



Mitigasi Risiko Transaksi *Online* Pada Pengguna *E-Commerce*: Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pemanfaatan Teknologi

Soleman Umbu Nengi^{1*}

Priyastwi²

¹STIE Widya Wiwaha Yogyakarta

Email: solemanumbu19@gmail.com

²STIE Widya Wiwaha Yogyakarta

Email: priyastwi@stieww.ac.id

*Correspondent Author Email: solemanumbu19@gmail.com

Diterima : 20 Mei 2024

Direview: 13 Juni 2024

Dipublikasikan : 6 Agustus 2024

Abstrak

Literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi merupakan aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam transaksi online. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi berdampak pada risiko yang dihadapi pengguna *e-commerce* saat melakukan transaksi online. Dalam penelitian ini, metode survei online digunakan, dengan sampel 110 orang yang dipilih secara purposive. Studi ini menggunakan analisis regresi dan analisis regresi moderat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berdampak negatif pada risiko transaksi online, demikian juga pemanfaatan teknologi berpengaruh negatif terhadap risiko transaksi *online*. Ini berarti bahwa semakin tinggi literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi yang dimiliki seseorang terkait dengan risiko transaksi online semakin rendah. Selain itu, pemanfaatan teknologi dapat memoderasi dampak pengetahuan keuangan terhadap risiko transaksi online yang dihadapi oleh pelanggan *e-commerce* yang memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Pemanfaatan Teknologi, Risiko Transaksi *Online*, *E-Commerce*.

Abstract

Financial literacy and technology utilization are important aspects that need to be considered in online transactions. The purpose of this study is to study how financial literacy and technology utilization impact the risks faced by e-commerce users when making online transactions. In this study, an online survey method was used, with a sample of 110 purposively selected people. This study used regression analysis and moderate regression analysis. The results showed that financial literacy has a negative impact on online transaction risk, as well as the use of technology negatively affects online transaction risk. This means that the higher the financial literacy and utilization of technology that a person has related to the risk of online transactions, the lower it is. In addition, the utilization of technology can moderate the impact of financial knowledge on online transaction risks faced by e-commerce customers who have a good understanding of finance.

Keywords: *Financial Literacy, Technological Utilization, Online Transaction Risk, e-commerce.*

PENDAHULUAN

Kehidupan bisnis sangat dipengaruhi oleh revolusi penggunaan internet (Omar et al., 2019). Fenomena pendekatan pemasaran digital dalam pengelolaan usaha dengan menunjukkan perkembangan yang signifikan (Peter & Vecchia, 2021). Penggunaan internet memudahkan pengendalian dalam transaksi antara penjual dan pembeli (Kannan & Li, 2017). Menurut Li et al. (2018), adanya internet dan aplikasi media sosial seperti Facebook dan Instagram membuat lebih mudah bagi pengusaha untuk

memperoleh pelanggan potensial dan mempromosikan produk yang mereka jual. Ini sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern yang memiliki akses teknologi untuk membeli barang dan jasa (Soluk & Kammerlander, 2021). TIK seperti aplikasi seluler dan media sosial menyediakan individu dengan peluang untuk membentuk pengetahuan baru, berpartisipasi dalam percakapan sosial, berkontribusi pada pengembangan konten baru, dan membangun koneksi dan jaringan yang relevan secara sosial (Maidment & MacFarlane, 2009).

Dengan kemajuan teknologi yang semakin cepat, lebih mudah bagi pelanggan untuk melakukan transaksi online. *e-commerce* merupakan alat transaksi dan pertukaran informasi antara pembeli dan penjual di dunia maya (Choirunisa & Mulyanti, 2023). Kehadiran *e-commerce* dapat mempertemukan penjual dan pembeli dari berbagai lokasi baik nasional maupun internasional dengan menggunakan akses internet. Berdasarkan hasil Survei Alvara Beyond Insight (2019) mengungkapkan bahwa setiap tahun potensi transaksi *e-commerce* di Indonesia tumbuh eksponensial. Transaksi *e-commerce* di Indonesia tahun 2013 terhitung sebesar US\$ 8 miliar mengalami peningkatan mencapai US\$ 130 miliar pada tahun 2020. Meningkatnya transaksi *e-commerce* tersebut selaras dengan hadirnya berbagai perusahaan *start up* di Indonesia seperti Shopee, Bukalapak, Lazada, Tokopedia, dan berbagai jenis aplikasi digital lainnya yang mengembangkan aplikasi *e-commerce* untuk mempermudah layanan transaksi atau belanja *online* bagi konsumen.

Meskipun *e-commerce* membuat transaksi lebih mudah bagi penjual dan pelanggan, pengguna harus memperhatikan beberapa risiko yang terkait dengan transaksi *online*. Risiko ini termasuk penipuan dan kebocoran data pribadi yang dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap konsekuensi negatif yang mungkin terjadi selama transaksi *online* juga merupakan faktor penting (Masoud, 2013). Namun, menurut persepsi risiko, konsumen memiliki persepsi negatif terhadap sejumlah aktivitas yang memiliki hasil yang tidak menguntungkan. Dalam belanja *online*, ada enam jenis bahaya yang dirasakan orang: keuangan, kinerja, waktu, pengiriman, privasi, psikologis, dan risiko sosial. Keterlibatan produk dapat memengaruhi keputusan konsumen saat mereka melakukan pembelian atau belanja *online* (Ariff et al., 2013).

