

Transformasi E-Business di Era Society 5.0 Mengubah Perilaku Konsumen dan Model Bisnis

Maheswara Wira Yoganata
Universitas Duta Bangsa Surakarta

Alamat: Jl. Bhayangkara No.55, Tipes, Kec. Serengan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57154
Maheswara Wira Yoganata : pramono@udb.ac.id

Abstract. *In the era of the Fourth Industrial Revolution, the development of e-business technology has significantly transformed consumer behavior, especially among university students. This study aims to investigate the impact of using Dana, Tiket.com, and Netflix applications on the behavior change of students at Duta Bangsa University. A quantitative method was employed by surveying 100 randomly selected respondents. Regression analysis was conducted to examine the relationship between application usage and behavioral changes. The results indicate a positive correlation between the use of the Dana application and the increase in online shopping behavior and savings, as well as between the use of the Tiket.com application and preferences for purchasing event tickets. Meanwhile, the use of the Netflix application is associated with a shift in film-watching preferences from cinemas to streaming services. The implications of these findings underscore the importance of understanding the impact of e-business technology in shaping consumer behavior in the current digital era.*

Keywords: *E-business technology, Fourth Industrial Revolution era, Regression Analysis.*

Abstrak Pada era Revolusi Industri 4.0, perkembangan teknologi e-bisnis telah mengubah secara signifikan perilaku konsumen, terutama di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak penggunaan aplikasi Dana, Tiket.com, dan Netflix terhadap perubahan perilaku mahasiswa di Universitas Duta Bangsa. Metode kuantitatif digunakan dengan melakukan survei terhadap 100 responden yang dipilih secara acak. Analisis regresi linear dan logistik digunakan untuk menguji hubungan antara penggunaan aplikasi dengan perubahan perilaku. Hasilnya menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan aplikasi Dana dengan peningkatan perilaku belanja online dan menabung, serta antara penggunaan aplikasi Tiket.com dengan preferensi pembelian tiket acara. Sementara itu, penggunaan aplikasi Netflix berkaitan dengan perubahan preferensi menonton film dari bioskop ke layanan streaming. Implikasi temuan ini menegaskan pentingnya memahami dampak teknologi e-bisnis dalam membentuk pola perilaku konsumen di era digital saat ini.

Kata kunci: Teknologi e-bisnis, Era revolusi Industri 4.0, Analisis Regresi.

LATAR BELAKANG

Pada abad ke-21, dunia sedang menghadapi era digital “Revolusi Industri 4.0”, yaitu masa dimana teknologi digital yang sangat maju terus berkembang dan terus diperbarui. Saat ini, masyarakat telah banyak mengembangkan dan mengotomatiskan alat-alat teknologi digital yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, seperti robot, kecerdasan buatan, Internet of Things, dll., untuk menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi semua aktivitas kerja manusia.[1] Perkembangan teknologi informasi dan internet memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Teknologi dan Internet dapat mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia dari terabaikan menjadi

Received: April 20, 2024; Accepted: April 25, 2024; Published: April 26, 2024

*Maheswara Wira Yoganata : pramono@udb.ac.id

modern.[2] Teknologi Internet yang semakin meluas tidak hanya menghubungkan jutaan orang di seluruh dunia, namun juga menjadi basis transaksi bisnis dan lalu lintas Internet.[3] Penelitian tersebut (Prasetyo dan Trisyanti, 2019) memberikan hipotesis bahwa revolusi industri tidak hanya mengarah pada bidang teknologi saja, namun merambah ke bidang sosial, ekonomi, dan hukum, dan untuk mengatasi gangguan-gangguan yang diakibatkan oleh revolusi industri tersebut diperlukan upaya-upaya untuk mengatasi gangguan-gangguan yang ditimbulkan oleh revolusi industri. melakukan penelitian kemanusiaan, untuk mengendalikan perkembangan teknologi. perkembangan teknologi. agar tidak menyimpang dari standar kemanusiaan yang berlaku.

