

## BAB V

### RANCANGAN PUBLIKASI DAN HASIL

#### 5.1 Abstraksi

Penelitian karya (Wardani *et al.*, 2022) mengatakan bahwasanya fenomena *the power of marketplace* hadir menjadi momok bagi generasi z dalam proses pengendalian keuangan dan cenderung *impulsif* bersamaan dengan survei dari OJK pada tahun 2016, tingkat literasi keuangan di Indonesia sebesar 29,7%. Dengan adanya fenomena, hasil survei dan hasil penelitian terdahulu tersebutlah peneliti ingin mengetahui pengaruh tingkat kematangan literasi keuangan pada fenomena *the power of marketplace* dengan menambah faktor pengaruh tingkat pendidikan dan pendapatan. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian pemetaan tingkat literasi keuangan serta acuan untuk meningkatkan kualitas *financial planned* generasi z melalui program literasi keuangan yang sedang digaungkan oleh pemerintah saat ini. Generasi Z di Kota Surabaya sebanyak 0,03 % dari total generasi z yang ada di Indonesia. Peneliti menjadikan generasi z sebagai subjek penelitian ini karena bagian yang terdampak dari topik yang diangkat oleh peneliti adalah generasi z yang ada di Indonesia. Jenis penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif. Dalam menentukan jumlah minimal sampel, peneliti menggunakan rumus slovin. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat kematangan literasi keuangan dan tingkat pendidikan berpengaruh signifikan pada fenomena *the power of marketplace*, tingkat pendapatan tidak berpengaruh pada fenomena *the power of marketplace*, serta menunjukkan tingkat kematangan literasi keuangan dan tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap fenomena *the power of marketplace* sebesar 35,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel independen lainnya.

#### 5.2 Tinjauan Teori

##### 5.2.1 Tinjauan Teori

###### 5.2.1.1 *The Theory of Planned Behaviour*

Penjelasan mengenai teori ini berfokus terhadap persepektif yang mengacu kepada kepercayaan dimana hal tersebut dapat menjadi factor pendorong bagi individu untuk dapat melakukan tindakan yang spesifik. (Seni dan Ratnadi, 2017). Maka dari itu teori sesuai dengan penelitian ini meneliti faktor karakteristik dan kualitas tingkat kematangan literasi keuangan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap *fenomena the power of marketplace*. Ketiga faktor itu diteliti, apa akan mempengaruhi kehendak seseorang dalam berbelanja menggunakan *markeplace* yang dapat mempengaruhi perspektif kepercayaan orang kemudian berdampak perubahan pada perilaku mereka yaitu dengan bertindak impulsif.

### 5.2.1.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep risiko, keterampilan, dan motivasi serta pemahaman agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan, baik individu maupun sosial, dan dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat (Farinia Fianto *et al.*, 2017).

### 5.2.1.3 Pendidikan

Pendidikan merupakan proses pembentukan karakter seseorang atau sekelompok orang melalui pengajaran, pelatihan, mendidik perilaku dengan tujuan agar manusia tersebut memiliki pengetahuan, ketrampilan serta kepribadian yang baik didalam lingkungan masyarakat (Farinia Fianto *et al.*, 2017).

### 5.2.1.4 Pendapatan

Menurut (Agustriyani, 2022) pendapatan merupakan hasil dari sebuah usaha atau ketersediaan barang dan jasa yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan dalam kehidupan. Pendapatan dapat dibagi menjadi 3 jenis yaitu: pendapatan berupa uang, pendapatan berupa barang, pendapatan yang bukan merupakan pendapatan adalah segala penerimaan yang bersifat transfer redistributif serta pada umumnya berdampak pada keuangan rumah tangga.

### 5.2.1.5 Marketplace

*Marketplace* (pasar daring) merupakan tempat transaksi yang menyediakan metode elektrik serta menjadi sarana dalam bertransaksi komersil, seperti jual beli barang, jasa, ataupun informasi secara *online* (Wardani *et al.*, 2022).

#### 5.2.1.5.1 *The Power of Marketplace*

*The power of marketplace* adalah serangkaian kelebihan dari *Marketplace* yang meliputi gratis ongkir, *flash sale*, *display* produk yang menarik, diskon, serta kemudahan transaksinya yang bisa dilakukan hanya melalui *gadget* saja sehingga pengguna bisa belanja dengan mudah dan dimana saja tanpa harus pergi ke tokonya (Wardani *et al.*, 2022).

## 5.2.2 Pengembangan Hipotesis

### 5.2.2.1 Pengaruh Tingkat Kematangan Literasi Keuangan terhadap *The Power of Marketplace*

Berdasarkan penelitian (Wardani *et al.*, 2022) tingkat kematangan literasi keuangan berpengaruh terhadap fenomena *the power of marketplace*. Namun, temuan tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang

dilakukan oleh (Ningtyas, 2019) yang mana literasi keuangan dasar dan literasi keuangan syariah generasi milenial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.

