

LITERASI FINANSIAL, KESADARAN DIGITAL, POSISI MANAJERIAL: SEBUAH BUKTI DARI RISET KEUANGAN

by Lenita .

Submission date: 22-Dec-2022 10:24PM (UTC+0900)

Submission ID: 1985822192

File name: racy_terhadap_Digital_Awareness_melalui_Manajerial_position.docx (361.04K)

Word count: 4663

Character count: 31991

LITERASI FINANSIAL, KESADARAN DIGITAL, POSISI MANAJERIAL: SEBUAH BUKTI DARI RISET KEUANGAN

Marthinus Ismail¹, Lorina Sudjiman², Rolyana Ferinia^{3*}

marthin_smile@unai.edu

rolyana.pintauli@unai.edu

^{1,2,3} Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Advent Indonesia

Abstrak

Di era industri 4.0 dimana peran digital sudah melekat kepada setiap kegiatan keuangan, maka perlu memberikan literasi keuangan kepada setiap posisi manajerial di perusahaan, itu sebabnya tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh literasi finansial terhadap kesadaran digital secara partial dan melihat pengaruh literasi finansial terhadap kesadaran digital melalui posisi manajerial. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan disain korelasional. Sampel convenience berjumlah 239 dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada alumnus Universitas Advent Indonesia yang tergabung dalam WAG Ikatan Alumni Universitas Advent Indonesia. Penelitian ini menawarkan perspektif baru pada ranah literasi finansial dan digital. Harapannya, variabel mediasi posisi manajerial dapat meningkatkan kesadaran digital di era industri 4.0 literasi finansial. Setiap level manajerial di perusahaan memiliki peran penting untuk memahami kemudian menjelaskan literasi keuangan, sehingga menghasilkan keberlanjutan pengetahuan dalam penggunaan digital dapat optimal, walau secara parsial variabel bebas tidak memberikan kontribusi kepada variabel terikat.

Kata Kunci: Literasi Finansial, Posisi Manajerial, Kesadaran Digital

Abstract

In the industrial era 4.0, where the digital role is attached to every financial activity, it is necessary to provide financial literacy to every managerial position in the company; thus, the purpose of this research is to see the effect of financial literacy on digital awareness partially and the effect of financial literacy on digital awareness through managerial positions. A quantitative method with a correlational design was used. A convenience sample of 239 Indonesian Adventist University alumni who are members of the WAG Indonesian Adventist University Alumni Association completed a questionnaire. This study provides a fresh look at financial and digital literacy. The hope is that the managerial position, as a mediating variable, will increase digital awareness in the industrial era 4.0 financial literacy. Each managerial level in the company has an important role to play in understanding and then explaining financial literacy, so that the continuity of knowledge in digital use can be optimal, even though, partial results the independent variables do not contribute to the dependent variable.

Keywords: Financial Literacy, Managerial Position, Digital Awareness

PENDAHULUAN

Setelah penemuan mesin uap, revolusi dimulai. Perkembangan revolusioner baru muncul, seperti mesin digital dan lingkungan manufaktur otomatis, dan mereka memiliki pengaruh besar pada jumlah pekerjaan yang dapat diselesaikan dalam waktu tertentu. Individualisasi kebutuhan pelanggan, peningkatan produktivitas sumber daya, dan kerangka waktu yang dipercepat untuk pembuatan produk adalah kontributor utama dan pendorong perubahan besar (Ustundag & Cevikcan, 2018a). Dunia sedang mengalami perubahan drastis terutama dalam bidang industri dan teknologi (Wrede et al., 2020a). Saat ini di era industri 4.0, manusia, data, dan mesin terkoneksi dalam bentuk virtual dan semua terhubung dengan teknologi digital. serta tuntutan teknologi akan mempengaruhi sikap dan etika individu dalam bertindak. Teknologi sudah menjadi kebutuhan dasar dalam kehidupan manusia.

Rakyat Indonesia tidak kebal terhadap dampak revolusi industri di seluruh dunia. Masyarakat di Indonesia mulai lebih menekankan pada pemanfaatan teknologi digital dalam segala aspek kehidupan masyarakat. Fakta bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna internet terbanyak ketiga di antara 10 besar negara Asia merupakan bukti komitmen negara tersebut terhadap pemanfaatan teknologi digital.

Proses era digitalisasi, kini sudah memasuki era Industri 4.0 yang mana keseluruhan tahapan kegiatan industri dalam proses industri terbentuk dengan sedikit adanya partisipasi manusia dan produksi *Internet of Things*. *Internet of Things* sudah memasuki kehidupan masyarakat secara umum. Dalam era *Cyber Physical System* internet sudah masuk pada mesin dalam kegiatan proses produksi yang dapat mengatur model produksi yang paling optimal. (Popkova et al., 2019) Tehnologi digital dengan peran industri Internet saat ini adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari dan sudah menjadi bagian dari *Outcome Economy*. Setiap proses industri yang dihasilkan dalam perkembangan digitalisasi akan menghasilkan kecepatan, kekuatan, keandalan dan efisiensi yang luar biasa (Gilchrist, 2016; Ustundag & Cevikcan, 2018b). Dengan beradaptasi pada era digitalisasi akan mempengaruhi keseluruhan proses mulai dari sudut pandang visi dan misi, proses produksi, struktur biaya, strategi perubahan yang cepat pada budaya perusahaan dalam memenuhi seluruh kebutuhan konsumen atas perkembangan tehnologi yang terjadi. (Perkin & Abraham, 2017). Bidang usaha yang terdampak atas perubahan dalam era Digital memberi banyak peluang bisnis yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang searah dengan perubahan tehnologi baik pada bidang jasa maupun barang produksi. (Skilton & Hovsepian, 2018)