Literasi keuangan sangat penting bagi pengguna *e-commerce* karena mereka dapat mengelola perilaku konsumsinya. (Putri dkk., 2016). Selain itu, literasi keuangan juga berpengaruh terhadap generasi milenial menggunakan internet untuk membeli sesuatu (Astuti et al., 2019). Namun, menurut Yudasella & Krisnawati (2019), literasi keuangan secara signifikan berdampak negatif pada perilaku konsumtif. Selain itu, literasi keuangan sangat penting untuk pengambilan keputusan investasi (Mahwan & Herawati, 2021). Namun, ini bertentangan dengan penelitian di atas, yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi (Fadila et al., 2022).

Pemanfaatan teknologi bagi konsumen juga penting untuk meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan dalam melakukan transaksi, seperti keputusan investasi. Pemanfaatan teknologi berpengaruh dalam pengambilan keputusan investasi (Larasati & Yudiantoro, 2022). Namun demikian berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadila et al. (2022) bahwa tidak terdapat dampak signifikan antara *financial technology* terhadap keputusan investasi. Penelitian lain menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi membantu auditor dalam mendeteksi kecurangan. Namun, Paramanida et al. (2023) pemanfaatan teknologi tidak dapat mendeteksi kecurangan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini lebih menekankan pada pemanfaatan teknologi bukan pada pengambilan keputusan investasi, namun pada keputusan transaksi online di *e-commerce*. Pemanfaatan teknologi juga sangat diperlukan untuk menghindari atau mengurangi risiko dalam melakukan transaksi *online* yaitu dengan cara mengenali situs atau *e-commerce* yang digunakan dan dapat memperkuat keamanan akun pengguna. Penelitian ini menekankan pada pemanfaatan teknologi sebagai variabel yang memoderasi literasi keuangan dalam mengurangi risiko transaksi *online*.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penelitian ini menguji bagaimana literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi berdampak pada transaksi *online* yang dilakukan oleh pengguna *e-commerce*. Penelitian lebih menekankan manfaat dari literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi dalam memitigasi risiko transaksi online. Oleh karena itu, tujuan penelitian adalah untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris.: 1) Literasi keuangan dalam mempengaruhi risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce*, 2) Pemanfaatan teknologi dalam mempengaruhi risiko transaksi *online* pada

pengguna *E-commerce*, dan 3) Pemanfaatan teknologi dapat memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce*.

KAJIAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) mengubah keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), intensitas (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*). Model ini menunjukkan bahwa ada banyak faktor yang memengaruhi niat seseorang untuk mengadopsi teknologi baru. Model ini juga menunjukkan bahwa ada banyak faktor yang memengaruhi niat seseorang untuk mengadopsi teknologi baru. Beberapa faktor termasuk kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) (dianggap bermanfaat) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*).

Konsumen harus memahami manfaat teknologi karena penggunaan teknologi semakin meningkat. Literasi sangat penting karena tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membantu masyarakat berpikir kritis, peka terhadap lingkungan, keuangan, budaya, dan teknologi. Literasi berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Literasi keuangan, yang dapat digunakan sebagai pengetahuan dasar keuangan, akan membantu masyarakat mengatur pola hidup yang konsumtif dengan pendapatan yang tidak selaras dan kondisi keuangan yang buruk. Ini dapat dicapai melalui pemanfaatan teknologi yang benar, yang dapat menciptakan stabilitas keuangan yang baik dan membantu masyarakat menghindari berbagai bentuk penipuan dan kejahatan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Risiko Transaksi Online

Literasi keuangan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seberapa akrab seseorang dengan uang. Roestanto (2017) mendefinisikan literasi keuangan sebagai sekumpulan tindakan atau prosedur yang meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan anggota masyarakat sehingga mereka dapat menangani uang mereka dengan lebih efektif. Tujuan literasi keuangan adalah untuk mendidik konsumen tentang hak dan tanggung jawab mereka sebagai pembeli serta keuntungan dan risiko produk keuangan sehingga mereka dapat membuat pilihan keuangan yang lebih baik yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, literasi keuangan adalah kemampuan untuk membaca, mengevaluasi, mengelola, dan menjelaskan keadaan keuangan yang mempengaruhi kesehatan material (Chen, 1998).

Mu'amala & Wahjudi (2021) menyelidiki bagaimana literasi keuangan mempengaruhi pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif *e-commerce* mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan mendorong perilaku konsumtif melalui pengendalian diri. Literasi keuangan juga berpengaruh terhadap generasi milenial menggunakan internet untuk membeli sesuatu (Astuti et al., 2019). Menurut Yudasella & Krisnawati (2019), literasi keuangan secara signifikan berdampak negatif pada perilaku konsumtif.

