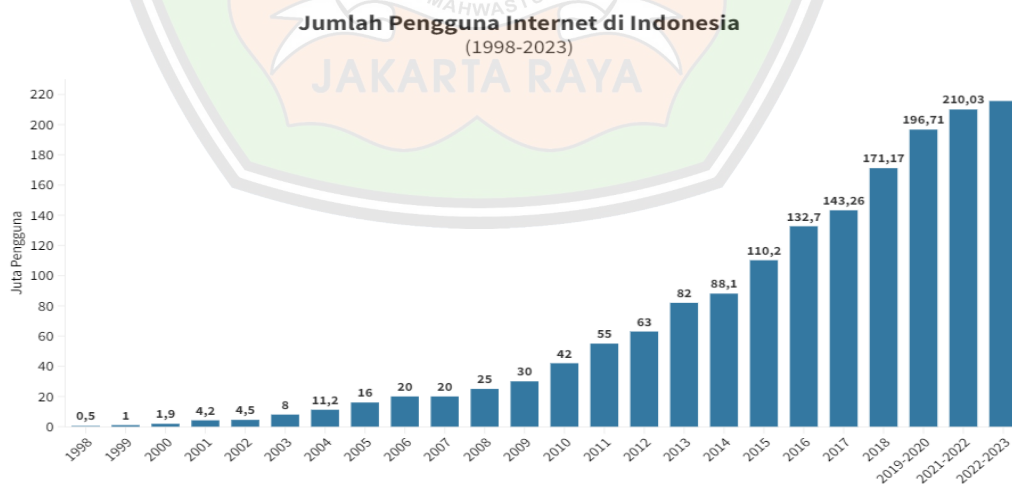


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era Revolusi Industri 4.0 yang tengah berlangsung, internet telah menjadi sesuatu yang sangat akrab bagi masyarakat global. Kehadiran internet menghadirkan perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Perkembangan internet saat ini terjadi dengan cepat, tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga menjadi platform transaksi melalui beragam situs marketplace dalam jaringan bisnis online yang mudah diakses. Marketplace merupakan wadah daring di mana para penjual dapat membuat akun dan menawarkan produk mereka secara elektronik.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia

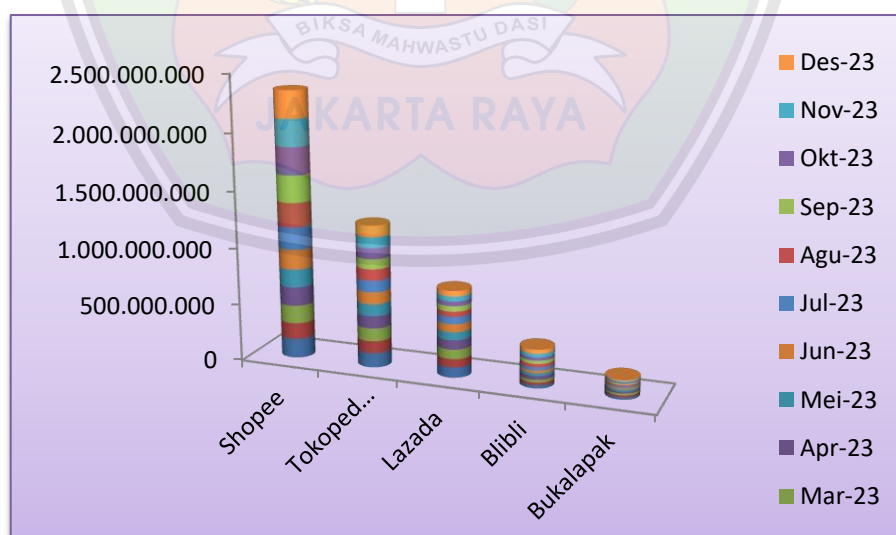
Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 2,67% dibandingkan dengan periode sebelumnya yang mencapai 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang mencapai 275,77 juta jiwa. Pertumbuhan ini lebih tinggi sebesar 1,17% poin dibandingkan dengan periode 2021-2022 yang sebesar 77,02%.

