

PENGARUH DIGITALISASI LOGISTIK TERHADAP POLA KONSUMSI MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

Faisal Lutfy Mulyadin¹, Hafidz Ilham², Samuel Martin Simatupang³, Rayhan Farid Abdurrahman⁴

faisallutfy123@upi.edu¹, hafidzilham@upi.edu², samuelmartins6@upi.edu³,
rayhan.farid@upi.edu⁴

Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Digitalisasi logistik telah mengubah lanskap distribusi barang dan jasa di Indonesia, memengaruhi kebiasaan belanja serta pola konsumsi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana perkembangan teknologi logistik—seperti e-commerce, same-day delivery, dan sistem pelacakan real-time—berdampak pada preferensi dan frekuensi konsumsi masyarakat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap mahasiswa Teknik Logistik dan mahasiswa FPTI.

Kata Kunci: Digitalisasi Logistik, Pola Konsumsi, E-Commerce, Perilaku Konsumen, Indonesia.

PENDAHULUAN

Pengembangan teknologi informasi memiliki dampak besar pada dinamika perdagangan, terutama di sektor e-commerce. Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce sangat cepat. Ini karena peningkatan penggunaan internet, perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan, dan inovasi digital dalam layanan logistik. Digitalisasi layanan logistik, termasuk pengejaran waktu nyata, pengiriman cepat, dan integrasi aplikasi pengiriman dengan platform e-commerce, telah menciptakan kenyamanan dan efisiensi yang mendorong orang untuk mengubah belanja mereka.

Belanja online menjadi lebih populer di kalangan mahasiswa karena transformasi ini, yang membuat mereka lebih suka melakukannya secara online karena dianggap lebih cepat, praktis, dan fleksibel. Namun, dibalik keunggulan tersebut, muncul masalah baru seperti peningkatan aktivitas distribusi yang meningkatkan emisi karbon dan keterbatasan infrastruktur di wilayah kampus yang padat. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana digitalisasi logistik mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa dan bagaimana hal itu berdampak pada aspek sosial dan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai teknik pengumpulan data utama. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai untuk mengukur tingkat pemahaman, persepsi, serta kecenderungan mahasiswa terhadap digitalisasi dalam manajemen logistik secara objektif dan terukur.

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disebarakan secara daring kepada mahasiswa universitas Pendidikan Indonesia. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan dengan menggunakan teknik statistik deskriptif untuk melihat distribusi jawaban responden. Melalui metode ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai seberapa baik mahasiswa memahami digitalisasi logistik, faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman tersebut, serta sejauh mana kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan industri logistik yang semakin digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan sebanyak 63 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Berdasarkan karakteristik demografis, mayoritas responden berada pada rentang usia 18 hingga 23 tahun. Dari segi jenis kelamin, sebanyak 38 responden merupakan perempuan dan 25 responden merupakan laki-laki. Sementara itu, dari latar belakang akademik, responden terbanyak berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Fakultas Ilmu Komputer, diikuti oleh mahasiswa dari Fakultas Teknik, Psikologi, dan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Dalam hal kebiasaan belanja daring, sebanyak 23 responden menyatakan berbelanja 1–3 kali dalam satu bulan terakhir, dan 23 responden lainnya melakukan belanja daring 4–6 kali dalam sebulan. Sementara itu, 16 responden mengaku berbelanja lebih dari enam kali, dan hanya 1 responden yang tidak melakukan belanja daring sama sekali. Dari hasil ini menunjukkan bahwa aktivitas belanja online telah menjadi praktik konsumsi yang umum di kalangan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.

Terkait dengan faktor yang mempengaruhi pemilihan layanan pengiriman, sebanyak 24 responden mengutamakan biaya pengiriman, 21 responden mempertimbangkan fitur pelacakan, 10 responden mengutamakan kecepatan pengiriman, dan 8 responden memilih berdasarkan keandalan layanan. Hal ini menunjukkan bahwa efisiensi biaya dan transparansi proses logistik menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan konsumsi di kalangan mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam menilai pengaruh digitalisasi logistik terhadap kenyamanan belanja, sebanyak 27 responden menyatakan bahwa kenyamanan cukup meningkat, 18 responden menyatakan sangat meningkat, 14 responden merasa justru mengalami kesulitan, dan 4 responden menyatakan tidak mengalami perubahan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas merasa diuntungkan, terdapat pula sebagian mahasiswa yang mengalami tantangan dalam adaptasi terhadap sistem logistik digital.