Selain itu ada beberapa manfaat literasi keuangan, seperti dalam menjalankan usaha dan pengambilan keputusan investasi. Dalam hal pengaruh mereka terhadap individu yang menjadi pengusaha, preferensi risiko dan literasi keuangan terkait satu sama lain, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian Riepe et al. (2022). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan sangat penting untuk pengambilan keputusan investasi (Mahwan & Herawati, 2021). Namun, ini bertentangan dengan penelitian di atas, yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi (Fadila et al., 2022).

Berdasarkan hasil penelitian tentang implikasi dari literasi keuangan, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce*.

Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Terhadap Risiko Transaksi Online

Teknologi informasi adalah teknologi yang digunakan untuk mengolah, memperoleh, menyusun, menyimpan, dan memanipulasi data dengan berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang

berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu yang digunakan untuk kebutuhan individu, perusahaan, dan pemerintah yang digunakan untuk pengambilan keputusan (Fadila et al., 2022). Laudon & Traver (2022) mengatakan bahwa bisnis menggunakan teknologi informasi untuk kegiatan *e-commerce* karena dapat meningkatkan fleksibilitas produksi, meningkatkan pangsa pasar, mempromosikan bisnis secara *online*, meningkatkan kualitas komunikasi dan jejaring sosial *online*, menggunakan data dari wilayah lain, dan membangun hubungan kuat dengan mitra bisnis baru.

Murti et al., (2023) menyelidiki bagaimana pengetahuan teknologi dan keuangan berdampak pada penggunaan uang elektronik siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan dan teknologi diperlukan untuk sikap adopsi sebelum menggunakan uang elektronik. Hal ini dapat dilihat bahwa literasi keuangan dan teknologi memiliki dampak terhadap variabel sikap terhadap adopsi, yang akan berdampak pada variabel adopsi. Selain itu, teknologi keuangan sangat memengaruhi keputusan investasi yang dibuat saat pengambilan keputusan investasi (Susanti et al., 2020). Pemanfaatan teknologi berpengaruh dalam pengambilan keputusan investasi (Larasati & Yudiantoro, 2022). Namun demikian berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadila et al. (2022) bahwa tidak terdapat dampak signifikan antara *financial technology* terhadap keputusan investasi. Penelitian lain menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi membantu auditor dalam mendeteksi kecurangan. Namun, Paramanida et al. (2023) pemanfaatan teknologi tidak dapat mendeteksi kecurangan. Berdasarkan hasil penelitian tentang pemanfaatan teknologi, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Pemanfaatan teknologi berpengaruh negatif terhadap risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce*.

Preferensi risiko dan literasi keuangan memiliki hubungan yang erat satu sama lain dan berdampak individu yang menjadi menjadi pengusaha (Riepe et al., 2022). Individu dengan literasi keuangan yang lebih rendah, maka preferensi risiko menjadi lebih tinggi terkait dengan pengusaha. Namun, pemanfaatan teknologi (kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan) membuat konsumen lebih percaya terhadap belanja *online* (Ling et al., 2011). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi sangat penting untuk memiliki dampak signifikan pada niat konsumen untuk membeli secara *online* (Phuong, 2020).

Pelanggan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi untuk membuat pengalaman berbelanja lebih aman dan meningkatkan kesediaan mereka untuk membeli secara *online* (Ahmed, 2021). Ketika pelanggan terlibat dengan teknologi dan menggunakannya, maka mereka menjadi lebih sadar akan perlunya membeli secara *online*. Apriani dkk. (2023) menunjukkan bahwa kemajuan teknologi terhadap literasi keuangan menunjukkan korelasi positif. Kemajuan teknologi menunjukkan hasil negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi digital *e-wallet*. Namun demikian, seiring kemajuan teknologi, pengetahuan keuangan, dan kesadaran akan kemudahan, lebih banyak orang yang memilih untuk melakukan transaksi digital. Berdasarkan temuan penelitian, hipotesis berikut dapat dibuat:

H₃: Semakin tinggi pemanfaatan teknologi, maka pengaruh literasi keuangan terhadap risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce* semakin rendah.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan transaksi *online* melalui *e-commerce*. Dalam penelitian ini, pengambilan *accidental sampling* karena jumlah populasi pengguna *e-commerce* tidak diketahui. Responden yang dipilih secara *accidental* adalah yang berumur lebih dari 17 tahun, memiliki pendidikan minimal SLTA, dan pernah melakukan transaksi *online* melalui *e-commerce*. Jumlah kuisioner yang dikirim sebanyak 146 link, yang kembali dan lengkap diisi sebanyak 110 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Kuisioner untuk variabel literasi keuangan diadopsi dari penelitian (Azsahrah et al., 2023), Untuk variabel pemanfaatan teknologi diadopsi dari penelitian (Nica, 2021). Sedangkan untuk variabel risiko transaksi *online* diadopsi dari penelitian (Paek