Dilihat dari jenis kelamin, tingkat penetrasi internet pada laki-laki di Indonesia mencapai 79,32%, angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan penetrasi internet pada perempuan yang mencapai 77,36%. Secara geografis, tingkat penetrasi internet di wilayah perkotaan mencapai 77,36% pada tahun 2022-2023. Sementara itu, tingkat penetrasi di wilayah pedesaan lebih tinggi yaitu sebesar 79,79%. Perlu dicatat bahwa APJII bersama SRA Consulting melakukan survei terhadap 8.510 responden di seluruh Indonesia pada tanggal 10-27 Januari 2023. Survei ini dilakukan menggunakan metode multistage random sampling dengan tingkat toleransi kesalahan (margin of error) sebesar 1,14% dan tingkat kepercayaan 95%. Dengan pertumbuhan teknologi internet dan peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia, ini menjadi peluang pasar yang baik bagi pelaku bisnis yang mulai memanfaatkan internet. Hal ini dapat mempermudah mereka dalam melakukan promosi dan menjalankan bisnis e-commerce.

Menurut Laudon dan Laudon seperti yang dikutip oleh Nursani et al. (2019), e-commerce merupakan suatu kondisi di mana proses jual beli produk dilakukan secara elektronik oleh konsumen serta dari perusahaan ke perusahaan dengan menggunakan komputer sebagai perantara dalam transaksi bisnis. Saat ini, semakin banyak situs marketplace yang bermunculan dan dijadikan sebagai tempat untuk menjual atau membeli barang dan jasa secara online. Belanja secara daring kini telah menjadi pola hidup baru di masyarakat selama beberapa tahun ini. Banyaknya penjual yang menyediakan berbagai macam produk melalui toko online membuat minat beli di kalangan masyarakat khususnya pengguna internet semakin berkembang.

Jumlah Pengunjung Situs Bulanan 5 E-Commerce Terbesar di Indonesia
(Januari 2023-Desember 2023)



Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung E-commerce

Sumber : Kata Data.co.id

Menurut data dari Similarweb, Shopee menjadi platform e-commerce kategori marketplace yang paling banyak dikunjungi di Indonesia sepanjang tahun 2023. Pada bulan Desember 2023, Shopee mencatatkan 242,2 juta kunjungan di situsnya, mengalami peningkatan signifikan sebesar 41,39% dibandingkan dengan posisi pada awal tahun tersebut. Tokopedia menempati peringkat kedua dengan 101,1 juta kunjungan situs pada bulan Desember 2023, mengalami penurunan sekitar 21,08%. Sementara itu, Lazada menempati posisi ketiga dengan 48,6 juta kunjungan situs pada bulan Desember 2023, mengalami penurunan sebesar 46,72%.

Dalam kurun waktu yang sama, situs Blibli mencatatkan 35,8 juta kunjungan, mengalami peningkatan sebesar 25,18% (ytd). Sementara itu, situs Bukalapak meraih 8,7 juta kunjungan, mengalami penurunan sebesar 56,5%. Dari kelima platform e-commerce kategori marketplace terbesar di Indonesia, hanya Shopee dan Blibli yang mengalami lonjakan signifikan dalam jumlah kunjungan dibandingkan dengan posisi awal tahun 2023. Sementara itu, jumlah pengunjung pada situs e-commerce lainnya cenderung mengalami penurunan sepanjang periode Januari-Desember 2023, sebagaimana terlihat pada gambar 1.2 di atas.

Minat pembelian konsumen dalam kegiatan perdagangan terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi. Perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan perdagangan tidak lagi terbatas oleh waktu dan tempat. Jika pada masa lalu perdagangan hanya dapat dilakukan melalui pertemuan langsung, saat ini, berkat jaringan internet, perdagangan dapat dilakukan tanpa perlu adanya

pertemuan tatap muka, sebuah perubahan signifikan dibandingkan puluhan tahun yang lalu.