Karena kesadaran digital belum pada level tertinggi, hal ini menghadirkan kendala signifikan yang menghalangi banyak keuntungan yang dibawa oleh teknologi digital. Kurangnya kapasitas untuk mengasimilasi dan memanfaatkan informasi dalam berbagai format dan disediakan oleh berbagai sumber ketika disajikan melalui komputer adalah ciri khas ketidaksadaran digital (Kompasiana, 2022).

Ada berbagai alasan mengapa orang memiliki kesadaran yang rendah kepada digital / teknologi. Menurut Winarta, (2021), mereka merasa bahwa digitalisasi tidak perlu, tidak penting, dan membuang-buang waktu. Beberapa dari mereka percaya bahwa belajar hal baru dan menggunakan internet itu aktivitas yang sulit (Winarta, 2021). Pernyataan Winarta ditegaskan kembali oleh Novina Putri Bestari, (2022) dengan menyatakannya dalam bentuk data. 76,8%

masyarakat Republik Indonesia memang telah menggunakan internet, tetapi bukan berarti mereka memiliki kecakapan digital. Kecakapan digital masih perlu ditingkatkan. Penelitian yang dilakukan oleh Santiula et al., (2020) menyajikan temuan yang menunjukkan kesadaran digital masih ada masalah signifikan di Indonesia. Pernyataan ini ditegaskan oleh Siswantara, (2021) yang menyoroti keterbatasan kemampuan digital anak Indonesia. Rendahnya kemampuan digital masyarakat Indonesia menyebabkan sejumlah isu, salah satunya maraknya berita-berita ujaran kebencian di media sosial daripada menggunakannya untuk kegiatan positif (Cahyadi, 2022). Hasil penelitian di atas menekankan bahwa secara umum kesadaran digital masih belum optimal.

Kesadaran digital berhubungan erat dengan kesadaran digital keuangan. Rai & Sharma, (2019) meneliti generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran digital keuangan sangat rendah yang artinya mereka belum terlalu sadar dengan layanan dan produk keuangan digital. Seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang rendah berisiko membuat keputusan yang kurang informasi mengenai keuangan, mengambil jumlah hutang yang berlebihan, atau bahkan menjadi mangsa skema investasi terlarang. Isu-isu tersebut dalam perjalanan waktu dapat mengikis kepercayaan konsumen terhadap keandalan jasa keuangan, yang pada gilirannya dapat menghambat ekspansi ekonomi di sektor keuangan (Suleiman et al., 2022).

Pada saat sekarang ini tanpa kita sadari sejak mulai berkembangnya teknologi komputer tahun 1999, banyak hal bahkan segala pergerakan manusia dan usaha dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang mendukung perubahan di era Digital. Hal tidak hanya dirasakan dan dimanfaatkan oleh banyak industri di seluruh dunia, namun dirasakan bermanfaat oleh seluruh generasi dari orang tua dan anak-anak dengan berbagai kebutuhan. Airbnb yang didirikan tahun 2008 dan kini telah menjangkau ke 190 Negara telah memberi pengaruh pada perkembangan hotel dengan memberikan informasi dan harga yang lebih murah. Uber didirikan pada tahun 2009 dan kini telah beroperasi di 60 Negara. Ini berdampak pada perkembangan industri taxi di banyak kota. Setiap pengguna diwajibkan beradaptasi atas basis teknologi yang digunakan. WhatsApp yang didirikan mulai tahun 2009, kini menjadi sistem pengiriman pesan singkat terbesar dengan pengguna lebih dari 900 juta pemakai di seluruh dunia. Semua hal di atas adalah sebagian dari perkembangan teknologi di era Digital kini sangat mempengaruhi seluruh kegiatan manusia dan akan memaksa seluruhnya untuk memahami dan dapat memanfaatkannya. (Kernighan, 2017). Perkembangan teknologi ini mempengaruhi keseluruhan aspek industri dan memasuki *The New Digital Economy*. *Global Digitization* telah merubah secara global jasa dan proses akan mengurangi biaya transaksi dan distribusi. Bisnis baru kini tidak lagi membutuhkan modal yang besar, dan kini telah muncul *Digital Market Place* seperti eBay, Alibaba, Rakuten dan Amazon dimana di tahun 2014 mampu mencatat 5,9% dari total penjualan di seluruh dunia melalui *Global e-commerce* sebagai menjadi penghubung langsung kepada konsumen, supplier, investor di seluruh dunia dengan cepat dan informatif. (Lubian & Esteves, 2017)

Pentingnya literasi keuangan menjadi salah satu fokus penelitian ini. Peningkatan inklusi keuangan dan literasi keuangan menjadi prioritas utama pemerintah Indonesia. Pemerintah percaya bahwa inklusi keuangan dan literasi keuangan akan membantu meningkatkan stabilitas sistem keuangan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mendorong pembangunan yang inklusif (Suleiman et al., 2022).