Kedua temuan ini ini menghasilkan hasil yang berbeda karena sampel penelitian mereka juga berbeda, namun yang lebih linear dengan penelitian ini adalah penelitian dari (Wardani *et al.*, 2022) dikarenakan sama-sama menggunakan Generasi Z Kota Surabaya yang menjadi sampel penelitiannya. Berdasarkan temuan terdahulu disimpulkan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: Tingkat kematangan literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap *the power of marketplace*.

#### **5.2.2.2 Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap *The Power of Marketplace***

Berdasarkan hasil analisis deskriptif penelitian dari (Faiza Firdaus *et al.*, 2023) menyatakan tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap kasus pembelian kompulsif pada pengguna *Marketplace*. Penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian milik (Ginting, 2022) yang berisikan tingkat pendidikan berpengaruh pada perilaku konsumsi rumah tangga. Maka dapat dilakukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H2: Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap *the power of marketplace*.

#### **5.2.2.3 Pengaruh Pendapatan terhadap *The Power of Marketplace***

Berdasarkan hasil analisis deskriptif penelitian milik (Faiza Firdaus *et al.*, 2023) mengatakan bahwasanya tingkat pendapatan mempengaruhi kasus pembelian kompulsif pada pengguna *marketplace*. Penelitian serupa milik (Hanum, 2017) juga berpendapat bahwasanya tingkat pendapatan berpengaruh pada perilaku konsumsi mahasiswa. Maka dapat dilakukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H3: Pendapatan memiliki pengaruh terhadap *the power of marketplace*.

#### **5.2.2.4 Pengaruh Tingkat Kematangan, Literasi Keuangan Tingkat Pendidikan, Pendapatan Secara Simultan terhadap *The Power of Marketplace***

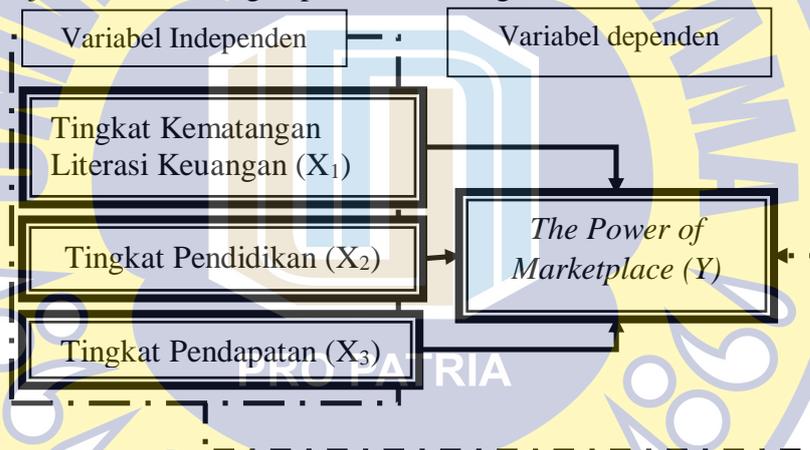
Berdasarkan penelitian (Wardani *et al.*, 2022) tingkat kematangan literasi keuangan berpengaruh terhadap fenomena *the power of marketplace*. Pada penelitian ini dijelaskan juga bahwa fenomena *the power of marketplace* ini juga berpengaruh pada pengendalian

keuangan Generasi Z Kota Surabaya. Berdasarkan hasil analisis deskriptif penelitian milik (Faiza Firdaus *et al.*, 2023) berasumsi bahwasanya tingkat pendidikan dan pendapatan berpengaruh pada kasus pembelian kompulsif pada pengguna *Marketplace*. Dukungan penelitian lainnya juga berasal dari penelitian milik (Ginting, 2022) yang sependapat bahwasanya tingkat pendidikan berpengaruh pada perilaku konsumsi rumah tangga dan penelitian milik (Hanum, 2017) menyatakan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh pada perilaku konsumsi mahasiswa. Berdasarkan literature review tersebut maka ditemukan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H4: Tingkat literasi keuangan, tingkat pendidikan dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap *the power of marketplace*.

### 5.2.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat divisualisasikan menjadi model kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 5.2.3 Kerangka Pemikiran

**Keterangan:**

- : Pengaruh X terhadap Y secara Parsial
- - - - - → : Pengaruh X terhadap Y secara Simultan

#### 5.2.3.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel *dependen* yang ada didalam penelitian ini adalah *the power of marketplace* yang memiliki beberapa indikator yaitu meliputi diskon, penataan produk, kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen, persepsi risiko, dan gratis ongkos kirim, *flash sale*, *paylater*. (Wardani *et al.*, 2022).