Kita sekarang hidup di era disrupsi yang ditandai dengan volatilitas, ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas (VUCA). Tujuan artikel ini adalah untuk mengeksplorasi tujuan dari perubahan penting ini dan menjelaskan bagaimana sektor keuangan, komersial, dan kesehatan beradaptasi dengan masyarakat era 5.0 [4]. Perubahan perilaku manusia akibat perkembangan teknologi dan fokus pada kebutuhan masyarakat saat ini lebih dikenal dengan istilah Society 5.0. Di era Society 5.0, segala kebutuhan sosial berorientasi pada manusia dan berbasis pada teknologi yang dikembangkan Jepang [5].

Pergerakan menuju Society 5.0 ditandai dengan kecerdasan buatan, robotika, otomatisasi, data besar, dan Internet of Things. Konsep Society 5.0 memadukan dunia nyata dimana manusia berinteraksi dengan dunia maya dimana informasi disimpan menggunakan teknologi [6]. Integrasi ini memungkinkan masyarakat berinteraksi dengan dunia digital secara lebih alami dan intuitif. Meskipun konsep Industri 4.0 dan Society 5.0 terlihat serupa, namun keduanya memiliki perbedaan penting. Revolusi Industri 4.0 lebih fokus pada penerapan kecerdasan buatan (AI), sedangkan Society 5.0 fokus pada peran manusia. Ide pokok Society 5.0 merupakan sebuah inovasi dari society 1.0 menuju society 4.0 dalam sejarah peradaban manusia [7].

Perkembangan teknologi menantang wirausahawan dengan proses bisnis yang berkelanjutan, yang merupakan ekspresi atau tujuan sebenarnya dari setiap bisnis [8]. Revolusi Industri 4.0 telah membawa beberapa kemajuan teknologi yang menciptakan kondisi yang mendukung segala aktivitas. Pada saat yang sama, Society 5.0 menawarkan banyak peluang bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. E-commerce pada dasarnya mencakup sejumlah besar perdagangan elektronik. Ini termasuk transaksi

e-commerce, manajemen rantai pasok, analisis data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik, pemasaran digital, manajemen SDM online, dll. [9] Keberadaan teknologi informasi (TI) telah mengubah aktivitas bisnis, membawa serta peluang dan tantangan baru yang berbeda dari metode tradisional. [10] Hal ini terlihat pada banyak perusahaan produk dan jasa online populer di Indonesia. Misalnya, ticket.com telah mengubah cara orang membeli tiket konser, pertandingan olahraga, atau acara hiburan lainnya. Jika sebelumnya Anda harus membeli tiket secara manual di tempat, kini platform pemesanan tiket online seperti Tiket.com menawarkan kemudahan dan efisiensi. Pengguna dapat dengan mudah dan cepat memesan tiket melalui website atau aplikasi Tiket.com tanpa harus mengantri kursi.

Saat ini masyarakat sangat bergantung pada perkembangan teknologi yang merupakan perkembangan dari era sebelumnya yaitu Industri 4.0 yang mengubah perilaku masyarakat menuju era society 5.0. Di era ini, teknologi menjadi pusat dari segala kebutuhan manusia [11]. Perubahan perilaku keuangan masyarakat yang cenderung memilih sistem online untuk memudahkan pencapaian segala bidang kehidupan, menuntut para wirausahawan untuk berlomba-lomba mengidentifikasi strategi terbaik untuk mencapai keunggulan kompetitif. Salah satu contoh industri besar di Indonesia adalah UKM yang perlu menyesuaikan strategi bisnisnya dengan teknologi agar tidak tertinggal dari pesaing ekonomi lainnya.

