhvNvk0sxFA-MXzK9r5GUr0b
- 'Ainy, Z. N. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan), 4(2), 226–235. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2672>
- Anjani, C., & Darto, D. (2023). Financial Literacy, Income and Self-Control on Financial Management Behavior of Generation Z. BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship, 5(2), 152. <https://doi.org/10.54268/baskara.v5i2.16363>
- Ardana, F. A. (2021). "Pengaruh Gaya Hidup, Konformitas, Konsep Diri, dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Purwokerto)". 2005, 9–26.
- Axel Hernandez, F. D. (2022). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Dalam Transaksi
- © 2019 The Authors. Published by The Center for Border and Coastal Studies (PSPP), Universitas Muhammadiyah Jakarta
This is an open access article under the CC BY SA license. (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

- Cite:** Siswanto, H.A., Endang, R. (2024). Cross-Border Trade Malaysia-Indonesia: Involvement of Buton Early Immigrants. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(2). doi: <http://dx.doi.org/10.54268/baskara.v6i2.21613>

- Mega Sifa Eliza, Sri Astuti, C. S. (2023). Pengaruh Literasi Finansial Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM. *JPEK (Jurnal ...)*, 7(2), 398–408. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.19125>
- Mihartinah, D., & Coryanata, I. (2019). Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengambil Sertifikasi Chartered Accountant. *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 77–88. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.2.77-88>
- Mutthaqin, M. S., Wati, P., & ... (2023). Pengaruh Spaylater dalam Online Shop terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muslim di FEBI UINSU. *Jurnal Masharif Al ...*, 8(30). <https://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/article/view/19402>
- Natasha Shanty Herawati, L. (2015). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA BISNIS DI SURABAYA. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 53(9), 1689–1699. <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>
- Nugroho, A. G. A. (2014). BAB IIPdf. In *Αγαν* (Vol. 8, Issue 5, p. 55).
- Pertiwi, N. W. D., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(2), 1369–1397.
- Philip T. Kotler & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management (Global Edition) 15th Edition* (p. 179).
- Prastyaningtyas, E. W., Aprilia, N. D., Waluyo, S. D., Saragih, H. J. R., Pertahanan, E., Pertahanan, F. M., Adha, L. H., Asyhadie, Z., Kusuma, R., Wibowo, E. W., Kumala, S. L., & Suryaningtyas, C. D. (2021). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia the Development of Indonesia ' S Digital Economy. *Jurnal Lentera Bisnis*, 1(2), 245–259. <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/8375>
- Rudiatin, E., & Ramadhan, A. I. (2018). Kekuatan Moral dan Budaya, Mendukung Perekonomian Indonesia: Sebuah Gambaran Usaha Kecil dan Menengah. *BASKARA Journal of Business & Entrepreneurship*, 1(1), 21–34. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/baskara/article/view/3117>
- Saraswati, A. M., & Nugroho, A. W. (2021). Perencanaan Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Generasi Z di Masa Pandemi Covid 19 melalui Penguatan Literasi Keuangan. *Warta LPM*, 24(2), 309–318. <https://doi.org/10.23917/warta.v24i2.13481>
- Straub, D. G. and D. W. (1986). Gender Differences in the Perception and Use of E-Mail: An Extension to the Technology Acceptance Model. *Interchange*, 17(2), 3–8. <https://doi.org/10.1007/BF01807463>
- Sudhir Rana, A. K. S. (2022). *Doing Business In Emerging Markets Progress And Promisess*. Deanta Global Publishing Services. <https://doi.org/10.4324/9781003199168>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R dan D*.
- Sulistiyanini, S. (2012). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–20.
- Utari, P., Fitri, A., Setyanto, E., & Henny, C. (2020). Belanja on-line mahasiswa di era pandemi covid-19: modifikasi perilaku konsumen. *Islamic Communication Journal*, 5(2), 143. <https://doi.org/10.21580/icj.2020.5.2.6450>
- Wibowo, A., & Luhur, U. B. (2017). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. April 2008.
- Widyarini Nilam. (2009). *Kunci Pengembangan Diri*. PT Elex Media Komputindo.
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Yahyapour, N. (2008). Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System; Case of Iran. In *Division of Industrial Marketing and E-commerce, Master's thesis (Vol. 36)*.
- Yanti, S. D., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018). *Jurnal EMT KITA*, 7(1),

47–61. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.728>

Yanurisa Ananta, C. I. (2019). Riset: Pengguna Mobile Banking Lebih Boros Tetapi Loyal. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190211193129-37-54934/riset-pengguna-mobile-banking-lebih-boros-tetapi-loyal>

**IMPLEMENTASI *SOCIOPRENEUR* DALAM PENGELOLAAN SAMPAH
ANORGANIK DI KELURAHAN SEMPER TIMUR, JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**



Uhamka
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

Oleh:

Salsabila Sakinah

2001085068

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

Judul Proposal : Implementasi *Sociopreneur* dalam Pengelolaan Sampah Anorganik

Nama : Salsabila Sakinah

NIM : 2001085068

Setelah diperiksa dan dikoreksi melalui proses bimbingan, maka dosen pembimbing dengan ini menyatakan setuju terhadap skripsi ini untuk disubmit.