Banyaknya platform e-commerce di Indonesia mendorong setiap platform untuk mengoptimalkan strategi, kemampuan, dan ciri khasnya guna meningkatkan lalu lintas kunjungan dan penjualan dari mitra pelapak yang bekerja sama. Hal ini mencakup peningkatan tampilan situs web dan penyesuaian harga, karena interaksi pembeli dengan perusahaan hanya terjadi melalui situs web, dan tentu saja harga menjadi faktor yang sangat diperhatikan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian secara daring. (Japariato & Adelia, 2020)

Perkembangan e-commerce pada zaman modern ini menjadi opsi bisnis menarik bagi para pelaku usaha, sejalan dengan pertumbuhan terus-menerus pasar dan adanya persaingan yang sehat. Peningkatan yang signifikan dalam sektor e-commerce mendorong banyak perusahaan pengembang aplikasi belanja online untuk turut berkontribusi dalam industri ini, seperti yang terlihat pada contoh aplikasi belanja online Shopee. Shopee berfungsi sebagai platform mobile marketplace yang memfasilitasi transaksi antar konsumen, dan telah diluncurkan sejak awal 2015 di wilayah Asia Tenggara, termasuk di Indonesia. Shopee, hadir dalam format aplikasi mobile, memberikan kemudahan bagi pengguna dan mendapat sambutan positif dari berbagai kalangan masyarakat karena dapat diakses tanpa perlu membuka situs web melalui komputer. Keberadaan Shopee mencerminkan respons positif terhadap evolusi e-commerce, dan menyediakan berbagai kategori produk, mulai dari fashion, kecantikan, kesehatan, elektronik,

perlengkapan olahraga, hingga kebutuhan rumah tangga.(Andhiyani Rahmasari Putri & Ari Susanti, 2022)

Shopee juga menyediakan sarana untuk interaksi langsung antara pengguna aplikasinya. Selain itu, Shopee juga merupakan salah satu platform e-commerce dengan jumlah pengunjung web terbanyak di Indonesia, mencapai sekitar 71,5 juta kunjungan. Untuk menjaga daya saingnya di pasar, Shopee mengimplementasikan berbagai strategi, termasuk pengamatan terhadap manajemen komunikasi pemasaran yang berdampak besar pada keberlanjutan bisnisnya. Salah satu pendekatannya adalah dengan memperhatikan bagaimana kegiatan komunikasi pemasaran dapat memengaruhi eksistensi bisnisnya. Promosi menjadi elemen krusial dalam usaha memasarkan produk, dan saat ini, pelaksanaan promosi tidak terbatas pada media tradisional seperti televisi, koran, dan radio, melainkan juga melibatkan media sosial.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa mayoritas penduduk Indonesia memilih Shopee sebagai opsi utama dalam berbelanja online. Manajemen keuangan pribadi pada dasarnya merupakan hak setiap individu, dan semakin baik pengelolaannya, semakin sehat keuangan seseorang. Oleh karena itu, diperlukan literasi keuangan agar setiap individu dapat mempertimbangkan kebutuhan mana yang lebih penting dalam pengeluaran uang, membuat prioritas pengeluaran, dan mengelola keuangan dengan bijak. Literasi keuangan mencakup keterampilan dan pengetahuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya, termasuk keyakinan terhadap lembaga keuangan serta produk dan layanannya, agar dapat membuat keputusan yang tepat.

Pemahaman tentang literasi keuangan menjadi suatu kebutuhan pokok bagi setiap individu agar dapat menghindari masalah keuangan. Tidak hanya terkait dengan tingkat pendapatan, kesulitan keuangan juga dapat timbul akibat kesalahan dalam mengelola keuangan, seperti penggunaan kredit yang tidak bijak dan kurangnya perencanaan keuangan. Keterbatasan finansial dapat menyebabkan stres dan merugikan kepercayaan diri, bahkan dalam beberapa kasus, kondisi ini dapat berujung pada perceraian dalam keluarga. Memiliki literasi keuangan menjadi aspek yang krusial untuk mencapai kehidupan yang sejahtera dan berkualitas. Lebih lanjut dijelaskan bahwa literasi keuangan, bersama dengan kemampuan membaca dan matematika, menjadi kunci untuk menjadi konsumen yang cerdas, mengelola kredit, mendanai pendidikan tinggi, menabung dan berinvestasi, serta menjadi warga negara yang bertanggung jawab.