& Hove, 2017). Instrumen penelitian menerjemahkan instrumen yang digunakan pada penelitian sebelumnya dengan beberapa penyesuaian dengan menyingkat dan menyederhanakan bahasa yang digunakan. Penyebaran kuisiner dilakukan melalui pengisian formulir e-mail *online* melalui platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Telegram. Kemudian, responden atau pengguna *e-commerce* yang memenuhi kriteria (memiliki setidaknya satu akun *e-commerce* dan pernah melakukan transaksi *online* atau belanja melalui *e-commerce*). Penggunaan kuisiner bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dapat memberikan gambaran tentang pengalaman seseorang dan juga dapat menghasilkan data dengan tingkat validitas yang tinggi sesuai dengan tujuan penelitian ini.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Literasi Keuangan

Literasi keuangan diukur dengan item-item sebagai berikut: memiliki pemahaman yang baik tentang konsep dasar keuangan pribadi, rajin menggunakan produk keuangan, menggunakan produk keuangan, mengikuti seminar, pelatihan, atau literasi keuangan lainnya, dan pengetahuan tentang transaksi *online* dalam aspek keuangan. Kuisiner diadopsi dari penelitian Azsahrah et al. (2023). Pengukuran variabel pengaruh literasi keuangan menggunakan kuisiner yang terdiri dari 8 pernyataan dengan skala *Likert* dengan skor 1 sampai sangat setuju skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS).

Pemanfaatan teknologi

Pemanfaatan teknologi diadopsi dari penelitian Nica (2021) sebagai berikut: menggunakan perangkat teknologi (komputer, *smartphone*, dll) untuk berbelanja secara *online*, kenyamanan berinteraksi dengan teknologi saat bertransaksi *online*, keahlian dalam menggunakan fitur-fitur keamanan pada aplikasi atau situs website *e-commerce*, percaya diri dalam menghadapi potensi risiko atau ancaman saat bertransaksi *online*, kemampuan mengatasi masalah atau kendala teknis saat bertransaksi dengan pemanfaatan teknologi yang dimiliki. Pengukuran variabel pemanfaatan teknologi menggunakan kuisiner yang terdiri dari 8 pernyataan dengan *Skala Likert* dengan skor 1 sampai sangat setuju skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS).

Risiko Transaksi Online

Risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pernah mengalami penipuan atau kejadian yang merugikan saat bertransaksi *online* di *platform e-commerce*, tidak berfungsinya fitur-fitur keamanan yang ada, dan fitur keamanan seperti kode OTP yang terganggu (Paek & Hove, 2017). Pengukuran variabel risiko transaksi *online* menggunakan kuisiner yang terdiri dari 12 pernyataan dengan *Skala Likert* dengan skor 1 sampai sangat setuju skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS).

Teknik Analisis Data

Pengaruh masing-masing variabel bebas, termasuk literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi, terhadap variabel terikat, yaitu risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce*, diukur melalui analisis regresi berganda. Untuk menguji moderasi pemanfaatan teknologi terhadap pengaruh literasi keuangan terhadap risiko transaksi *online*, analisis digunakan *moderated regression analysis* (MRA)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari kuisiner yang didistribusikan melalui Google Forms, terdapat 110 responden yang pernah melakukan transaksi *online* atau pengguna *e-commerce*. Tabel berikut menunjukkan informasi demografis responden, termasuk jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan bulanan rata-rata, platform *e-commerce* yang digunakan, dan total belanja *online* bulanan rata-rata:

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase	
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	45	41%
		Perempuan	65	59%
		Total	110	100%
2	Usia	18 - 25 tahun	74	67%
		26 - 35 tahun	32	29%
		36 - 45 tahun	4	4%
		Total	110	100%
3	Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	52	47%
		D3/D4	23	21%
		Sarjana (S1)	26	24%
		Magister (S2)	9	8%
		Total	110	100%
4	Status Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	66	60%
		Karyawan Swasta	35	32%
		Lainnya	9	8%
		Total	110	100%
5	Pendapatan/Bulan	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000	38	35%
		>Rp 2.000.000 - Rp 4.000.000	48	44%
		>Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000	15	14%
		Lebih dari Rp 5.000.000	9	8%
		Total	110	100%
6	Rata-rata total belanja Online/Bulan	Rp 100.000 - Rp 500.000	84	76%
		Rp 600.000 - Rp 1.000.000	26	24%
		Total	110	100%
7	Platform <i>e-commerce</i>	Shopee	54	49%
		Lazada	14	13%
		Tokopedia	17	15%
		TikTok Shop	25	23%
		Total	110	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih besar, yaitu 65 atau 59%, dan laki-laki lebih sedikit, yaitu 45 atau 41%. Jumlah responden berdasarkan usia berkisar antara 18 dan 25 tahun, yaitu 74 responden atau 67%, diikuti usia 26 hingga 35 tahun, yaitu 32 responden atau 29%, dan usia 36 hingga 45 tahun, yaitu 4 responden atau 4%. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, responden SMA/SMK 52 atau 47%, Sarjana (S1) 26 atau 24%, D3/D4 23 atau 21%, dan Magister (S2) 9 atau 8%. Pelajar/Mahasiswa yang paling banyak menjawab, dengan 66 atau 60%, karyawan swasta 35 atau 32%, dan status pekerjaan lainnya 9 atau 8%.