8

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (Indeks et al., 2022) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menemukan bahwa tingkat literasi dan inklusi keuangan penduduk Indonesia mengalami peningkatan. Skor Indeks Literasi Keuangan Indonesia pada tahun 2022 sebesar 49,68%, meningkat jika dibandingkan dengan skor tahun 2019 yang hanya sebesar 38,03% (Sakinah & Mudakir, 2018) upaya ini terus dilakukan agar masyarakat Indonesia semakin mengetahui bagaimana memanfaatkan keuangan digital dengan lebih baik. Temuan studi yang dilakukan oleh Yadav et al., (2022) menunjukkan pentingnya mengembangkan literasi keuangan seseorang.

14

Menurut Chen & Volpe, (1998) literasi keuangan adalah pemahaman tentang pengetahuan dasar untuk keuangan pribadi, pemahaman tentang simpan pinjam, pemahaman tentang asuransi, dan pemahaman tentang penggunaan layanan keuangan, salah satunya adalah penggunaan pembayaran online. Faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa keuangan tersebut diantaranya adalah literasi keuangan, dimana jika masyarakat sudah melek finansial maka akan dapat meningkatkan awareness terhadap produk dan jasa keuangan.

Literasi Finansial Terhadap Kesadaran Digital memiliki hubungan. Terdapat korelasi antara tingkat literasi keuangan yang tinggi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Hal ini disebabkan fakta bahwa memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih hati-hati dalam mengelola keuangan seseorang. Hal ini didukung oleh penelitian Çoşkun & Dalziel, (2020) dan Nurmala et al., (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan penentu perilaku dan kesadaran keuangan seseorang karena memiliki pengaruh yang signifikan. Itu sebabnya penelitian ini ingin mencari tahu apakah benar literasi keuangan adalah faktor penentu perilaku dan kesadaran keuangan seorang individu.

H₁: Ada pengaruh Literasi Finansial terhadap Kesadaran Digital.

Literasi Finansial berhubungan dengan Posisi Manajerial. Liu et al., (2020a) menjelaskan bahwa ada pengaruh yang negatif sedang antara literasi finansial terhadap kesadaran digital. Chen et al., (2018) hasil literasi keuangan dan praktik manajemen berbeda secara signifikan di masing-masing dari tiga kelompok di jemaah yaitu Pemimpin ($t=11.567$, eksak sig=0.000), Non-Pemimpin antara literasi keuangan dan praktik manajemen berdasarkan peringkat di jemaah ($t=12.431$, eksak sig =0,000), dan Anggota ($t=23,930$, sig tepat=0,000). Uji T menunjukkan perbedaan yang signifikan antara praktik pengelolaan keuangan pada Anggaran Pribadi/Keluarga dan Pengambilan Keputusan Keuangan. Dari beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa ada hubungan antara kedua variabel, dan hubungannya adalah negatif. Oleh karena hasil yang negatif dari hubungan tersebut, maka penelitian ini ingin menganalisis apakah ada pengaruh antara literasi finansial terhadap kesadaran digital.

H₂ : Ada pengaruh Literasi Finansial terhadap Posisi Manajerial

Pentingnya posisi manajerial juga menjadi penelitian ini. Dinamika transformasi menuju digitalisasi saat ini membutuhkan kepemimpinan berbasis teknologi. Posisi manajerial akan mengembangkan budaya digital yang efektif secara berkelanjutan, memungkinkan perusahaan menjadi organisasi digital yang unggul. Kesadaran digital yang diperlukan untuk posisi manajerial dapat menjadi panduan dalam menyelidiki peluang digital, memastikan bahwa

efisiensi tetap menjadi prioritas di arena digital. Liu et al., (2020a) berpendapat bahwa ada pengaruh digitalisasi terhadap praktik manajerial. Studi ini menyimpulkan bahwa perubahan penting dalam praktik manajerial dapat diamati pada keempat kategori praktik; berorientasi pada tugas, berorientasi pada hubungan, berorientasi pada perubahan, dan praktik eksternal. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi adalah proses yang mengubah praktik manajerial dan melakukannya dengan membantu manajer dalam tugas mereka dan membuat beberapa tugas lebih sulit. Dengan demikian, manajer perlu lebih sadar dan mampu beradaptasi dengan perubahan yang dibawa oleh digitalisasi ke dalam praktik mereka.

Posisi manajerial penting disebuah perusahaan. Dalam pengelolaan perusahaan peran anggota organisasi menjadi sangat penting. Bentuk posisi dalam perusahaan sangat bergantung pada kebutuhan organisasi. Menurut Laudon & Laudon, (2012) sistem informasi menjadi bagian dari organisasi. Beberapa hal yang menjadi bagian penting adalah orang, struktur, proses bisnis, politik dan budaya. Hirarki dibentuk yang terdiri dari Karyawan Manajerial, Profesional, Bidang teknis dan Bagian Operasional. Struktur akan dibagi menjadi 3 bagian besar 1). *Senior Management* sebagai Pengambil keputusan yang bersifat jangka Panjang; 2). *Middle Management* sebagai yang menuangkan strategi perusahaan ke dalam rincian kegiatan operasional seperti Scientist, Engineer, Arsitek; 3). *Operational Management* yang memonitor seluruh aktivitas harian dalam bisnis seperti sales dan marketing, clerk, manufacturing dan production.