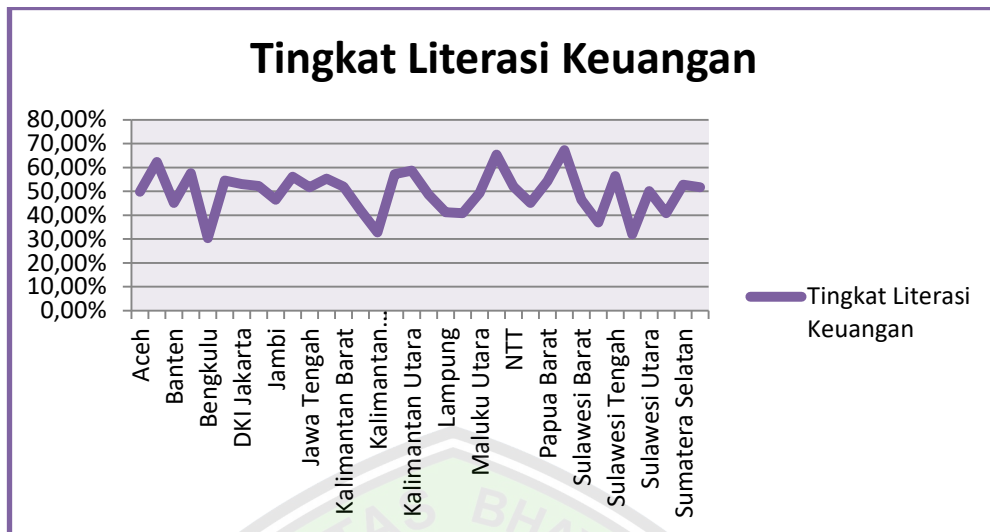
Pemahaman tentang literasi keuangan, atau Financial Literacy, menjadi suatu keharusan bagi setiap individu untuk menghindari masalah keuangan karena seringkali individu dihadapkan pada situasi trade-off, di mana mereka harus mengorbankan satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Menurut penelitian Robb & Woodyard (2011), tingkat literasi keuangan yang memadai dapat memberikan dampak positif terhadap perilaku keuangan seseorang, termasuk kemampuan untuk mengatur atau mengalokasikan keuangan dengan bijak.

Literasi keuangan (financial literacy) telah menjadi sorotan utama di berbagai negara dalam beberapa tahun terakhir. Ini disebabkan oleh keinginan setiap negara untuk membentuk pola pikir penduduknya agar memiliki pemahaman keuangan yang baik dan berkualitas dalam pengelolaan keuangan.

Dengan demikian, diharapkan dapat menciptakan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi negara tersebut.

Di Indonesia, literasi keuangan telah menjadi fokus utama kebijakan pemerintah dan lembaga keuangan. Terdapat kekhawatiran bahwa masyarakat mungkin kurang memahami konsep keuangan dan tidak memiliki pengetahuan untuk mengelola serta membuat keputusan keuangan untuk masa depan. Dengan adanya perhatian khusus terhadap literasi keuangan ini, diharapkan masyarakat akan lebih berpengetahuan, memiliki kemampuan, dan keterampilan dalam mengelola serta membuat keputusan keuangan secara efektif. Hal ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kestabilan sistem keuangan dan mengurangi kerentanan terhadap sistem keuangan di Indonesia.

Menurut Wibowo (2014), salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat di Indonesia adalah kurangnya literasi keuangan di kalangan mereka. Data dari SNLIK (Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan) 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 49,68 persen, mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2019 yang hanya sebesar 38,03 persen. Sementara itu, indeks inklusi keuangan untuk tahun ini mencapai 85,10 persen, menunjukkan peningkatan dari periode SNLIK sebelumnya pada tahun 2019 yang sebesar 76,19 persen.



Gambar 1. 3 Tingkat Literasi Keuangan

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, 2022

Di tahun 2023, fokus OJK untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia tertuang dalam Arah Strategis Literasi Keuangan Tahun 2023 adalah Membangun Literasi Keuangan Masyarakat Desa Melalui Aliansi Strategis dengan Kementerian/Lembaga Terkait, Perangkat Desa dan penggerak PKK Desa, dan Mahasiswa KKN. Sasaran prioritas literasi keuangan tahun 2023 adalah pelajar/santri, UMKM, penyandang disabilitas dan masyarakat daerah 3T (Terdepan, Terluar dan Tertinggal). Sedangkan sasaran prioritas inklusi keuangan tahun 2023 adalah segmen perempuan, pelajar, mahasiswa dan UMKM, masyarakat di wilayah perdesaan, dan sektor jasa keuangan syariah.