Menurut hasil survei, rata-rata total belanja *online* per bulan antara 100.000 dan 500.000 adalah yang paling besar, yaitu dengan jumlah 84 responden atau 76%; pendapatan antara 1.000.000 dan 2.000.000 adalah yang paling besar, dengan jumlah 38 responden atau 35%; pendapatan antara 4.000.000 dan 5.000.000 adalah yang paling besar, dengan jumlah 15 responden atau 14%; dan pendapatan lebih dari 5.000.000 adalah dengan jumlah 9 responden atau 8%. Berdasarkan platform *e-commerce* yang

digunakan, Shopee adalah yang paling banyak digunakan oleh responden, dengan jumlah 54 responden atau 49%. Tokopedia mencatat 17 responden atau 15%, Lazada mencatat 14 responden atau 13%, dan TikTok Shop mencatat 25 responden atau 23%.

Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas menggunakan metode uji product moment correlation, jika tingkat signifikansinya $< 0,05$ atau 5%, maka dikatakan valid. Hasil uji validitas dari penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Literasi Keuangan

Variabel Kompetensi Digital (X1)	Koefisien Korealsi Pearson	Sig	Kesimpulan
X1.1	0,600	0,000	Valid
X1.2	0,671	0,000	Valid
X1.3	0,658	0,000	Valid
X1.4	0,634	0,000	Valid
X1.5	0,707	0,000	Valid
X1.6	0,516	0,000	Valid
X1.7	0,662	0,000	Valid
X1.8	0,633	0,000	Valid

Sumber: Data Primer, 2024

Dari hasil pengujian di atas, diperoleh hasil keseluruhan dari instrumen pernyataan pada kuisioner adalah signifikansi $0,000 < \text{signifikansi } 0,05$ sehingga seluruh pernyataan dari variabel literasi keuangan (X) memiliki hasil yang valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kemampuan Teknologi

Variabel Kemampuan Teknologi (X2)	Koefisien Korealsi Pearson	Sig	Kesimpulan
X2.1	0,686	0,000	Valid
X2.2	0,693	0,000	Valid
X2.3	0,689	0,000	Valid
X2.4	0,643	0,000	Valid
X2.5	0,764	0,000	Valid
X2.6	0,755	0,000	Valid
X2.7	0,744	0,000	Valid
X2.8	0,710	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa seluruh pernyataan pada kuisioner memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < \text{sig } 0,05$ yang artinya bahwa seluruh pernyataan dari variabel produktivitas kerja (Y) memiliki hasil yang valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Produktivitas Kerja

Variabel Risiko Transaksi Online (Y)	Koefisien Korealsi Pearson	Sig	Kesimpulan
Y2	0,697	0,000	Valid
Y3	0,719	0,000	Valid
Y5	0,781	0,000	Valid
Y6	0,669	0,000	Valid
Y7	0,120	0,000	Valid

Y8	0,625	0,000	Valid
Y10	0,654	0,000	Valid
Y12	0,720	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa survey pengambilan data memperoleh hasil seluruh nilai sig pada tiap instrumen pernyataan adalah sebesar $0,000 < \text{sig } 0,05$ maka seluruh pernyataan pada variabel efektivitas kerja (Y) tersebut dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsisten atau tidaknya suatu jawaban dari responden, dengan menggunakan metode uji Cronboach's Alpha. Hasil uji reliabilitas ditemukan bahwa variabel X1 memiliki nilai Alpha Chronbach 0,625, variabel X2 memiliki nilai Alpha Chronbach 0,627, dan variabel Y memiliki nilai Alpha Chronbach 0,669. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai Alpha Chronbach lebih dari 0,60, sehingga semua variabel dianggap reliabel. Hasil uji reliabilitas variabel dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Literasi Keuangan	0,625	Reliabel
Pemanfaatn Teknologi	0627	Reliabel
Risiko Transaksi <i>Online</i>	0,669	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil uji asumsi klasik, yang menemukan nilai signifikansi 0,200, menunjukkan bahwa data residual penelitian berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai toleransi 0,961 dan nilai VIF 1,040, dan variabel pemanfaatan teknologi memiliki nilai toleransi 0,961 dan nilai VIF 1,040, dan variabel independen X1 dan X2 menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas. Tabel 5 menunjukkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficient Beta	t	Sig
Konstanta	15,463	2,408		6,422	,000
Literasi Keuangan	-,176	,100	-,169	-1,762	,081
Pemanfaatan teknologi	-,167	,091	-,175	-1,835	,049