E-Bisnis merupakan kombinasi kompleks dari aplikasi perusahaan, proses bisnis, dan struktur organisasi yang diperlukan untuk menciptakan model bisnis yang lebih sukses daripada sebelumnya [12]. Masyarakat milenial, khususnya remaja dan mahasiswa, memiliki peran yang semakin penting dalam mengubah dinamika e-bisnis. Meskipun konsep ekonomi digital tersebut sederhana, model bisnisnya melibatkan kolaborasi sebagian produksi ekonomi, namun menggunakan teknologi berbasis internet yang fleksibel yang diterapkan pada model bisnis sehari-hari [13]. Fokus dari artikel ini adalah survei perilaku e-bisnis di kalangan mahasiswa Universitas Duta Bangsa, dengan tujuan untuk menyelidiki dampak e-bisnis terhadap pola perilaku ekonomi mereka secara mendalam. Dengan menganalisis respons dan kecenderungan mahasiswa UDB terhadap e-bisnis, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran dan pengaruh e-bisnis dalam konteks masyarakat ekonomi di lingkungan kampus.

Dalam penelitian ini, fokus utama kami adalah untuk mengeksplorasi dampak evolusi teknologi, khususnya melalui aplikasi dan platform digital, terhadap perilaku ekonomi dan konsumsi mahasiswa di era Modern Society 5.0. Tujuan kami adalah untuk memahami bagaimana penggunaan aplikasi digital yang termasuk dalam kategori E-Bisnis, seperti Dana App, Tiket.com, dan Netflix, memengaruhi kebiasaan berbelanja, preferensi konsumsi, dan pola perilaku mahasiswa di Universitas Duta Bangsa. Dengan melakukan analisis kuantitatif yang teliti, harapan kami adalah dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana teknologi digital berdampak pada dinamika mikroekonomi individu, serta dampaknya terhadap perkembangan keseluruhan masyarakat ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat berperan dalam meningkatkan pemahaman kita tentang peran teknologi dalam membentuk perilaku konsumen di era digital saat ini.

KAJIAN TEORITIS

Pada tahun 2014, Bank Indonesia memperkenalkan dan mempromosikan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Inisiatif ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menggunakan alat-alat non-moneter dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, menuju masyarakat tanpa uang tunai (cashless society) [14]. Salah satu e-wallet lokal terbesar yang dikenal sebagai DANA diluncurkan pada tahun 2018 [15]. DANA telah membentuk kemitraan bisnis yang luas dengan sejumlah bank, termasuk BRI, BCA, BNI, BTN, Bank Mandiri, Bank Permata, Bank Panin, Bank Sinarmas, dan CIMB Niaga. Selain itu, DANA juga terhubung dengan Sistem Registrasi Kependudukan dan Kependudukan (Dukcapil), memfasilitasi pengguna e-wallet dalam proses pendaftaran dan pengelolaan akun mereka [16].

Tiket.com adalah agen perjalanan online yang menyediakan berbagai layanan pemesanan tiket, termasuk tiket pesawat, hotel, kereta api, konser, dan hiburan lainnya, dengan sistem yang cepat, harga yang terjangkau, dan fasilitas yang lengkap [17]. Berawal sebagai situs transaksi perjalanan online pada Agustus 2011 oleh Wenas Agus Setiawan, Dimas Surya Yaputra, Natali Ardianto, dan Mikhael Gaery Undarsa, Tiket.com telah berkembang menjadi salah satu layanan terkemuka di Indonesia. Pada Juni 2014, Tiket.com meluncurkan aplikasi seluler khusus Android pertamanya [18].

Netflix adalah platform berlangganan daring yang memungkinkan anggota untuk menonton acara TV dan film tanpa gangguan iklan pada perangkat yang terhubung ke internet. Dengan kata lain, layanan ini memberikan kesempatan kepada pengguna atau pemirsa untuk menonton acara favorit mereka di mana saja dan kapan saja, baik melalui smartphone, smart TV, tablet, PC, maupun laptop [19].

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini mengadopsi pendekatan metodologi kuantitatif untuk mengeksplorasi dampak teknologi e-bisnis terhadap gaya hidup dan tingkat ketergantungan terhadap teknologi untuk memenuhi serta menyederhanakan kebutuhan hidup sehari-hari. Validitas dan reliabilitas data dijaga melalui perancangan kuesioner yang teliti berdasarkan literatur terkait serta diskusi dengan pakar di bidangnya. Sebelum survei diluncurkan kepada responden utama, dilakukan uji coba awal dengan sejumlah kecil responden untuk mengevaluasi kejelasan pertanyaan, pemahaman, dan kesesuaian instrumen. Jika diperlukan, revisi dan penyesuaian dilakukan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas kuesioner.