Posisi Manajerial berhubungan dengan Kesadaran Digital. Kemampuan tim pimpinan puncak atas inovasi digital dan dalam penelitian berhubungan positif dan dalam penelitian ini ada peran *integrative* dari CEO dan CDO (Firk et al., 2022).

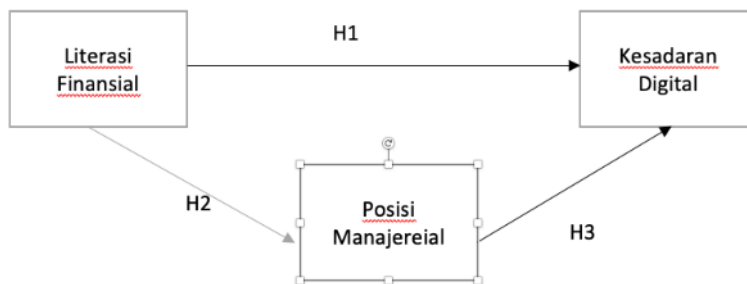
Sementara dalam penelitian lainnya, menyebutkan bahwa Tim Manajemen Puncak memiliki kesadaran dan ketrampilan digitalisasi dalam menopang perusahaan digital internasional. Dengan data dari perusahaan swasta di Jerman, Swedia, Estonia, Latvia dan Lituania, maka didapati hubungan antara yang positif. Makalah ini menggambarkan bahwa *Chief Information Officer* dan *Chief Digitalization Officer* cenderung lebih fokus pada pasar internasional dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki dua posisi pekerjaan tersebut. (Velinov et al., 2020)

Dalam penelitian lain yang menganalisis manajemen dengan 4 kategori yaitu orientasi pada tugas, berorientasi pada hubungan, berorientasi pada perubahan dan praktik eksternal. Hasilnya adalah bahwa dengan peran aspek digitalisasi akan membantu manajemen dalam menjalankan tugas yang rumit. Hasil yang diperoleh adalah bahwa manajer masih perlu sadar dan mampu beradaptasi dengan perubahan dalam aspek digitalisasi ke dalam setiap tugas mereka. (Liu et al., 2020b). Sementara dalam penelitian yang lain menyebutkan bahwa saat para manajer memahami aspek digitalisasi maka dianggap sebagai sebuah beban dengan tingkat kesejahteraan yang menurun (Zeike et al., 2019). Dalam penelitian lain atas 27 manajer puncak perusahaan besar Jerman sebagai responden, ditemukan bahwa manajer puncak merespons transformasi digital dengan penekanan pada 3 faktor utama : memahami digitalisasi, menetapkan konteks formal digitalisasi dan memimpin atas perubahan. (Wrede et al., 2020b)

Dari beberapa penelitian di atas, penelitian ini mau meyakinkan apakah memang ada pengaruh posisi manajerial terhadap kesadaran digital, oleh sebab itu maka hipotesis penelitian ini adalah:

H3 : Ada pengaruh Posisi Manajerial terhadap Kesadaran Digital.

Penelitian ini fokus kepada kondisi-kondisi di atas yaitu kesadaran digital masyarakat, literasi keuangan, dan posisi manajerial. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1). untuk meneliti seberapa signifikan literasi keuangan memengaruhi kesadaran digital, 2). Untuk meneliti seberapa signifikan literasi keuangan memengaruhi posisi manajerial, dan 3). Untuk meneliti seberapa signifikan literasi keuangan memengaruhi kesadaran digital melalui posisi manajerial yang digambarkan dengan kerangka pemikiran pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional. Menilai tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih yang diukur. Teknik mengumpulkan datanya menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada kelompok alumni Universitas Advent Indonesia. Sampel yang digunakan adalah sampel *convenience/accidental/opportunity* (Sudarmanto et al., 2021) dimana peneliti mengambil dari populasi yang mudah dijangkau, tersedia dan nyaman. Peneliti menggunakan google form dan menyebarkannya melalui *Whatsapp group* Ikatan Alumni Universitas Indonesia. Jumlah responden yang terkumpul adalah 239 orang. Penelitian ini telah melewati uji asumsi klasik dan analisis data.

Hasil dan Pembahasan

Demografi penelitian ini adalah, dari 239 responden yang mengisi kuesioner ini, 44.8% adalah pria, dan 55.2% Wanita, dengan Pendidikan 2.1% SMU, 9.2% Diploma, 55.2% S1, 33.5% S2/S3. Jabatan mereka di kantor, adalah 28% level manajer, 7.6% level supervisor, 36.4% karyawan, dan 28% yang lainnya (ibu rumah tangga, wirausaha, dll). 18% memiliki pengetahuan dan kecakapan membaca laporan keuangan dan memahami arus kas, dan 82% memiliki pengetahuan dan kecakapan membaca laporan keuangan dan memahami arus kas. 38.5% tidak mampu menggunakan aplikasi di media sosial, 61,5% mampu menggunakan aplikasi di media sosial.

