



Literasi Finansial, Kesadaran Digital, Posisi Manajerial: Sebuah Bukti dari Riset Keuangan

Marthinus Ismail, Lorina Siregar Sudjiman, Rolyana Ferinia*
Fakultas Ekonomi Universitas Advent Indonesia
rolyana.pintauli@unai.edu

ABSTRAK

Di era industri 4.0 dimana peran digital sudah melekat kepada setiap kegiatan keuangan, maka perlu kesadaran digital yang baik dari setiap orang. Itu sebabnya, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi finansial terhadap kesadaran digital secara parsial, pengaruh literasi finansial terhadap posisi manajerial dan melihat pengaruh literasi finansial terhadap kesadaran digital melalui posisi manajerial. Metode kuantitatif dengan desain korelasional, dengan menggunakan analisis data regresi logistik memandu penelitian ini. Sampel yang digunakan adalah sampel convenience dengan 239 alumni Universitas Advent Indonesia sebagai responden mengisi kuesioner. Hasil, secara parsial tidak ditemukan pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap kesadaran digital, dan literasi keuangan terhadap posisi manajerial, tetapi variabel mediasi “posisi manajerial” dapat meningkatkan literasi finansial terhadap kesadaran digital di era industri 4.0. Posisi manajerial memiliki peran penting untuk meningkatkan literasi finansial dan memberikan kesadaran digital yang optimal pada karyawan.

Kata Kunci: Literasi Finansial, Posisi Manajerial, Kesadaran Digital

ABSTRACT

Everyone requires good digital awareness in the industrial era 4.0, where the digital role is attached to every financial activity. As a result, the goal of this study is to examine the impact of financial literacy on digital awareness. partially, the effect of financial literacy on managerial positions, and see the effect of financial literacy on digital awareness through managerial positions. This study was guided by a quantitative method with a correlational design and logistic regression data analysis. The sample used was a convenience sample, with 239 Adventist University of Indonesia alumni filling out the questionnaire. Partially, no significant effect was found between financial literacy and managerial position, but the mediating variable "managerial position" can increase financial literacy. Managers play an important role in increasing financial literacy and providing employees with optimal digital awareness.

Keywords: *Financial Literacy, Managerial Position, Digital Awareness*

PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini tanpa disadari 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 ini tidak hanya dirasakan dan dimanfaatkan oleh banyak industri di seluruh dunia, namun dirasakan manfaatnya oleh seluruh generasi dari orang tua dan anak-anak dengan berbagai kebutuhan. Misalnya, *Airbnb* yang didirikan tahun 2008 dan kini telah menjangkau ke 190 Negara telah memberi pengaruh pada perkembangan hotel dengan memberikan

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

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 digital saat ini 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. Dengan munculnya *Digital Marketplace* 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).

Dunia sedang mengalami perubahan drastis terutama dalam bidang industri dan teknologi (Wrede et al., 2020a). Manusia, data, dan mesin terkoneksi dalam bentuk virtual dan semua terhubung dengan teknologi digital. Tuntutan teknologi akan mempengaruhi sikap dan etika individu dalam bertindak. Teknologi sudah menjadi kebutuhan dasar dalam kehidupan manusia.

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). Teknologi digital dengan peran industri internet 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, 2018). 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 teknologi 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 teknologi baik pada bidang jasa maupun barang produksi. (Skilton & Hovsepian, 2018). Rakyat Indonesia tidak kebal terhadap dampak revolusi industri, sama seperti penduduk di seluruh dunia. Masyarakat di Indonesia mulai menyadari kehadiran digital dan mulai menggunakan 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 (Broto Gatot S. Dewa, 2014). Walau sudah masuk tiga besar penggunaan internet, Indonesia masih belum sepenuhnya sadar digital.

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

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

Indonesia. Pernyataan ini ditegaskan oleh Siswantara, (2021) yang menyoroti keterbatasan kemampuan digital masyarakat 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. Pengambilan keputusan keuangan dipengaruhi oleh pemahaman terhadap literasi keuangan (Hardianto & Lubis, 2022). 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).

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). Literasi keuangan menjadi jauh lebih penting setelah terjadinya financial distress dan menjadi prasyarat yang bertujuan untuk menghindari krisis keuangan dengan mencapai stabilitas keuangan

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. 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 mempengaruhi 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.