Sumber: Data Diolah, 2024

Nilai konstanta (α) adalah 15,463, nilai variabel literasi keuangan (b_1) adalah -0,176, dan nilai variabel pemanfaatan teknologi (b_2) adalah -0,167, menurut hasil uji regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel 2. Hasil uji parameter individual menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X1) berdampak negatif terhadap risiko transaksi online pada pengguna *e-commerce* (Y). Nilai signifikansi variabel literasi keuangan terhadap risiko transaksi online pada pengguna *e-commerce* adalah 0,081, dan nilai t hitung adalah -1,762. Berdasarkan hasil analisis data uji parameter individual (Uji t), menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H_1) didukung pada level alfa (α) 0,1,

Hasil uji hipotesis 2, variabel pemanfaatan teknologi (X_2) secara individual berpengaruh negatif terhadap risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce*, dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel pemanfaatan teknologi terhadap risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce* adalah 0,049 dan nilai t hitung -1,835. Oleh karena itu, hipotesis 2 didukung.

Tabel 7. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficient Beta	t	Sig
Konstanta	12,085	1,174		10,298	,000
Literasi Keu*Pemanfaatan teknologi	-,009	.003	-,272	-2,932	,004

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap variabel risiko transaksi *online* (Y) pada pengguna *e-commerce*. Dibuktikan dari hasil uji MRA yang menunjukkan bahwa sebelum adanya variabel pemanfaatan teknologi nilai RSquare sebesar 0,041 atau 4,1%. Setelah adanya penambahan variabel moderasi, nilai RSquare meningkat menjadi 0,091 atau 9,1%, dan nilai signifikansi P value 0,004. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kemampuan teknologi akan menurunkan risiko transaksi *online* pada pengguna yang mempunyai literasi keuangan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 didukung. Koefisien determinasi pada model ini adalah 0,376 yang artinya bahwa kekuatan pengaruh literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi adalah sebesar 37,6%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

PEMBAHASAN

Kemajuan teknologi keuangan dalam masyarakat mengharuskan masyarakat untuk mengambil tanggung jawab dengan cara yang lebih akurat saat pengambilan keputusan. Literasi keuangan merupakan komponen penting untuk mengurangi risiko kesalahan pada saat mengambil keputusan. Mengingat pentingnya literasi keuangan, maka penelitian ini menguji pengaruh literasi keuangan dalam memitigasi risiko transaksi *online* (Phuong, 2020). Berdasarkan hasil analisis data uji parameter individual menunjukkan bahwa hipotesis pertama didukung. Variabel literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap risiko transaksi *online* Pada Pengguna *E-Commerce* (Y). Hal ini menunjukkan semakin tinggi literasi keuangan konsumen, maka kemungkinan kecil akan memperoleh masalah pada saat melakukan transaksi *online* pada *e-commerce*, seperti perilaku konsumtif dan bagaimana mengendalikannya (Mu'amala & Wahjudi, 2021; Yudasella & Krisnawati, 2019). Huston (2010) berpendapat bahwa literasi keuangan memiliki dua dimensi: yaitu pemahaman, yang mewakili pengetahuan keuangan pribadipendidikan keuangan, dan penggunaan, yang mengacu pada pengelolaan keuangan pribadi. Dalam konteks ini, individu dapat memiliki pengetahuan keuangan harus memiliki kemampuan dan kepercayaan diri untuk menerapkannya ketika membuat keputusan. Oleh karena itu, literasi keuangan lebih dalam dari konsep dasar pendidikan keuangan (Nguyen & Rozsa, 2019). Pengetahuan keuangan tidak hanya tentang membangun tabungan masa depan atau memeriksa rekening bank; Ini lebih lanjut mencakup proses belajar tentang memilih tujuan keuangan yang tepat dari antara beberapa alternatif termasuk pertimbangan risiko dalam pengambilan keputusan (Holden et al., 2009). Tingkat literasi keuangan dapat mempengaruhi peluang individu melakukan pembelian online. Hasil analisis mengungkapkan bahwa individu yang tidak mempunyai pengetahuan keuangan lebih rentan saat membeli melalui saluran online. Hasil ini konsisten dengan Silva et al.(2019) yang menegaskan gagasan bahwa orang-orang yang memiliki kemampuan finansial memiliki akses layanan keuangan, dan dengan menggunakannya, mereka adalah lebih mungkin untuk melakukan pembayaran online.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian Fadila et al. (2022) yang menyatakan bahwa teknologi informasi dapat menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu yang digunakan untuk kebutuhan individu, perusahaan, dan pemerintah yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Oleh karena itu, kemampuan penggunaan teknologi informasi merupakan elemen penting untuk mengurangi risiko transaksi *online*. Penelitian ini juga mendukung penelitian Laudon & Traver (2022) mengatakan bahwa bisnis menggunakan teknologi informasi untuk kegiatan *e-commerce* karena dapat meningkatkan fleksibilitas produksi, meningkatkan pangsa pasar, mempromosikan bisnis secara *online*, meningkatkan kualitas komunikasi dan jejaring sosial *online*, menggunakan data dari wilayah lain, dan membangun hubungan kuat dengan mitra bisnis baru. Penelitian ini mendukung penelitian Silva et al., (2019) menemukan bahwa penggunaan teknologi