Tingginya keputusan untuk berbelanja di e-commerce dapat didukung karena munculnya teknologi keuangan yang sering kita sebut fintech. Menurut Huseh (2017), Teknologi Keuangan merupakan model layanan keuangan yang baru yang dikembangkan melalui inovasi teknologi informasi. Teknologi

keuangan hadir memberikan kemudahan seseorang untuk membayar dan melunasi tagihan belanja dari manapun. Konsumen tidak perlu keluar ke bank untuk sekedar membayar belanjaan yang kita beli di toko online. Fintech di Indonesia memiliki beberapa situs, situs pembayaran (Payment), investasi, perencanaan keuangan, pembiayaan (Lending), situs perbandingan keuangan, riset keuangan dan lainnya. Pada situs pembayaran konsumen dapat melakukan pembayaran segala jenis menggunakan aplikasi layanan yang bekerja sama dengan pembayaran ini, seperti pembayaran tagihan-tagihan, barang, maupun transfer.

Perkembangan teknologi digital sekarang sudah merambah hampir seluruh aspek kehidupan mulai dari berbelanja, transportasi, keuangan, pariwisata hingga memberikan donasi serta kegiatan ekonomi lainnya dapat diakses secara digital. Perkembangan Teknologi digital telah mengubah gaya hidup masyarakat masa kini, kehidupan masyarakat yang dekat dengan gadget dan Internet dan di dukung dengan fasilitas pelayanan yang berbasis teknologi digital membuat aktivitas sehari-hari masyarakat menjadi lebih sederhana dengan menggunakan gadget dalam genggam tangan mereka. Hal ini mendorong perkembangan bisnis berbasis teknologi digital, salah satunya adalah Financial Technology (Fintech). (Nurdin et al., 2020)

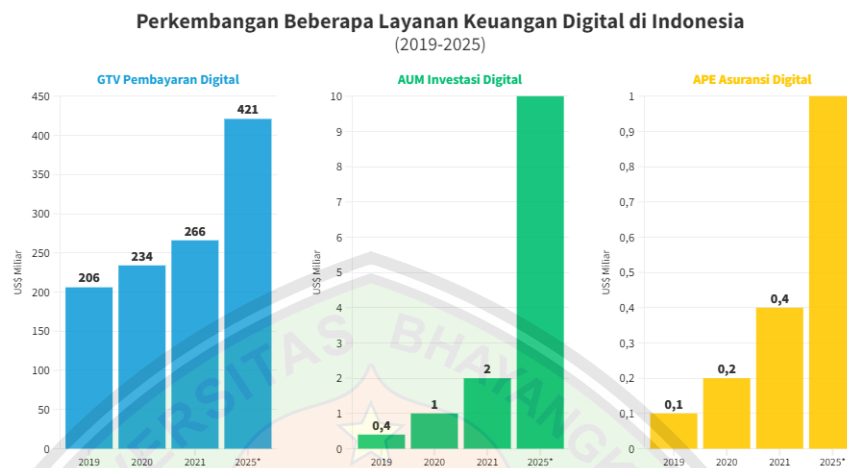
Perkembangan teknologi dalam dunia bisnis merupakan sesuatu yang tidak bisa dinafikan seiring dengan semakin besarnya aspek manfaat yang didapat oleh masyarakat melalui digitalisasi ekonomi. Mulai dari pemesanan barang dan/atau jasa sampai dengan pembayaran, cukup dilakukan melalui satu aplikasi. Hal ini menghemat biaya yang harus dikeluarkan untuk transportasi maupun komunikasi,

sehingga pilihan bertransaksi digital melalui gawai banyak dipilih oleh masyarakat. Hal ini memicu perkembangan signifikan dari Teknologi Finansial (Fintech).

Rangkaian sejarah pengaturan mengenai transaksi digital menarik untuk diteliti terutama mengenai apa saja landasan pertimbangan pemerintah mengenai urgensi dari Teknologi Finansial (Fintech) sebagai pengaturan terbaru dari pemerintah, terutama mengenai pertimbangan yang melatarbelakangi urgensi munculnya Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial (Fintech). Hal yang menarik lainnya adalah untuk mengetahui sudut pandang mengenai perkembangan Teknologi Finansial (Fintech) dalam hukum bisnis yang akan datang.