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Salah satu definisi literasi keuangan yang paling otoritatif diberikan oleh Dewan Penasihat Presiden tentang Literasi Keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk kesejahteraan keuangan seumur hidup (Monticone, 2010). Definisi yang mirip diuraikan oleh Otoritas Jasa Keuangan Inggris (FSA). Literasi keuangan mengacu pada kemampuan finansial daripada literasi keuangan, di mana "orang yang mampu secara finansial dapat membuat keputusan keuangan yang terinformasi. Mereka berhitung dan dapat menganggarkan serta mengelola uang secara efektif. Mereka mengerti bagaimana mengelola kredit dan utang. Mereka mampu menilai kebutuhan akan asuransi dan perlindungan (Personal Finance Research Centre, 2005).

Dalam menjalankan bisnis dengan tingkat persaingan yang tinggi, atas dana yang telah ditempatkan maka dibutuhkan pengelola yang mampu memahami aspek keuangan secara baik untuk membuat keputusan atas kebijakan keuangan, pertimbangan biaya dan dapat membuat keputusan yang tepat

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

untuk memperoleh keuntungan yang optimal serta memastikan keuangan perusahaan dalam keadaan stabil dan baik. Menurut (H. Chen & Volpe, 1998) maka Literasi Keuangan mencakup memahami pengetahuan dasar untuk keuangan pribadi, tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi (Perwito et al., 2020). Sementara menurut Nababan dan Sadalia, (2012) Bahwa Literasi Keuangan mencakup dasar keuangan pribadi, pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit dan pinjaman, tabungan dan investasi, dan pengelolaan risiko.

Posisi Manajerial

Posisi manajerial adalah peran di mana seseorang mengawasi fungsi pekerjaan orang lain atau sekelompok orang. Manajer juga dapat mengawasi pengoperasian fungsi tertentu dalam perusahaan (The World Bank, n.d.). Dalam pengelolaan perusahaan maka peran anggota organisasi menjadi sangat penting. Bentuk posisi dalam perusahaan sangat bergantung pada kebutuhan organisasi. Menurut Laudon & Laudon, (2012) posisi manajerial adalah bagian dari sistem informasi organisasi. Beberapa hal yang menjadi bagian penting dari sistem itu 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 yaitu *senior management*, *middle management*, dan *operational management*.

Pentingnya posisi manajerial juga menjadi fokus 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.

Kesadaran Digital

Kesadaran digital adalah kesadaran akan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan individu untuk menggunakan perangkat digital secara efektif (Westerman et al., 2014) Menurut Ashley dan Reiter-Palmon (2012) berpendapat bahwa kesadaran diri akan digital adalah merupakan proses evaluatif yang terfokus ke dalam dimana individu melakukan perbandingan diri dengan maksud untuk meningkatkan pengetahuan menjadi lebih baik (Ashley & Reiter-Palmon, 2017). Kesadaran digital juga memungkinkan orang untuk menggunakan teknologi dengan lebih aman, karena dapat menimbulkan risiko bagi kesehatan mental dan psikologis. Mengadvokasi kesadaran digital yang lebih baik mempromosikan pemanfaatan teknologi modern yang aman, terkontrol, dan kaya peluang (Karakuş & Kılıç, 2022).

Pengaruh Literasi Finansial Terhadap Kesadaran Digital

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.

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

H₁: Ada pengaruh Literasi Finansial terhadap Kesadaran Digital.

Pengaruh literasi finansial Terhadap Posisi Manajerial

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) menguraikan bahwa hasil literasi keuangan dan praktik manajemen berbeda secara signifikan di masing-masing dari tiga kelompok di jamaah yaitu Pemimpin ($t=11.567$, eksak sig=0.000), Non-Pemimpin antara literasi keuangan dan praktik manajemen berdasarkan peringkat di jamaah ($t=12.431$, 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

Pengaruh Posisi Manajerial Terhadap Kesadaran Digital

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 keterampilan digitalisasi dalam menopang perusahaan digital internasional. Dengan data dari perusahaan swasta di Jerman, Swedia, Estonia, Latvia and Lituania, maka didapati hubungan antara yang positif. Penelitian 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)