secara positif mempengaruhi pembelian online. Keduanya, menggunakan smartphone dan bersosialisasi Akun media meningkatkan peluang individu untuk terlibat dalam pembelian online. Penelitian ini menekankan dampak positif penggunaan kemampuan teknologi pada pembelian online dalam hal mengurangi risiko transaksi. Hasil penelitian ini konsisten dengan Blažič (2019), yang menunjukkan penggunaan smartphone untuk belanja online. Seperti yang diharapkan, pembelian online adalah dipengaruhi secara positif kemampuan teknologi yang dimiliki individu lebih tinggi dalam memitigasi risiko yang dihadapi saat pembelian online.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dan diskusi penelitian tentang pengaruh pemanfaatan teknologi dan literasi keuangan terhadap risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan yang baik berdampak negatif terhadap risiko transaksi *online* yang diambil oleh pengguna *e-commerce*. Semakin banyak pengetahuan keuangan yang dimiliki pengguna *e-commerce*, semakin rendah risiko transaksi *online* mereka. Pemanfaatan teknologi berkontribusi negatif terhadap risiko transaksi *online* bagi pengguna *e-commerce*. Semakin kuat pemanfaatan teknologi, semakin rendah risiko transaksi *online* bagi pengguna *e-commerce*. Pemanfaatan teknologi dapat memperkuat atau memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce*. Kesimpulannya, semakin tinggi pemanfaatan teknologi, semakin besar pengaruh literasi keuangan terhadap risiko transaksi *online* pada pengguna *e-commerce*. Dengan kata lain, semakin tinggi pemanfaatan teknologi, semakin kecil risiko transaksi *online* pada pengguna yang memiliki literasi keuangan tinggi.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, maka bagian ini menyampaikan beberapa rekomendasi berikut yang bermanfaat sebagai berikut:

1. Rekomendasi teoritis: Penelitian ini memberikan kontribusi penting literatur dengan memperluas pemanfaatan teknologi dengan berfokus pada teknologi yang spesifik, seperti pemanfaatan media sosial dan *smartphone*. Selain itu, dalam penelitian risiko transaksi online juga dapat mengeksplorasi pengalaman dan demografi pengguna transaksi online pada *e-commerce*.
2. Rekomendasi praktis: Argumen manfaat dari literasi keuangan dapat berguna dalam belanja *online* dengan memanfaatkan fasilitas perbankan digital dan keuangan digital lain. Selain itu, karena pentingnya pemanfaatan teknologi, maka pengguna dapat mengembangkan keahlian yang baik dalam menggunakan fitur-fitur aplikasi atau situs website *e-commerce* dan mampu mengatasi masalah ketika mengalami kendala teknis saat melakukan transaksi.

REFERENSI

- Ahmed, S. (2021). Understanding the Impact of Trust, Perceived Risk, and Perceived Technology on the Online Shopping Intentions: Case Study in Kurdistan Region of Iraq. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.264>
- Apriani, S., Triana, N. N., & Nadeak, T. (2023). Pengaruh Kemajuan Teknologi, Literasi Keuangan, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Transaksi Digital (E-Wallet) Pada Konsumen Toko Pd Sahabat Pameungpeuk Garut. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 7668–7677. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.3072>
- Ariff, M. S. M., Yan, N. S., Zakuan, N., Bahari, A. Z., & Jusoh, A. (2013). Web-based factors affecting online purchasing behaviour. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 46(1), 12038. <http://dx.doi.org/10.1088/1757-899X/46/1/012038>
- Astuti, R., Tanjung, H., & Putri, L. P. (2019). The Effect of Financial Literation on Online Shopping Interest in Millennials. *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, 2(3), 41-45. <https://doi.org/10.32535/ijafap.v2i3.588>
- Azsahrah, S., Jasman, J., Asriany, & Ardhana, M. A. (2023). The Effect of Financial Literacy and Online Shopping on Student Consumptive Behavior. *Jurnal Economic Resource*, 6(1), 76-82. <https://doi.org/10.57178/jer.v6i1.561>