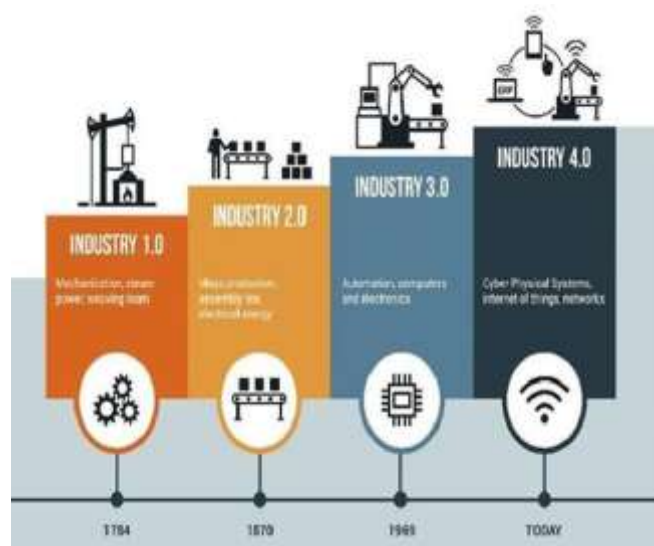
Survei dilakukan secara daring melalui platform survei yang dapat diakses oleh responden melalui tautan yang diberikan. Proses penyebaran kuesioner berlangsung selama dua minggu, dengan pengingat yang dikirim kepada responden pada pertengahan dan akhir periode tersebut. Langkah-langkah pengambilan sampel yang dilakukan secara acak sederhana bertujuan untuk memastikan representasi yang seimbang dari berbagai kelompok usia di antara populasi mahasiswa Universitas Duta Bangsa. Hal ini dilakukan untuk menjaga integritas penelitian dan melindungi partisipan, dengan menyertakan informasi tentang tujuan penelitian pada awal kuesioner guna memberikan pemahaman kepada responden tentang maksud dan tujuan survei. Selain itu, partisipasi dalam survei bersifat sukarela, dan kerahasiaan data yang dikumpulkan akan dijaga sesuai dengan kebijakan privasi dan etika penelitian yang berlaku.

Data survei yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif untuk merangkum distribusi frekuensi, serta statistik inferensial seperti uji-t hipotesis dan analisis regresi untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Hasil

analisis akan diinterpretasikan dengan mempertimbangkan konteks teoritis yang relevan dan tujuan penelitian. Meskipun upaya telah dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, termasuk ukuran sampel yang terbatas, pembatasan demografis responden pada mahasiswa Universitas Duta Bangsa, dan kemungkinan bias responden dalam melaporkan perilaku mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat ini istilah perkembangan teknologi sering disebut dengan era Revolusi Industri 4.0 yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi e-bisnis. Perkembangan tersebut ditandai dengan berkembangnya teknologi dan informasi sebagai salah satu alat yang digunakan manusia dalam menjalankan pekerjaannya. Sejak awal era Revolusi Industri 1.0 hingga saat ini, masih di era Revolusi Industri 4.0, dunia industri telah mengalami transformasi yang luar biasa. Era ini tidak hanya menyaksikan perkembangan teknologi dalam konteks produksi dan bisnis tetapi juga menunjukkan model interaksi bisnis baru melalui platform e-bisnis, yang menghubungkan pengusaha dengan konsumen di seluruh dunia. Banyak perusahaan ingin tetap menjadi yang teratas dalam dunia yang kompetitif. Banyak perusahaan berinvestasi dalam menciptakan sistem TI terintegrasi yang dapat beroperasi secara sinkron[20]. Teknologi dalam bisnis berperan penting dalam penyampaian informasi dari dan ke pelanggan dengan cepat dan akurat untuk mengetahui kebutuhan pelanggan dan membangun strategi bisnis jangka panjang untuk mencapai tujuan. Tujuan utama bisnis adalah mengetahui cara memperoleh keuntungan yang maksimal.[21] Rangkaian deskriptif perkembangan pada masa Revolusi Industri disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Perkembangan era Revolusi Industri