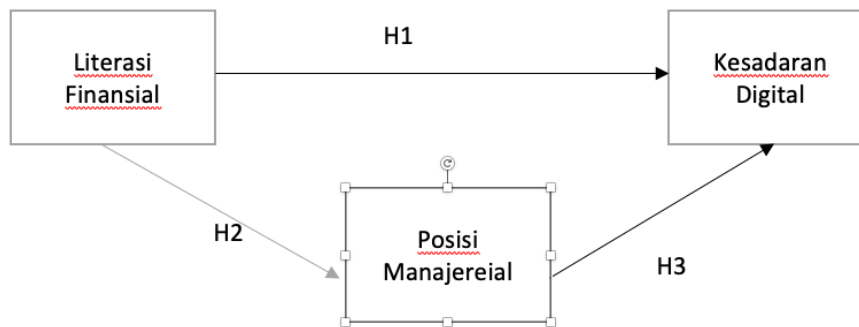
Dari beberapa penelitian di atas, penelitian ini mau meyakinkan apakah memang ada pengaruh posisi manajerial terhadap kesadaran digital, oleh sebab itu maka hipotesis penelitian ini adalah:

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 mempengaruhi kesadaran digital, 2). Untuk meneliti seberapa signifikan literasi keuangan mempengaruhi posisi manajerial, dan 3). Untuk meneliti seberapa signifikan literasi keuangan mempengaruhi kesadaran digital melalui posisi manajerial yang digambarkan dengan kerangka pemikiran pada gambar 1.1.

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>.



Gambar 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. Definisi operasionalnya adalah Literasi Keuangan diukur dengan literasi membaca *cash flow* dengan jawaban memahami cara membaca *cash flow* (0) dan tidak memahami cara membaca *cash flow* (1). Posisi manajerial diukur dengan jabatan yang terdiri dari “manajer”, “supervisor”, dan “karyawan”. Kesadaran Digital diukur dengan memahami penggunaan media sosial (0) dan tidak memahami media sosial (1).

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 dan menggunakan regresi logistik untuk menganalisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi penelitian adalah 239 responden. 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. Posisi 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.

Setiap item pada variabel Literasi Finansial (X1), variabel Posisi Manajerial (X2), dan variabel Kesadaran Digital (Y) telah diuji validitas konstruksinya untuk memastikan bahwa setiap konstruk berkontribusi terhadap total varians yang diamati, dan semuanya telah dinyatakan valid.

Variabel X1, X2, dan Y disajikan pada tabel di bawah ini untuk mengukur sejauh mana item-item dalam instrumen terkait (uji reliabilitas) dinyatakan. Variabel Literasi Finansial memberikan hasil yang reliabel dengan Cronbach's Alpha 0,856, Posisi Manajerial (X2) memberikan hasil reliabel dengan Cronbach's Alpha 0,814, dan Kesadaran Digital Variable (Y) memberikan hasil reliabel dengan Cronbach's Alpha 0,887. Artinya setiap variabel penelitian bersifat konsisten dan stabil sehingga memungkinkan terjadinya prediksi yang akurat.

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

Tabel 1 Uji Reliabilitas Literasi Finansial

Reliability Statistics

	Cronbach' Alpha	N of Items
Literasi Finansial	0.856	5
Posisi Manajerial	0.814	5
Kesadaran Digital	0.887	4

Sumber: diolah dari SPSS 24

Berdasarkan hasil dari uji normalitas data dengan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test maka data terdistribusi normal pada variabel literasi finansial dengan nilai signifikansi $0.246 > 0.05$, posisi manajerial $0.782 > 0.05$, dan kesadaran digital $0.322 > 0.05$ (Tabel 2)

Tabel 2. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Financial Literacy	Managerial Position	Digital Awareness
N		239	239	239
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	54.3896	57.7840	58.9850
	Std. Deviation	24.0446	24.2347	27.5083
Most Extreme Differences	Absolute	.075	.93	.109
	Positive	.048	.050	.092
	Negative	-.069	-.092	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		1.024	1.293	1.610
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.240	.782	.322

a. Test distribution is Normal.

Dari hasil uji kualitas data maka penelitian ini dapat dilanjutkan kepada uji analisis data untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi finansial terhadap kesadaran digital, literasi finansial terhadap posisi manajerial, dan posisi manajerial terhadap kesadaran digital.

Tabel 4 adalah rangkuman korelasi (R), koefisien determinasi (KD) untuk ketiga variabel. Dibawah ini adalah penjelasan untuk setiap hubungan antar variabel berikut ini.

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 ada pengaruh yang signifikan antara Literasi Finansial terhadap Kesadaran Digital walaupun dari hasil nilai adjusted R Square bernilai negative. 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 mempengaruhi perubahan Kesadaran Digital hanya sebesar 5%, sedangkan sisanya 95% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian (tabel 1.1). Dari

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

uraian hasil di atas maka H_0 ditolak yaitu ada pengaruh yang signifikan antara literasi finansial terhadap kesadaran digital.