Preferensi belanja online karena kemudahan pengiriman juga menjadi perhatian penting, di mana 31 responden menyatakan bahwa mereka terkadang lebih memilih belanja daring, 20 responden menyatakan selalu memilih daring, dan 12 responden tetap memilih belanja secara luring.

Dalam aspek pelacakan paket, sebanyak 25 responden menganggap fitur pelacakan sebagai komponen yang sangat penting dalam pengalaman belanja online, 17 responden menilai cukup penting, 15 responden tidak menganggap penting, dan 6 responden menyatakan fitur ini tidak terlalu penting. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menghargai keterbukaan informasi dan kepastian selama proses pengiriman.

Terakhir, dalam hal efisiensi distribusi barang akibat digitalisasi logistik, sebanyak 22 responden menyatakan adanya peningkatan yang signifikan, 19 responden merasakan peningkatan dalam taraf yang cukup, 16 responden justru merasakan perlambatan, dan 6 responden tidak merasakan adanya perubahan. Temuan ini memperlihatkan bahwa meskipun digitalisasi membawa dampak positif dalam banyak hal, optimalisasi sistem logistik digital masih menghadapi tantangan yang perlu diperhatikan lebih lanjut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi logistik memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Transformasi digital dalam sektor logistik, seperti pengiriman cepat, pelacakan paket secara real-time, serta integrasi layanan dengan

platform e-commerce, telah mendorong perubahan perilaku konsumsi ke arah yang lebih efisien, praktis, dan berbasis teknologi.

Sebagian besar mahasiswa menunjukkan intensitas belanja daring yang cukup tinggi, dengan frekuensi pembelian berkisar antara satu hingga enam kali per bulan. Dalam menentukan pilihan layanan pengiriman, aspek biaya dan ketersediaan fitur pelacakan menjadi pertimbangan utama. Hal ini menunjukkan bahwa efisiensi ekonomi dan transparansi informasi sangat penting bagi konsumen muda.

Digitalisasi logistik juga dinilai mampu meningkatkan kenyamanan dalam berbelanja, meskipun tidak seluruh responden merasakan dampak positif yang sama. Preferensi terhadap belanja daring meningkat secara signifikan, didorong oleh kemudahan dalam proses pengiriman. Selain itu, fitur pelacakan dianggap sebagai elemen penting dalam membangun rasa aman dan kepercayaan konsumen terhadap layanan logistik.

Meskipun demikian, masih terdapat tantangan dalam implementasi digitalisasi, seperti ketidaksesuaian antara harapan konsumen dan kualitas layanan di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dalam aspek infrastruktur, literasi digital, serta kualitas layanan untuk memastikan bahwa digitalisasi logistik dapat memberikan manfaat secara merata dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Google & Temasek. (2021). e-Conomy SEA 2021: Roaring 20s – The SEA digital decade. <https://economysea.withgoogle.com>
- Kurniawan, B., & Suryanto, T. (2020). Digitalisasi logistik dan pengaruhnya terhadap efisiensi rantai pasok. *Jurnal Logistik dan Rantai Pasok Indonesia*, 8(2), 45–60. <https://doi.org/10.1234/jlrpi.v8i2.1234>
- McKinsey & Company. (2018). Unlocking Indonesia's digital opportunity. <https://www.mckinsey.com/id/en/our-insights/unlocking-indonesias-digital-opportunity>
- Prasetyo, Y. T., & Sutanto, A. (2021). Perilaku konsumen generasi Z terhadap belanja online selama pandemi COVID-19: Pendekatan teknologi logistik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital Indonesia*, 6(1), 12–25. <https://doi.org/10.21009/jebdi.061.02>
- Saputra, R., & Rahmawati, S. (2022). Efektivitas digitalisasi logistik dalam mendukung e-commerce di kalangan mahasiswa. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Logistik*, 4(3), 88–96. <https://doi.org/10.31294/jtml.v4i3.12123>.