Gambar 2. Perkembangan Society

Pada bulan Januari 2019, Jepang meluncurkan peta jalan perilaku manusia yang disebut Society 5.0, yang tidak lepas dari dampak positif teknologi e-bisnis. Jika revolusi industri menjelaskan mengapa keberadaan industri dapat membantu manusia melakukan segala aktivitas dengan lebih mudah, Society 5.0 menekankan peran sentral manusia dalam ekosistem teknologi dan e-bisnis yang semakin terintegrasi. Society 5.0 tidak hanya menganggap manusia sebagai objek tetapi juga mengakui peran aktif mereka dalam mencapai tujuan. Perkembangan Society 5.0 yang berkelanjutan dapat dilihat pada

Gambar 2 yang menunjukkan pergeseran paradigma menuju keberlanjutan ekonomi dan sosial yang didorong oleh penerapan teknologi.

Salah satu aspek penting dari transformasi e-bisnis adalah pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Kim et al. (2022) menunjukkan bahwa masyarakat semakin cenderung untuk berbelanja secara online dibandingkan dengan metode tradisional. Tidak hanya perilaku konsumen yang berubah, tetapi model bisnis juga mengalami transformasi signifikan. Sebagai contoh, perusahaan-perusahaan teknologi seperti Amazon dan Alibaba telah mengubah lanskap ritel global dengan memperkenalkan model bisnis berbasis platform yang mengintegrasikan berbagai layanan dan produk dalam satu ekosistem. Berikut hasil dari penelitian dengan menerapkan metode kuantitatif untuk koresponden yaitu mahasiswa Universitas Duta Bangsa, dengan beberapa contoh e-bisnis yang ada di Indonesia seperti aplikasi Dana, Tiket.com dan Netflix.

Dompot Digital (Dana)

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi. Survei dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 mahasiswa Universitas Duta Bangsa secara acak. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang penggunaan aplikasi Dana, perilaku keuangan, dan preferensi konsumsi mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara irregular untuk memastikan representasi yang seimbang dari berbagai kelompok mahasiswa. Informasi yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode statistik.

Variabel Penelitian:

- a) Variabel Independen: Penggunaan Aplikasi Dana (Dompot Digital)
- b) Variabel Dependen: Perubahan Perilaku Mahasiswa

Hasil Analisis:

Tabel 1: Distribusi Penggunaan Aplikasi Dana di Kalangan Mahasiswa

Tingkat Penggunaan	Jumlah Responden
Tidak Pernah	10
Jarang	20

Kadang-kadang	35
Sering	30
Selalu	5

Tabel di atas menunjukkan distribusi frekuensi penggunaan aplikasi Dana di kalangan mahasiswa. Mayoritas responden menggunakan aplikasi Dana secara teratur, dengan sebagian kecil yang tidak pernah menggunakan aplikasi tersebut.

Tabel 2: Perubahan Perilaku Mahasiswa setelah Menggunakan Aplikasi Dana

Perilaku	Sebelum Menggunakan	Setelah Menggunakan
Belanja Online	Sedikit	Lebih Sering
Menabung	Jarang	Lebih Sering
Bertransaksi	Tunai	Non-Tunai

Information di atas menggambarkan perubahan dalam perilaku mahasiswa setelah menggunakan aplikasi Dana. Terlihat bahwa penggunaan aplikasi Dana terkait dengan peningkatan dalam belanja online, kebiasaan menabung, dan preferensi bertransaksi secara non-tunai.

Analisis Statistik:

Analisis regresi straight sederhana digunakan untuk menguji hubungan antara penggunaan aplikasi Dana dan perubahan perilaku mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif antara kedua variabel tersebut, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.75 ($p < 0.05$), menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Dana secara signifikan memengaruhi perubahan perilaku mahasiswa.