- Blažič, B. J. (2019). Overcoming the digital divide with a modern approach to learning digital skills for the elderly adults. *Education and Information Technologies*, 25(1), 259-279. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=EJ1239459>
- Chen, H. (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)
- Choirunisa, R., & Mulyanti, D. (2023). Literature Review: Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Di Era New Normal. *Jurnal EBI*, 5(1), 9–15. <https://doi.org/10.52061/ebi.v5i1.102>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Masoud, E. Y. (2013). The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan Cite this paper The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management Wwww.Iiste.Org ISSN*, 5(6), 76-87. Retrieved from <https://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/4689>
- Fadila, N., Goso, G., Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Persepsi Risiko, dan Locus of Control Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda. *Owner*, 6(2), 1633-1643. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.789>
- Holden, K., Kalish, C., Scheinholtz, L., Dietrich, D., & Novak, B. (2009). Financial Literacy Programs Targeted on Pre-School Children: Development and Evaluation. In *Credit Union National Association*. Retrieved from <http://digital.library.wisc.edu/1793/36314>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296-316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22-45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Larasati, R. K., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemajuan Teknologi Informasi, Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Pasar Modal. *Jurnal Investasi*, 8(2), 55-64. <https://doi.org/10.31943/investasi.v8i2.206>
- Laudon, K. C., & Traver, G. C. (2022). E-commerce 2012: business, technology, society. In *Pearson Custom Business Resources*.
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. Y. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28(6), 1129-1157. <https://doi.org/10.1111/isj.12153>
- Ling, K. C., Daud, D. B., Piew, T. H., Keoy, K. H., & Hassan, P. (2011). Perceived Risk, Perceived Technology, Online Trust for the Online Purchase Intention in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 167-182. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n6p167>
- Mahwan, F., & Herawati, N. T. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Locus of Control Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda di Singaraja. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 12(3), 768–780. <https://doi.org/10.23887/jimat.v12i3.34599>
- Maidment, J., & MacFarlane, S. (2009). Craft groups: Sites of friendship, empowerment, belonging and learning for older women. *Groupwork*, 19(1), 10-25. <https://doi.org/10.1921/095182409X471802>
- Mu'amala, R., & Wahjudi, E. (2021). Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 883-896. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i10.p06>
- Murti, H. T., Lakoni, I., & Safrianti, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Teknologi Terhadap Adopsi Uang Elektronik Pada Mahasiswa di Kota Bengkulu Melalui Mediasi Attitude Toward Adoption. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 89–99. <http://dx.doi.org/10.31000/jmb.v12i2.8343>
- Nguyen, T. A. N., & Rozsa, Z. (2019). Financial literacy and financial advice seeking for retirement investment choice. *Journal of Competitiveness*, 11(1), 70-83. <https://doi.org/10.7441/joc.2019.01.05>

- Nica, E. (2021). Customer experiences of technology-enabled business applications in smartphone-based mobile shopping: Browsing satisfaction, purchasing intention, and buying behavior. *SHS Web of Conferences*, 92. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219204017>
- Omar, F. I., Rahim, S. A., & Dimiyati, H. A. (2019). Analysis of digital inclusion pattern and entrepreneurship transformation. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(2), 313-330. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3502-19>
- Paek, H., & Hove, T. (2017). Risk perceptions and risk characteristics risk and risk perception: Definitions and dimensions. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, March.
- Paramanida, Y., Nurwulan, L. L., & Landarica, B. (2023). *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kompetensi Dan Due Professional Care Auditor Terhadap Kemampuan Auditor Dalam Mendeteksi Fraud (Survei Penelitian Pada Auditor Yang Bekerja Di BPK Perwakilan Jawa Barat)*. Skripsi Sarjana Universitas Pasundan Bandung. Retrieved from <http://repository.unpas.ac.id/65321/>
- Peter, M. K., & Vecchia, M. D. (2021). The Digital Marketing Toolkit: A Literature Review for the Identification of Digital Marketing Channels and Platforms. In *Studies in Systems, Decision and Control*, 294, 251-265. https://doi.org/10.1007/978-3-030-48332-6_17
- Phuong, V. L. H. (2020). Factors Affecting Online Purchase Intention: the Case of E-Commerce on Lazada. *Independent Journal of Management & Production*, 11(3), 1018-1033. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i3.1088>
- Putri, S. F., Widodo, J., & Martono, S. (2016). Pengaruh literasi keuangan melalui rasionalitas terhadap perilaku konsumtif (studi kasus siswa kelas XI ilmu sosial SMA Negeri se-Kota Semarang). *Journal of Economic Education*, 5(2), 179-192. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/jeec/article/view/13047>
- Riepe, J., Rudeloff, M., & Veer, T. (2022). Financial literacy and entrepreneurial risk aversion. *Journal of Small Business Management*, 60(2), 289-308. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1709380>
- Roestanto, A. (2017). *Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Istana Media
- Silva, J., Pinho, J. C., Soares, A., & Sá, E. (2019). Antecedents of online purchase intention and behaviour: Uncovering unobserved heterogeneity. *Journal of Business Economics and Management*, 20(1), 131-148. <https://doi.org/10.3846/jbem.2019.7060>
- Soluk, J., & Kammerlander, N. (2021). Digital transformation in family-owned Mittelstand firms: A dynamic capabilities perspective. *European Journal of Information Systems*, 30(6), 676-711. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2020.1857666>
- Susanti, Hardini, H. T., & Bahtiar, M. D. (2020). *The Effect of Financial Literacy, Financial Technology, and Digital Promotion on Online Purchasing Decisions in the Covid-19 Pandemic Era*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201201.234>
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa sekolah menengah atas di kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674-687. <http://dx.doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>