Literasi Finansial Terhadap Kesadaran Digital. Pengaruh Literasi Finansial terhadap Kesadaran Digital adalah signifikan. Nilai signifikansi antara Literasi Finansial terhadap Kesadaran Digital adalah $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung signifikan antara Literasi Finansial terhadap Kesadaran Digital walaupun dari hasil nilai adjusted R Square yang

bernilai negatif, artinya variabel Literasi Finansial sama sekali tidak mampu menjelaskan varians dari variabel Kesadaran Digital, karena jika dilihat dari nilai R^2 , yaitu sebesar 0.058. Artinya variasi variabel bebas Literasi Finansial hanya mampu memengaruhi perubahan Kesadaran Digital hanya sebesar 5%, sedangkan sisanya 95% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian (tabel 1.1).

Literasi Finansial Terhadap Posisi Manajerial. Pengaruh Literasi Finansial terhadap Posisi Manajerial adalah signifikan. Nilai signifikansi antara Literasi Finansial terhadap posisi manajerial adalah $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung signifikan antara Literasi Finansial terhadap posisi manajerial. Nilai R^2 adalah 4%. Artinya variasi variabel bebas Literasi Finansial hanya mampu memengaruhi perubahan Kesadaran Digital hanya sebesar 4%. Sedangkan sisanya 96% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian (tabel 1.1).

Posisi Manajerial terhadap Kesadaran Digital. Nilai signifikansi antara posisi manajerial terhadap Kesadaran Digital adalah $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung signifikan antara posisi manajerial terhadap Kesadaran Digital walaupun dari hasil nilai adjusted R Square yang bernilai negatif, artinya variabel finansial literasi sama sekali tidak mampu menjelaskan varians dari variabel Kesadaran Digital, karena jika dilihat dari nilai R, yaitu sebesar 0. Artinya variasi variabel tidak mampu memengaruhi perubahan Kesadaran Digital hanya 100% Kesadaran Digital dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian (tabel 1.1).

Finansial Literasi – Posisi Manajerial – Digital Awareness. Saat posisi manajerial dijadikan variabel moderasi, maka pengaruh finansial literasi terhadap digital awareness adalah signifikan dengan koefisien determinasi sebesar 20%. Artinya variabel finansial literasi melalui posisi manajerial dapat memengaruhi digital awareness sebesar 20% (tabel 1.1).

Tabel 1.1 Rangkuman Perhitungan Korelasi dan Koefisien Determinasi

	Finansial Literasi terhadap Digital Awareness	Finansial Literasi terhadap Posisi Manajerial	Posisi Manajerial terhadap digital awarness	Finansial Literasi terhadap Digital Awareness melalui Posisi Manajerial
R²	0.058	0.040	0.000	0.20
Signifikansi	0.000	0.000	0.000	0.000
Finansial Literasi (sig.)				0.02
Posisi Manajerial (sig.)				0.044

Sumber: diolah dari SPSS 24

Pembahasan

Hasil penelitian ini sangat menarik, karena hubungan secara parsial antar variabel hasilnya memiliki pengaruh yang signifikan tetapi persentase pengaruhnya sangat kecil, bahkan tidak ada. Artinya penelitian ini memiliki tingkat kepercayaan terhadap hipotesis baik walau ketika

diuji dimasyarakat bahwa persentasenya tidak ada.

Mengapa literasi finansial tidak memiliki pengaruh terhadap kesadaran digital? Menurut (Francisco et al., 2017), teknologi digital telah secara otomatis membentuk kehidupan individu, sosial, dan budaya, Integrasi mereka ke dalam kehidupan sehari-hari memiliki serangkaian konsekuensi bagi individu, keluarga, komunitas, pemerintah, dan organisasi. Ekonomi direstrukturisasi, kehidupan sosial dikonfigurasi ulang, organisasi ditata ulang dan pengetahuan dihasilkan. Perkembangan pesat dan adopsi teknologi baru seperti media sosial, seluler, cloud, *Internet of Things*, kecerdasan buatan, atau pencetakan 3D menciptakan peluang pengembangan manusia dan bisnis baru. Revolusi digital telah mencapai skala dan tingkat dampak yang tidak dapat diabaikan oleh bisnis, industri, atau pemerintah. Tanpa ada proses pelatihan pun, teknologi digital dan kesadaran digital tetap harus digunakan. Literasi finansial lebih penting digunakan untuk memberikan edukasi keuangan secara digital (Setyawati et al., 2022; Lusardi, 2019).

Literasi finansial juga berguna untuk menyejahterakan keluarga (Taft et al., 2013) agar dapat mengatur keuangannya dengan baik. Ada satu penelitian yang dilakukan oleh (Kartini et al., 2022) melalui penelitian bibliometrik yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital telah menjadi komponen kunci, khususnya sehubungan dengan digitalisasi produk dan layanan keuangan serta untuk mempromosikan perangkat digital berkualitas tinggi untuk memberikan pendidikan keuangan yang efektif. Literatur tentang literasi keuangan menunjukkan bahwa perangkat digital seperti video, game, kartun, film, dan lainnya dapat meningkatkan literasi keuangan secara efektif.