Tiket.com

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiket.com terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswa Universitas Duta Bangsa: Pendekatan Kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan aplikasi Tiket.com terhadap perubahan perilaku mahasiswa Universitas Duta Bangsa dalam konteks pembelian tiket acara. Metode kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis information dari sampel responden yang dipilih secara acak.

Variabel Penelitian:

1. Variabel Independen: Penggunaan Aplikasi Tiket.com
2. Variabel Dependen: Perubahan Perilaku Mahasiswa terkait Pembelian Tiket

Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa Universitas Duta Bangsa yang dipilih secara acak. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan information tentang frekuensi penggunaan aplikasi Tiket.com, jenis acara yang dibeli, dan preferensi dalam pembelian tiket. Information yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode statistik.

Hasil Analisis:

Tabel 1: Frekuensi Penggunaan Aplikasi Tiket.com di Kalangan Mahasiswa

Frekuensi Penggunaan	Jumlah Responden
Tidak Pernah	5
Jarang	15
Kadang-kadang	24
Sering	36
Selalu	20

Tabel di atas menggambarkan distribusi frekuensi penggunaan aplikasi Tiket.com di kalangan mahasiswa. Mayoritas responden menggunakan aplikasi Tiket.com secara teratur untuk pembelian tiket acara.

Tabel 2: Jenis Acara yang Dibeli Melalui Aplikasi Tiket.com

Jenis Acara	Persentase Pembelian
Konser Musik	45%
Pertandingan Olahraga	20%
Acara Seni Budaya	15%
Acara Lainnya	20%

Data di atas menunjukkan preferensi mahasiswa dalam pembelian tiket acara melalui aplikasi Tiket.com. Konser musik menjadi jenis acara yang paling sering dibeli, diikuti oleh pertandingan olahraga dan acara seni budaya.

Analisis Statistik:

Analisis regresi logistik digunakan untuk menguji hubungan antara penggunaan aplikasi Tiket.com dan jenis acara yang dibeli. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan aplikasi Tiket.com dengan jenis acara yang dibeli ($\chi^2(3) = 25.76, p < 0.05$). Penggunaan aplikasi Tiket.com secara signifikan memengaruhi preferensi mahasiswa dalam pembelian tiket acara.

Netflix

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Netflix terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswa Universitas Duta Bangsa dalam Memilih Menonton di Bioskop atau Melalui Streaming: Pendekatan Kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan aplikasi Netflix terhadap perubahan perilaku mahasiswa Universitas Duta Bangsa dalam memilih menonton film, baik di bioskop maupun melalui layanan streaming. Metode kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dari sampel responden yang dipilih secara acak.

Variabel Penelitian:

- a. Variabel Independen: Penggunaan Aplikasi Netflix
- b. Variabel Dependen: Perubahan Perilaku Mahasiswa dalam Memilih Menonton di Bioskop atau Melalui Streaming

Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa Universitas Duta Bangsa yang dipilih secara acak. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan data tentang frekuensi penggunaan aplikasi Netflix, preferensi dalam menonton film, dan faktor-faktor yang memengaruhi pilihan mereka antara menonton di bioskop atau melalui streaming. Informasi yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode statistik.

Hasil Analisis:

Tabel 1: Frekuensi Penggunaan Aplikasi Netflix di Kalangan Mahasiswa

Frekuensi Penggunaan	Jumlah Responden
Tidak Pernah	5
Jarang	12
Kadang-kadang	24
Sering	34

Selalu	25
---------------	----

Tabel di atas menggambarkan distribusi frekuensi penggunaan aplikasi Netflix di kalangan mahasiswa. Mayoritas responden menggunakan aplikasi Netflix secara teratur untuk menonton konten video.

Tabel 2: Preferensi Menonton Film Mahasiswa

Preferensi Menonton	Jumlah Responden
Di Bioskop	33
Melalui Streaming	67

Data di atas menunjukkan preferensi mahasiswa dalam menonton film, baik di bioskop maupun melalui layanan streaming.