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 pengaruh antara Literasi Finansial terhadap posisi manajerial adalah signifikan. Nilai R^2 adalah 4%. Artinya variasi variabel bebas Literasi Finansial hanya mampu mempengaruhi perubahan Kesadaran Digital hanya sebesar 4% Sedangkan sisanya 96% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian (tabel 1.1). Dari uraian hasil di atas H_0 ditolak yaitu ada pengaruh yang signifikan antara literasi finansial terhadap posisi manajerial.

Posisi Manajerial terhadap Kesadaran Digital. Nilai signifikansi antara posisi manajerial terhadap Kesadaran Digital adalah $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung pengaruh antara posisi manajerial terhadap Kesadaran Digital signifikan 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). Dari uraian hasil di atas H_0 ditolak yaitu ada pengaruh yang signifikan antara posisi manajerial terhadap kesadaran digital.

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 adalah 20%. Artinya variabel finansial literasi melalui posisi manajerial dapat memengaruhi digital awareness sebesar 20% (tabel 1.1). Dari uraian hasil di atas H_0 ditolak yaitu ada pengaruh yang signifikan antara finansial literasi terhadap kesadaran digital melalui posisi manajerial.

Tabel 4 Rangkuman Perhitungan Korelasi dan Koefisien Determinasi

	Finansial Literasi terhadap Digital Awareness	Finansial Literasi terhadap Posisi Manajerial	Posisi Manajerial terhadap digital awareness	Finansial Literasi terhadap Digital Awareness melalui Posisi Manajerial
R^2	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 antara 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 di masyarakat bahwa persentase nya tidak ada.

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

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 mendapat 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.

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

SIMPULAN DAN SARAN

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 berkontribusi, tetapi ketika posisi manajerial dihubungkan oleh literasi finansial terhadap kesadaran digital, maka memiliki kontribusi.

Saran yang diberikan adalah, temuan dari 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada pihak yang terlibat yaitu Universitas Advent Indonesia yang telah memberikan dukungan materiil dan moril. Kepada dosen-dosen di Fakultas Ekonomi Universitas Advent Indonesia yang bekerjasama membuat penelitian ini berhasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashley, G. C., & Reiter-Palmon, R. (2017). Self-Awareness and the Evolution of Leaders: The Need for a Better Measure of Self-Awareness. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 14(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.21818/001c.17902>
- Broto Gatot S. Dewa. (2014). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Kepala Pusat Informasi Dan Humas Kementerian Kominfo.
- 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., Lubíán, L., & Esteves, J. (2017). *Value in a Digital World*. This Palgrave Macmillan.

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

- 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.
- Hardianto, H., & Lubis, S. H. (2022). Analisis Literasi Keuangan, Overconfidence dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Saham. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(3), 684. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i03.p10>
- Indeks, P., Keuangan, L., Gender, B., & Kelamin, J. (2022). *SIARAN PERS SURVEI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN TAHUN 2022*. November, 10–12.
- Karakuş, İ., & Kılıç, F. (2022). ‘Digital’ Overview At the Profiles of Pre-Service Teachers: Digital Awareness, Competence and Fluency. *Problems of Education in the 21st Century*, 80(2), 324–338. <https://doi.org/10.33225/pec/22.80.324>
- 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
- 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>
- Monticone, C. (2010). *Financial Literacy and Financial Advice*. Università degli Studi di Torino.
- Nababan, D., & Sadalia, I. (2012). Analisis Personal Financial Literacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara (Personal Financial literacy Analysis And The Financial Behavior Of Undergraduate Students Of The University Of North Sumatra’s Econo. *Media Informasi Manajemen*, 1, 1–16.
- 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>
- Perkin, N., & Abraham, P. (2017). *Building the agile business through digital transformation*. Kogan Page Limited.

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

- Personal Finance Research Centre. (2005). *Measuring financial capability: an exploratory study. Consumer Research 37, Financial Services Authority.*
- Perwito, Syamsu, & Gunardi. (2020). Efek Mediasi Literasi Keuangan Terhadap Hubungan Antara Kualitas Pembelajaran Keuangan dengan Keputusan Investasi. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 4(2), 118–130. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i2.228>
- 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>
- The World Bank. (n.d.). *Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance*. The World Bank. Retrieved May 23, 2022, from <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
- Ustundag, A., & Cevikcan, E. (2018). *Industry 4.0 : 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>

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>

- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *LE DING DIGITAL: TURNING TECHNOLOGY INTO BUSINESS TRANSFORMATION*. Harvard Business Review Press.
- 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>
- 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>

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>.

DOI:

<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>