Jakarta, 27 Juli 2024

Dosen Pembimbing,



Prof. Dr. Sri Astuti, M.Pd.

NIDN. 0302127002

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi *Sociopreneur* dalam Pengelolaan Sampah Anorganik
di Kelurahan Semper Timur, Jakarta Utara
Nama : Salsabila Sakinah
NIM : 2001085068

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Penguji, dan direvisi sesuai saran penguji

Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas : Muhammadiyah Prof Dr. HAMKA
Hari : Selasa
Tanggal : 06 Agustus 2024

Tim Penguji

	Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua			
Merangkap Penguji I	: Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd		07/08/24
Sekretaris	: Dr. Trisni Handayani, M.Pd		7/8/2024
Pembimbing	: Prof. Dr. Sri Astuti M.Pd		09/08/24
Penguji II	: Dr. Budi Permana, MM		09/09/2024

Disahkan oleh,
Dekan FKIP UHAMKA,



Murrahma Syifa Permana, M.Pd., Ph.D
NIM. 0000007404.

HALAMAN PERYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Salsabila Sakinah

NIM : 2001085068

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **“Implementasi Sociopreneur dalam Pengelolaan Sampah Anorganik di Kelurahan Semper Timur, Jakarta Utara”**. merupakan hasil karya saya, bukan plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya tulis dengan benar sesuai dengan pedoman dan tata cara pengutipan yang berlaku. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini, baik sebagian maupun keseluruhan merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.

Jakarta, 27 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Salsabila Sakinah

NIM. 2001085068

ABSTRAK

Salsabila Sakinah : 2001085068. “Implementasi *Sociopreneur* dalam Pengelolaan Sampah di Kelurahan Semper Timur, Jakarta Utara”. Skripsi. Jakarta : Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas lebih jauh bagaimana penerapan *Sociopreneur* dalam pengelolaan sampah di Kelurahan Semper Timur, Jakarta Utara. Dengan subfokus pembahasan *Sociopreneur* dan Pengelolaan Sampah. (1) Menganalisis proses pengelolaan sampah yang dilakukan di Kelurahan Semper Timur, Jakarta Utara. (2) Menganalisis proses *Sociopreneur* dalam pengelolaan sampah sehingga bisa menjadi nilai ekonomis.

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan melakukan metode Wawancara, Observasi dan Dokumentasi kepada 3 narasumber. Selanjutnya hasilnya diolah dengan teknik analisis data melalui Reduksi Data, Display Data dan Kesimpulan.

Dalam Implementasi *Sociopreneur* yang dilakukan dilingkungan kelurahan Semper Timur, Jakarta utara bisa diketahui dapat menjadi solusi bagi permasalahan sosial yaitu sampah. Jenis sampah yang diteliti adalah sampah anorganik. Hal ini dikarenakan anorganik adalah jenis sampah yang paling banyak dan sulit terurai. Selain bisa memberikan dampak yang bagus pada lingkungan kegiatan ini juga dapat menambah nilai ekonomi melalui penjualan sampah. Terciptanya *Sociopreneur* memang untuk mengatasi permasalahan dengan sudut pandang entrepreneurship. Meskipun kegiatan *Sociopreneur* ini memiliki berbagai macam cara di setiap tempatnya tetapi tujuan utamanya tetap sama yaitu untuk melindungi bumi dari bahaya sampah yang sulit terurai yaitu anorganik

Kata kunci: *Sociopreneur*, kegiatan sosial dan pengelolaan sampah

ABSTRACT

Salsabila Sakinah: 2001085068. "Implementation of Sociopreneur in Waste Management in Semper Timur Village, North Jakarta". Thesis. Jakarta: Economic Education, Teacher Training and Education, Muhammadiyah University Prof. HAMKA, 2024.

This study aims to discuss further how to implement Sociopreneur in waste management in Semper Timur Village, North Jakarta. With the sub-focus of discussion of Sociopreneur and Waste Management. (1) Analyze the waste management process carried out in Semper Timur Village, North Jakarta. (2) Analyze the Sociopreneur process in waste management so that it can become an economic value.

The research method used is a qualitative research method by conducting Interview, Observation and Documentation methods to 3 sources. Furthermore, the results are processed using data analysis techniques through Data Reduction, Data Presentation and Conclusions.

In the implementation of Sociopreneur carried out in Semper Timur District, North Jakarta, it can be seen that it can be a solution to social problems, namely waste. The type of waste studied is inorganic waste. This is because inorganic is the type of waste that is most abundant and difficult to decompose. In addition to having a good impact on the environment, this activity can also increase economic value through the sale of waste. The creation of Sociopreneurs is indeed to overcome problems from the entrepreneurial side. Although Sociopreneur activities have different methods in each place, the main goal remains the same, namely to protect the earth from the dangers of waste that is difficult to decompose, namely inorganic.

Keywords: Sociopreneur, social activities and waste management

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT., yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyusun proposal yang berjudul **“Implementasi *Sociopreneur* dalam Pengelolaan Sampah Anorganik di Kelurahan Semper Timur, Jakarta Utara”**. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah membawa risalah islamiah sehingga berada pada zaman yang tercerahkan dan berkeadaban.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini.