Hal ini dapat dilakukan dengan meneliti sudut pandang mengenai era Revolusi Industri 4.0 yang sedang mempengaruhi segala lini, termasuk lini hukum, dan sampai batas mana, lini-lini tersebut mendukung perkembangan Finansial Teknologi pada khususnya. Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial (Fintech) merupakan milestone bagi perkembangan Teknologi Finansial (Fintech) di Indonesia. Hal ini tentunya baik bagi masyarakat karena dengan diaturnya Teknologi Finansial (Fintech) dalam PBI tersebut, para stakeholders khususnya penyelenggara Teknologi Finansial (Fintech) dan masyarakat memahami transaksi apa saja yang diperbolehkan dan apa urgensi dipilihnya transaksi-transaksi digital yang diperbolehkan dalam wilayah kedaulatan Republik Indonesia. Hal ini juga

mengartikan bahwa pemerintah juga berperan di dalam dunia digital dari penduduknya.(Tampi, 2019)



Gambar 1. 4 Perkembangan Layanan Keuangan Digital Di Indonesia

Sumber: Google, Temasek, Bain & Company

Perkembangan industri teknologi finansial atau financial technology (fintech) di tanah air semakin pesat. Menurut laporan Google, Temasek, dan Bain & Company, berbagai sektor layanan keuangan digital mencatatkan pertumbuhan pada 2022. Misalnya saja sektor pembayaran digital yang mencatatkan pertumbuhan nilai transaksi bruto (gross transaction value/GTV) sebesar 13% menjadi US\$266 miliar pada 2022. Jumlahnya pun akan kembali naik menjadi US\$421 miliar pada 2025 dengan tingkat pertumbuhan majemuk tahunan (CAGR) sebesar 17%. Investasi digital juga dilaporkan memiliki dana kelolaan sebesar US\$2 miliar atau tumbuh 31% pada 2022. Nilai dana kelolaan investasi digital diperkirakan menjadi US\$10 miliar dengan CAGR 74% pada 2025.

Ada pula asuransi digital yang memiliki nilai premi ekuivalen (APE) sebesar US\$0,4 miliar pada 2022 atau naik 64% pada 2022. Nilai APE asuransi

digital diproyeksi mencapai US\$1 miliar dengan CAGR 51% pada tiga tahun mendatang. Pesatnya pertumbuhan fintech karena layanan digital tersebut dianggap sangat membantu masyarakat Indonesia dalam mempermudah akses terhadap produk keuangan. Di samping itu, fintech dinilai meningkatkan literasi keuangan dan mendorong gaya hidup masyarakat menjadi lebih digital.

Beberapa tahun belakangan ini, perkembangan teknologi informasi berkembang semakin pesat dan memudahkan masyarakat dalam melakukan aktivitas dan kegiatan. Pada saat ini teknologi keuangan (financial technology) menjadi tren dan berkembang secara pesat yang memudahkan masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan lainnya. Teknologi keuangan memberikan manfaat seperti memberikan pinjaman, sebagai alat pembayaran dan penggalangan dana. Dengan kemudahan dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan teknologi keuangan, salah satu produk yang ditawarkan adalah dompet digital seperti GOPAY, OVO, DANA, LinkAja dan sebagainya. (Austin & MN, 2021)

Selain literasi keuangan, dan teknologi keuangan sikap keuangan juga menjadi salah faktor yang dapat memengaruhi minat belanja masyarakat. Sikap keuangan diartikan sebagai keadaan pikiran, pendapat, serta penilaian tentang keuangan. Serta sikap keuangan pribadi merupakan kontributor penting untuk kesuksesan atau kegagalan keuangan masyarakat. Sikap keuangan merupakan kecenderungan sikap yang bersifat positif atau negatif terhadap uang. Sikap keuangan tentunya dapat memunculkan sifat dan perilaku keserakahan terlebih jika digunakan secara sembarangan.