Tabel 3: Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pilihan Menonton Film

Faktor	Di Bioskop	Melalui Streaming
Harga tiket	Sedikit	Tidak Mempengaruhi
Ketersediaan film	Penting	Penting
Kualitas tontonan	Penting	Penting
Kenyamanan tempat duduk	Penting	Tidak Mempengaruhi

Data di atas menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi pilihan mahasiswa antara menonton di bioskop atau melalui layanan streaming.

Analisis Statistik:

Analisis regresi logistik digunakan untuk menguji hubungan antara penggunaan aplikasi Netflix dan preferensi menonton film (di bioskop atau melalui streaming). Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan aplikasi Netflix dan preferensi menonton film melalui streaming (OR = 3.25, $p < 0.05$).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penggunaan aplikasi Dana, sebagai representasi dari kemajuan fintech, telah mengubah paradigma perilaku ekonomi mahasiswa. Dengan memfasilitasi transaksi online dan memperkenalkan kemudahan dalam tabungan digital, aplikasi Dana tidak

hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memengaruhi kebiasaan pengeluaran dan pola tabungan mahasiswa. Hal ini menandakan transisi menuju pola pembayaran yang lebih digital dan menunjukkan evolusi konsumen dalam menghadapi perubahan teknologi keuangan.

Peran aplikasi Tiket.com juga signifikan dalam mengubah cara mahasiswa mengakses dan berpartisipasi dalam berbagai acara dan pertunjukan. Dengan memberikan akses mudah dan cepat ke tiket acara secara online, aplikasi ini tidak hanya memfasilitasi aktivitas hiburan, tetapi juga mengubah dinamika sosial dan interaksi di antara mahasiswa. Penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Tiket.com mendorong perubahan dalam kebiasaan konsumsi hiburan, dengan meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam berbagai acara budaya dan olahraga.

Penggunaan aplikasi Netflix juga memiliki dampak besar terhadap preferensi menonton film di kalangan mahasiswa. Lebih banyak mahasiswa cenderung memilih untuk menonton film melalui layanan streaming daripada pergi ke bioskop, mencerminkan preferensi untuk fleksibilitas dan kenyamanan dalam mengakses konten hiburan. Perubahan ini mencerminkan transisi menuju model konsumsi yang lebih on-demand dan disesuaikan dengan kebutuhan individual, seiring dengan perkembangan teknologi digital dalam industri hiburan.

Melalui pengamatan yang mendalam terhadap penggunaan aplikasi Dana, Tiket.com, dan Netflix, dapat disimpulkan bahwa perubahan perilaku mahasiswa merupakan hasil langsung dari adaptasi terhadap inovasi teknologi dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari.

DAFTAR REFERENSI

- [1] A. Tahar, P. B. Setiadi, S. Rahayu, M. M. Stie, and M. Surabaya, 'Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0'.
- [2] N. Sikki, D. Priadi, C. Nur Kholifah, and F. Kharisma Putri, "'Meraih Keunggulan Bidang Ilmu Sosial dan Politik IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PELAYANAN KONSUMEN E-COMMERCE DI ERA GLOBALISASI', *Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL)*, vol. 1, 2023, [Online]. Available: www.alexacom