Hasil yang sama terjadi kepada pengaruh literasi finansial terhadap posisi manajerial. Penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan tetapi kontribusi variabel literasi finansial terhadap posisi manajerial nyaris tidak ada. Hal itu dimungkinkan terjadi karena menurut (Storey & Salaman, 2009, walau pun praktik organisasi baru seperti digitalisasi yang didasarkan pada fleksibilitas cenderung posisi manajerial tetaplah sebuah struktur formal. Namun, beberapa penelitian-penelitian yang hasilnya menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam hubungan antara skor literasi keuangan yang lebih tinggi dan wirausaha antara literasi finansial terhadap wirausaha (salah satu posisi manajerial yang digunakan dalam penelitian ini), juga terhadap manajer (Galstian, 2017) seperti penelitian yang dilakukan oleh Struckell et al., (2022)

Berbeda dengan hasil di atas, dari hasil regresi yang dilakukan oleh (Yakob et al., 2021) membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja para level manajerial pada usaha kecil menengah. Manajer/pemilik dengan keterampilan literasi keuangan memahami konsep keuangan terkait bisnis, termasuk hutang, tabungan, takaful, asuransi, dan investasi, yang memastikan kinerja bisnis mereka yang baik.

Penelitian ini juga mendapati hasil yang signifikan posisi manajerial terhadap kesadaran digital walau kontribusi variabelnya nol. Kondisi ini mungkin terjadi, karena sangat bervariasinya posisi manajerial yang mengisi kuesioner. Hasil ini berbeda dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Wrede et al., 2020c) yang mengeksplorasi peran dan memfasilitasi tindakan manajer puncak dalam menanggapi transformasi digital. Berdasarkan 27 wawancara mendalam dengan manajer puncak penelitian ini menemukan bahwa manajer puncak merespons transformasi digital dengan terlibat dalam tiga tindakan utama: memahami digitalisasi, menetapkan konteks formal

untuk digitalisasi, dan memimpin perubahan. Bagi karyawan, sikap mereka kesadaran digital termasuk didalamnya adalah pemahaman alat digital dan transformasi digital berkorelasi positif (Gillmore, 2022).

Kebaruan penelitian ini adalah, ketika literasi finansial terhadap posisi manajerial, literasi finansial terhadap kesadaran digital, dan posisi manajerial terhadap kesadaran digital diolah secara parsial, kontribusi variabel independennya nyaris tidak ada terhadap variabel dependen, tetapi ketika posisi manajerial dijadikan variabel mediasi antara literasi finansial dan kesadaran digital, maka literasi finansial memberikan kontribusi kepada kesadaran digital. Ini berarti, penting untuk memberikan pemahaman bahwa literasi finansial perlu diberikan agar setiap individu dalam organisasi memiliki kesadaran digital melalui level manajerial dalam perusahaan.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa literasi finansial tidak berkontribusi terhadap posisi manajerial, demikian juga terhadap kesadaran digital, demikian juga posisi manajerial terhadap kesadaran digital tidak memberikan kontribusi, tetapi ketika posisi manajerial dihubungkan oleh literasi finansial terhadap kesadaran digital, maka memiliki kontribusi.

Penelitian ini menawarkan perspektif baru pada ranah literasi finansial dan digital. Harapannya, variabel mediasi posisi manajerial dapat meningkatkan kesadaran digital di era industri 4.0 literasi finansial. Setiap level manajerial di perusahaan memiliki peran penting untuk memahami kemudian menjelaskan literasi keuangan, sehingga menghasilkan keberlanjutan pengetahuan dalam penggunaan digital dapat optimal.

Pada ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, karena kuesioner ini dibagikan kepada seluruh alumni Universitas Advent Indonesia yang terdiri dari berbagai kondisi dengan menggunakan google form, sehingga penggalan informasi lanjut sulit dilakukan. Kedua, terjadi hambatan ketika akan melihat posisi manajerial setiap orang, karena kemungkinan ada juga responden yang mengisi itu tidak bekerja sehingga memiliki pemahaman yang bias ketika mengisi poin penting pada variabel (misalnya, apakah Anda mampu membaca laporan keuangan). Untuk itu, penelitian selanjutnya agar lebih memperhatikan responden dengan memberikan Batasan "jika tidak bekerja" agar tidak mengisi kuesioner ini.

Referensi

- Cahyadi, I. R. (2022). *Rendahnya Literasi Digital Dorong Terjadinya Ujaran Kebencian di Media Digital*. Beritasatu. <https://www.beritasatu.com/lifestyle/984571/rendahnya-literasi-digital-dorong-terjadinya-ujaran-kebencian-di-media-digital>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107-128. [https://doi.org/10.1016/s1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7)
- Chen, J., Xu, L., Mo, F., & Bian, Z. (2018). Regulation of education market access based on mixed oligopoly model. *Kuram ve Uygulamada Egitim Bilimleri*, 18(5), 1389-1399. <https://doi.org/10.12738/estp.2018.5.036>
- Çoşkun, A., & Dalziel, N. (2020). Mediation effect of financial attitude on financial knowledge