1. Purnama Syech Purrohman, M.Pd., P.h.D., Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
2. Dr. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd., Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi.
3. Dr. Trisni Handayani, M.Pd., Sekretaris Program Studi Pendidikan Ekonomi.
4. Prof. Dr. Sri Astuti, M.Pd., Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan kesempatan serta bimbingan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Camelia Safitri, M. Pd., Dosen Pendidikan Ekonomi yang membantu dan membimbing peneliti dengan sabar hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UHAMKA.
7. Pak Sarmudi, Lurah Semper Timur. Pak Andrian Syah, Kepala Seksi Ekonomi dan Pembangunan Kelurahan Semper Timur. Ibu Siti Rohana Ketua Staf Pengelolaan Sampah PPSU Kelurahan Semper Timur. Serta

Bapak dan Ibu PPSU Kelurahan Semper Timur yang telah membantu selama penelitian berlangsung.

8. Kedua orang tua, Ayah Saderih Jaiman S. Ag. dan Ibu Suryanah. Terimakasih atas doa, motivasi, kasih sayang yang tidak terhingga dan selalu menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Saudara terkasih, Kakak Syifa Nurul Izzati, Adik Zhahirah Bintang Salihah (Alm) dan Keponakan tercintah, Annasya Adrina Saila yang selalu menjadi penyemangat saat suka maupun duka semasa kuliah hingga saat ini.
10. Teman-teman seperjuangan G10 Hima Pendidikan Ekonomi dan teman-teman Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 yang berjuang bersama dan selalu memberikan semangat.
11. Sahabat tercinta dan tersayang, Sherly Oktavia Mira Wati, Sherlina Primadita dan Annisa Al-Awdhiy yang selalu menjadi penyemangat disaat sulit, menjadi pendengar terbaik dalam keluh kesah dan menjadi saksi hidup selama kuliah.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu tetapi telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini baik secara tenaga dan pikirannya.

Semoga jasa dan kebaikan bapak/ibu, keluarga dan teman-teman tercatat sebagai amal baik yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga proposal ini memberi manfaat baik bagi penulis, pembaca, dan pengembangan ilmu.

Jakarta, 27 Juli 2024



Salsabila Sakinah

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus dan Subfokus Penelitian	7
C. Pertanyaan Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Penelitian	9
B. Penelitian yang Relevan.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Alur Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Latar Penelitian.....	40

D. Metode dan Prosedur Penelitian.....	41
E. Peran Peneliti.....	44
F. Data dan Sumber Data	45
G. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	46
H. Teknik Analisis Data	51
I. Pemeriksaan Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Deskripsi Wilayah Penelitian	56
B. Prosedur Memasuki <i>Setting</i> Penelitian	58
C. Temuan Penelitian	59
1. Pengelolaan Sampah pada jenis Sampah Anorganik.....	59
2. <i>Sociopreneur</i> sebagai solusi pengelolaan sampah	61
D. Pembahasan.....	63
1. Pengelolaan Sampah pada jenis Sampah Anorganik.....	63
2. <i>Sociopreneur</i> sebagai solusi pengelolaan sampah	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	160

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Laju Pertumbuhan Penduduk di Indonesia 2021-2023.....	1
Tabel 1. 2 Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta 2020-2022.....	2
Tabel 1. 3 Volume Sampah per hari di DKI Jakarta (Ton), 2020-2022	3
Tabel 2. 1 Hasil Riset Penelitian Relevan.....	15
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian Tahun 2023-2024.....	38
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen	46
Tabel 4. 1 Jenis Sampah yang dijual ke Pengepul.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Diagram Alur Penelitian.....	35
Gambar 3. 2 Lokasi Penelitian	37
Gambar 3. 3 Prosedur Penelitian Kualitatif	43
Gambar 3. 4 Teknik Pengumpulan Data	47
Gambar 3. 5 Teknik Analisis Data	51
Gambar 3. 6 Triangulasi Sumber.....	54
Gambar 3. 7 Triangulasi Teknik	55
Gambar 4. 1 Lokasi Kantor Kelurahan Semper Timur, Jakarta Utara.....	56
Gambar 4. 2 Kantor Kelurahan Semper Timur, Jakarta Utara	57
Gambar 4. 3 Tempat Pengelolaan Sampah.....	57
Gambar 4. 4 Proses Pengelolaan Sampah di Kelurahan Semper Timur	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Protokol Observasi.....	86
Lampiran 2 Protokol Wawancara	91
Lampiran 3 Protokol Dokumentasi.....	95
Lampiran 4 Catatan Lapangan Hasil Observasi	99
Lampiran 5 Borang Isian Wawancara.....	116
Lampiran 6 Dokumentasi Pendukung.....	129
Lampiran 7 Hasil Analisis Data.....	134
Lampiran 8 Glosarium	153
Lampiran 9 Surat Keterangan Izin Penelitian	154
Lampiran 10 Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian	155
Lampiran 11 Keterangan Bimbingan SIBAK	156
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian.....	157
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup	160