- [3] M. P. Rezky, J. Sutarto, T. Prihatin, A. Yulianto, I. Haidar, and A. Surel, 'To cite this article: Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana UNNES', 2019.
- [4] K. Resmi Hayati, I. Nugraha, F. Sholeha, A. Adriyanto, and R. L. Astutik, 'Penerapan E-Business dan Teknologi Informasi dalam Revolusi Industri 5.0', *WALUYO JATMIKO PROCEEDING*, pp. 401–410, Nov. 2023, doi: 10.33005/wj.v16i1.56.
- [5] B. Septiadi and I. Agus, 'Transformasi Bisnis di Era Digital: Analisis Sistematis Terhadap E-Bisnis di Indonesia Pada Konteks UMKM', *Journal of Digital Literacy and Volunteering*, vol. 2, no. 1, pp. 38–43, Jan. 2024, doi: 10.57119/litdig.v2i1.80.
- [6] H. A. Mumtaha and H. A. Khoiri, 'PILAR TEKNOLOGI : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce)'. [Online]. Available: <http://pilar.unmermadiun.ac.id/index.php/pilarteknologi>
- [7] I. Kanedi,); Siswanto,); Yupianti,); Venny, N. Sari, and B. Oktavia, 'Pemanfaatan Teknologi E_Commerce dalam Proses Bisnis pada Era Society 5.0', 2022.
- [8] Y. Puspita, Y. Fitriani, S. Astuti, and S. Novianti, 'SELAMAT TINGGAL REVOLUSI INDUSTRI 4.0, SELAMAT DATANG REVOLUSI INDUSTRI 5.0'.
- [9] Marhawati, A. Azizah, Erwina, and Raflianto, 'E-commerce dan Startup: Wujud Inovasi Keberlanjutan Bisnis Di Era Industri 4.0', *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting*, vol. 1, no. 1, pp. 34–40, Jan. 2023, doi: 10.61255/jeemba.v1i1.16.
- [10] Ekonomi, J. J., Syariah, K., Nugraha, I. S., Syuhada, M. R., Harahap, M. R., Harahap, A. M., Sains, F., & Teknologi, D. (2022). Studi Literatur: Analisis Implementasi Keamanan Aset Informasi Dalam Mendukung Pengembangan UMKM di Indonesia. *JEKSya: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 01(02). <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya>
- [11] M. Brilliant and H. Ar Rosyid, 'Evolusi Perilaku Bisnis pada Society 5.0', *Jurnal Inovasi Teknologi dan Edukasi Teknik*, vol. 2, no. 5, pp. 242–248, May 2022, doi: 10.17977/um068v2i52022p242-248.
- [12] S. Mariahma Nova Sipayung et al., 'Implementasi Dan Pengembangan E-Bisnis Era Revolusi Industri 4.0'.
- [13] S. Heri, 'MODEL BISNIS KOLABORASI LITERASI DIGITAL MASA DEPAN', *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 9, no. 1, Jan. 2022, doi: 10.34308/eqien.v9i1.337.
- [14] D. M. Rangkuty, 'PROSIDING Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkatkan di Indonesia?', *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*, vol. 01, no. 01, p. 2021.

- [15] Octaviano, Adrianus. (2021). 'Bisnis Dompot Digital di Indonesia Semakin Berkembang, Siapa yang Jadi Jawara.' Diakses pada 16 Maret 2024 dari <https://www.google.com/amp/s/amp.kontan.co.id/news/bisnis-dompot-digital-di-indonesia-semakin-berkembang-siapa-yang-jadi-jawara>.
- [16] Rahardyan, Aziz. (2021). 'Gandeng Dukcapil, DANA Ungkap Keuntungan Verifikasi Data.' Diakses pada 16 Maret 2024 dari <https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20211019/563/1455865/gandeng-dukcapil-dana-ungkap-keuntungan-verifikasi-data>.
- [17] ALFAJRI, M. Raka; WARDHANA, Aditya. 'Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Tiket.com (Survey Pada Pengguna Tiket.com Di Kota Bandung).' *eProceedings of Management*, 2020, 7(3).
- [18] YULIANINGSIH, Ayu; OKTAFANI, Farah. 'Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Tiket.com.' *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2020, 4(2), hal. 60-72.
- [19] Kompas. (2021). 'Akhirnya Masuk Indonesia, Netflix. Itu Apa.' Diakses pada tanggal 22 Maret 2024 <https://tekno.kompas.com/read/2016/01/07/13085347/Akhirnya.Masuk.Indonesia.Netflix.Itu.Apa>.
- [20] Tamima, A., Nasution, D., Hazizah, N., Pulung Tumangger, Mhd. A., & Baiti, N. (2023). Strategi Bisnis Terintegrasi Secara Online untuk Meningkatkan Penjualan di Era Digital di Indonesia. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 569–576. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.3277>
- [21] Aulia, I., Ogi P., S., & Anggun Z, P. (2023). PERANCANGAN E-BUSINESS PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH ECOPRINT RAMBAN AYU. *Journal of Computer Science and Technology (JCS-TECH)*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.54840/jcstech.v3i1.92>