- and financial behavior. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 9(2), 01-08. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i2.647>
- Firk, S., Gehrke, Y., Hanelt, A., & Wolff, M. (2022). Top management team characteristics and digital innovation: Exploring digital knowledge and TMT interfaces. *Long Range Planning*, 55(3). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2021.102166>
- Francisco, J., Lubián, L., & Esteves, J. (2017). *Value in a Digital World*. This Palgrave Macmillan.
- Galstian, N. (2017). *The impact of the level of financial literacy of managers, particularly the financial manager, in the economic and financial performance of SMEs, a comparison between Portugal and Russia*. 1-60. <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/14671/1/NairaGalstian.pdf%0Ahttps://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/14671/1/NairaGalstian.pdf>
- Gilchrist, A. (2016). *Industry 4.0 The Industrial Internet of Things*. APress Publisher.
- Gillmore, E. (2022). *From the employee perception view towards the digital transformation*. May.
- Indeks, P., Keuangan, L., Gender, B., & Kelamin, J. (2022). SIARAN PERS SURVEI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN TAHUN 2022. November, 10-12.
- Kartini, K., Pahlevi, R. W., & Rachmi, N. H. (2022). Mapping of Digital Financial Literacy Research: A Bibliometric Review. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 9(1), 159-174. <https://doi.org/10.24252/minds.v9i1.28358>
- Kernighan, Brian. W. (2017). *Understanding The Digital World*. Princeton University Press.
- Kompasiana. (2022). *Kesadaran Literasi Digital di Indonesia Masih Tergolong Rendah*. Kompasiana.Com. https://www.kompasiana.com/roberthyung/62f518ba3555e447e10f2282/kesadaran-literasi-digital-di-indonesia-masih-tergolong-rendah?page=2&page_images=1
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2012). *Management Information Systems Managing the Digital Firm* (12th Editi). Prentice Hall.
- Liu, G., Bin, Z., Fitri, M. F., & Apine, H. (2020a). *Effects of Digitalization on Managerial Practices As Experienced By Managers*.
- Liu, G., Bin, Z., Fitri, M. F., & Apine, H. (2020b). *Effects of Digitalization on Managerial Practices As Experienced By Managers*.
- Lubian, F. J. L., & Esteves, J. (2017). *Value in a Digital World*. The Palgrave Macmillan.
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 65.
- Novina Putri Bestari. (2022). 76,8% Warga RI sudah Pakai Internet, Tapi banyak PR-nya. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220120142249-37-309046/768-warga-ri-sudah-pakai-internet-tapi-banyak-pr-nya>
- Nurmala, P., Oktaviani, N. S., & Adiwibowo, A. S. (2021). ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE THE NEED FOR E-COMMERCE AUDIT SERVICES. *EAJ (Economic and Accounting Journal)*, 4(1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/EAJ>
- Penyusunan Alat Pengukur Berbasis. (n.d.).
- Perkin, N., & Abraham, P. (2017). *Building the agile business through digital transformation*. Kogan Page Limited.
- Popkova, Elena. G., Ragulina, Yulia. V., & Bogoviz, Aleksei. V. (2019). *Industry 4.0 : The Industrial Revolution of the 21st Century*. 169, 249.
- Rai, K., & Sharma, M. (2019). A Study on Awareness about Digital Financial Services among

- Students. *SSRN Electronic Journal*, March. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3308732>
- Sakinah, G., & Mudakir, B. (2018). Analisis Literasi Keuangan Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Angkatan 2014 - 2017. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 54. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.2.54-70>
- Santiula, P. T., Restu, A., Setiawan, A. A. P., Salwa, A., & Pandin, M. G. R. (2020). Challenges, Roles, and Axiology of Indonesian Digital Literacy During the Pandemic. *Osf.io*. <https://osf.io/preprints/kthj4/>
- Setyawati, I., Qasas, A., Pramana, A. A., & ... (2022). Digital Literacy and Financial Literacy On Entrepreneurial Behavior In Msmes (Fishery Products For Coastal and Mining Communities Southeast Sulawesi). *International Journal of ...*, 02(03), 605-609. <https://ijmehd.com/index.php/ijmehd/article/view/85%0Ahttps://ijmehd.com/index.php/ijmehd/article/download/85/84>
- Siswantara, Y. (2021). Kesadaran Digital Sebagai Pengembangan Karakter Kebangsaan Di Abad 21. *LJSE: Linggau Journal Science Education*, 9. <https://jurnal.lp3mkil.or.id/index.php/ljse/article/view/41>
- Skilton, M., & Hovsepian, F. (2018). The 4th Industrial Revolution Responding to the Impact of Artificial Intelligence on Business. In *The 4th Industrial Revolution*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-62479-2>
- Storey, J., & Salaman, G. (2009). *Managerial Dilemmas*. John Wiley & Sons, Ltd., Publication.
- Struckell, E. M., Patel, P. C., Ojha, D., & Oghazi, P. (2022). *Financial literacy and self employment – The moderating effect of gender and race*. 139, 639-653.
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., Butarbutar, M., Abdilah, L. A., Sudarso, A., Purba, B., Purba, S., Yuniwati, I., Hidayatulloh, A. N., HM, I., & Suyuthi, N. F. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. Medan:Yayasan Kita Menulis.
- Suleiman, A., Dewaranu, T., & Anjani, N. H. (2022). Creating Informed Consumers : Tracking Financial Literacy Programs in Indonesia. *Center for Indonesia Policy Studies*, 49, 52.
- Taft, M. K., Hosein, Z. Z., & Mehrizi, S. M. T. (2013). The Relation between Financial Literacy, Financial Wellbeing and Financial Concerns. *International Journal of Business and Management*, 8(11). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n11p63>
- Ustundag, A., & Cevikcan, E. (2018a). *Industry 4.0: Managing The Digital Transformation*. Springer International Publishing.
- Ustundag, A., & Cevikcan, E. (2018b). *Industry 4.0: Managing the Digital Transformation*. In *Managing the Digital Transformation*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1201/9781003226468>
- Velinov, E., Maly, M., Petrenko, Y., Denisov, I., & Vassilev, V. (2020). The role of top management team digitalization and firm internationalization for sustainable business. *Sustainability (Switzerland)*, 12(22), 1-11. <https://doi.org/10.3390/su12229502>
- Winarta, K. (2021). 3 Tantangan Mengapa Masih Banyak yang Belum Melek Teknologi? <https://www.qubisa.com/microlearning/3-tantangan-mengapa-masih-banyak-yang-belum-melek-teknologi#showSummary>
- Wrede, M., Velamuri, V. K., & Dauth, T. (2020a). Top managers in the digital age: Exploring the role and practices of top managers in firms' digital transformation. *Managerial and Decision Economics*, 41(8), 1549-1567. <https://doi.org/10.1002/mde.3202>
- Wrede, M., Velamuri, V. K., & Dauth, T. (2020b). Top managers in the digital age: Exploring the role and practices of top managers in firms' digital transformation. *Managerial and Decision Economics*, 41(8), 1549-1567. <https://doi.org/10.1002/mde.3202>
- Wrede, M., Velamuri, V. K., & Dauth, T. (2020c). Top managers in the digital age: Exploring the