Sikap keuangan dapat mempengaruhi suatu kondisi keuangan seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari, apabila seseorang kurang mampu mengambil sikap dan melakukan kesalahan dalam perencanaannya maka akan menciptakan efek dengan jangka yang cukup panjang. Sikap keuangan menunjukkan bahwa uang memiliki banyak arti sesuai dengan tingkat pemahaman dan kepribadian seseorang diantaranya uang menjadi bagian penting dalam kehidupannya, sumber rasa hormat, kualitas hidup, kebebasan dan bahkan kejahatan.

Sikap keuangan dipengaruhi banyak faktor diantaranya pengalaman masa kanak-kanak, pendidikan, keuangan status sosial, lingkungan sosial ekonomi dan keluarga. Setiap orang pasti memiliki sikap yang berbeda dalam menyikapi keuangannya.

Seseorang yang paham dengan kondisi keuangannya dan mampu menyikapi uang yang dimilikinya menunjukkan bahwa seseorang tersebut mempunyai sikap keuangan yang baik maka dengan pengelolaan keuangan yang baik nantinya tidak akan terjebak pada sikap yang berlebihan. Ajzen menjelaskan bahwa sikap bisa mempengaruhi niat untuk berperilaku. Sedangkan niat untuk berperilaku mempengaruhi perilaku.

Dari teori diatas, bisa diartikan bahwa sikap secara tidak langsung bisa memengaruhi perilaku tetapi hanya membentuk niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Yang artinya bahwa sikap secara tidak langsung dapat memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan masyarakat melalui variabel lain

seperti niat sebagai mediasi. Sehingga apabila seseorang memiliki sikap keuangan yang positif dan memiliki niat yang baik maka akan naik pula perilaku pengelolaan keuangan seseorang.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Diskhamarzeweny, dkk (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan, sikap keuangan, dan gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Gita Rahmawati dan Elly Mirati (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee paylater. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hermin Nainggolan (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan, efikasi keuangan, sikap keuangan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Belanja Di *E-commerce* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhyangkara Jakarta Raya Pengguna Aplikasi Shopee)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat belanja di *e-commerce* di fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya?
2. Apakah terdapat pengaruh finansial teknologi terhadap minat belanja di *e-commerce* di fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya?
3. Apakah terdapat pengaruh sikap keuangan terhadap minat belanja di *e-commerce* di fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya?
4. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan, finansial teknologi, sikap keuangan terhadap minat belanja di *e-commerce* di fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat belanja di *e-commerce* di fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya.
2. Untuk mengetahui apakah finansial teknologi berpengaruh terhadap minat belanja di *e-commerce* di fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya.

3. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat belanja di *e-commerce* di fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya.
4. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan, finansial teknologi, dan sikap keuangan berpengaruh terhadap minat belanja di *e-commerce* di fakultas ekonomi dan bisnis universitas bhayangkara jakarta raya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mahasiswa ekonomi khususnya manajemen dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai literasi keuangan, teknologi keuangan, dan sikap keuangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi satu langkah perubahan dalam pengelolaan keuangan atau literasi keuangan di kalangan mahasiswa dan menggunakan teknologi keuangan sesuai kebutuhan serta mampu menyikapi keuangan dengan baik.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini menambah referensi bukti empiris serta menjadi rekomendasi untuk penelitian dengan topik literasi keuangan, teknologi keuangan, dan sikap keuangan di masa yang akan datang.

c. Bagi Peneliti

Sebagai sarana mengembangkan pengetahuan terkait literasi keuangan, teknologi keuangan, dan sikap keuangan dan menambah wawasan berkaitan hal tersebut guna berguna bagi pihak yang membutuhkan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan urutan penyajian dari masing-masing bab secara terperinci, singkat dan jelas. Sistematika penulisan bertujuan untuk menggambarkan mengenai susunan isi penelitian secara teratur. Penelitian ini disusun dalam tiga bab yang masing-masing terdiri dari sub bab pembahasan sebagai acuan berpikir secara sistematis.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah penelitian, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang mendasari penelitian, hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan, kerangka penelitian, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang mencakup variabel yang digunakan dalam penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional dan metode analisa data yang digunakan

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang hasil dan pengolahan data yang menggunakan aplikasi SPSS versi 26 dengan uji validitas dan reliabilitas, dan uji hipotesis dengan pembahasan dari penelitian ini secara rinci.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran dari penelitian ini.