- role and practices of top managers in firms' digital transformation. *Managerial and Decision Economics*, 41(8), 1549-1567. <https://doi.org/10.1002/mde.3202>
- Yadav, U. S., Tripathi, R., & Tripathi, M. A. (2022). Effect of Digital and Financial Awareness of Household Womens on the Use of Fin-Tech in India: Observing the Relation with (Utaut) Model. *Journal of Sustainable Business and Economics*, 5(3), 18-26. <https://doi.org/10.30564/jsbe.v5i3.14>
- Yakob, S., Yakob, R., B.A.M., H.-S., & Rusli, R. Z. A. (2021). Financial Literacy and Financial Performance of Small and Medium-sized Enterprises. *The South East Asian Journal of Management*, 15(1), 72-96. <https://doi.org/10.21002/seam.v15i1.13117>
- Yap, R. J. C., Komalasari, F., & Hadiansah, I. (2018). The Effect of Financial Literacy and Attitude on Financial Management Behavior and Satisfaction. *Bisnis & Birokrasi Journal*, 23(3), 3-5. <https://doi.org/10.20476/jbb.v23i3.9175>
- Zeike, S., Choi, K. E., Lindert, L., & Pfaff, H. (2019). Managers' well-being in the digital era: Is it associated with perceived choice overload and pressure from digitalization? an exploratory study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(10). <https://doi.org/10.3390/ijerph16101746>

LITERASI FINANSIAL, KESADARAN DIGITAL, POSISI MANAJERIAL: SEBUAH BUKTI DARI RISET KEUANGAN

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.slideshare.net Internet Source	1%
2	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
4	ejournal.kemsos.go.id Internet Source	1%
5	conference.um.ac.id Internet Source	1%
6	docobook.com Internet Source	<1%
7	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
8	alvindayu.com Internet Source	<1%
9	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1%

10	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
11	repository.itk.ac.id Internet Source	<1 %
12	muhariefeffendi.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
13	Mustakim Mustakim, Hamim Farhan, Ode Mohamad Man Ladamay, Risky Mila Sary, Utami Nurlali. "PROGRAM PENDIDIKAN KECAKAPAN LITERASI KOMPUTER MELALUI MAGANG TRADISIONAL MASA PENDEMI COVID-19", Comm-Edu (Community Education Journal), 2020 Publication	<1 %
14	e-journal.unair.ac.id Internet Source	<1 %
15	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
16	journal.ikopin.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.scribd.com Internet Source	<1 %
18	ejournal.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
19	eprints.undip.ac.id	

Internet Source

<1 %

20

repository.usd.ac.id

Internet Source

<1 %

21

www-wds.worldbank.org

Internet Source

<1 %

22

fip.um.ac.id

Internet Source

<1 %

23

garuda.ristekdikti.go.id

Internet Source

<1 %

24

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

25

media.neliti.com

Internet Source

<1 %

26

ocs.unud.ac.id

Internet Source

<1 %

27

prosiding.unipma.ac.id

Internet Source

<1 %

28

repository.upi.edu

Internet Source

<1 %

29

www.ismafarsi.org

Internet Source

<1 %

30

Dilasari Dilasari, Sri Mulyati, Asep Kurniawan.
"PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE,

<1 %

LOCUS OF CONTROL DAN DEMOGRAFI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI
MILENIAL DI KOTA SUBANG", JASS (Journal of
Accounting for Sustainable Society), 2021

Publication

31

Atanásio Cossa, Mara Madaleno, Jorge Mota.
"Financial literacy environment scan in
Mozambique", Asia Pacific Management
Review, 2022

Publication

<1 %

32

Reni Hariyani. "Urgensi Literasi Keuangan
Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi
Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19 di
Indonesia", Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan
Manajemen, 2022

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On