#### 5.2.3.2 Variabel Independen (X)

Variabel Independen yang ada didalam penelitian ini terdapat 3 yaitu tingkat kematangan literasi keuangan, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan.

#### **5.2.3.2.1 Tingkat Kematangan Literasi Keuangan**

Tingkat kematangan literasi keuangan dapat diukur dengan indikator Indikator untuk mengukur tingkat kematangan literasi keuangan adalah pengetahuan, ketrampilan mengelola keuangan, dan keyakinan dalam pengambilan keputusan dalam mengelola keuangan (OJK, 2022).

#### **5.2.3.2.2 Tingkat Pendidikan**

Tingkat pendidikan dapat diukur dengan 3 indikator yang berisikan pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi (Alfiyana, 2020).

#### **5.2.3.2.3 Tingkat Pendapatan**

Tingkat pendapatan dapat diukur dengan 4 indikator yaitu pendapatan perbulan, sumber pendapatan, meningkatkan taraf hidup, beban keluarga yang di tanggung (Alfany, 2020).

### **5.3 Metode Penelitian**

#### **5.3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan empiris. Penelitian kuantitatif ialah jenis penelitian yang menentukan hal yang diteliti, merangkai pertanyaan, menentukan batas pertanyaan, mengumpulkan data secara ternilai dari responden, analisis angka, menyelidiki dengan cara obyektif (Wardani *et al.*, 2022). Sumber data penelitian ini adalah data primer yang didapatkan secara langsung dari generasi z Kota Surabaya yang menggunakan *marketplace* selama tiga bulan yang menjadi sampel penelitian ini.

#### **5.3.2 Populasi dan Sampel**

##### **5.3.1.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z Kota Surabaya. Menurut data dari sensus penduduk Kota Surabaya yang dikutip dari berita resmi Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 no. 02/01/3578/Th.IV, 21 Januari, jumlah Generasi Z Kota Surabaya mencapai 25,79% dari 2.874.314 jiwa di Indonesia, artinya Generasi Z Kota Surabaya sekitar 741.286 jiwa (Statistik, 2021).

##### **5.3.1.2 Sampel**

Kriteria sampel penelitian ini adalah Generasi Z yang telah menggunakan *Marketplace* aktif dalam kurun waktu paling singkat selama tiga bulan. Ukuran sampel akan ditentukan dengan rumus slovin. Hasil perhitungan dengan rumus slovin didapatkan sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini minimal sebanyak 100 jiwa.

### 5.3.3 Obyek Penelitian

Obyek penelitian adalah variabel yang menjadi bahan untuk diteliti (Bruno, Latour, 2019). Obyek penelitian dalam penelitian ini berisikan: fenomena *the power of marketplace*, tingkat kematangan literasi keuangan, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan.

### 5.3.4 Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data

#### 5.3.4.1 Jenis Data

Jenis data penelitian ini terdiri dari 2 yaitu data angket (kuesioner) dan data Dokumentasi

#### 5.3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner online yang akan diisi oleh responden yang memenuhi kriteria.

#### 5.3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner online yang dibuat menggunakan *google form*.

### 5.3.5 Pengukuran Variabel

Variabel yang ada dalam penelitian ini diukur menggunakan metode skala Likert.

Table 5.3.5 Skala Likert

Pernyataan	Penilaian
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Data diolah Penulis

### 5.3.6 Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda sebagai metode analisis data penelitiannya.

### 5.3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode uji statistik dan uji asumsi klasik. Uji statistik terdiri dari uji t, uji f, dan uji  $R^2$  (Tarmidi, 2021). Uji asumsi klasik penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

## 5.4 Pembahasan dan Temuan

### 5.4.1 Gambaran Umum

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data yang dihasilkan berbentuk angka. Peneliti menggunakan *software* SPSS untuk melakukan analisis data dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat kematangan literasi keuangan, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan terhadap fenomena *the power of marketplace*. Responden penelitian ini adalah Generasi Z Kota Surabaya yang menggunakan *Marketplace* minimal selama tiga bulan. Penyebaran link kuesioner dilakukan melalui media sosial yang peneliti miliki dan berhasil diisi oleh 100 responden.

### 5.4.2 Deskripsi Statistik Variabel

#### 5.4.2.1 Deskripsi Responden

Table 5.4.2.1 Deskripsi Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	37	37%
Perempuan	63	63%
<b>Usia</b>		
11-16 Tahun	23	23%
17-22 Tahun	47	47%
23-27 Tahun	30	30%
<b>Pekerjaan</b>		
Belum / Tidak bekerja	5	5%
Pelajar / Mahasiswa	49	49%
Karyawan	20	20%
Wiraswasta	10	10%
Wirausaha	16	16%

Sumber: Data diolah Penulis

### 5.4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden

Table 5.4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden

Variabel	Rata-Rata
<b>Tingkat Kematangan Literasi Keuangan</b>	
Memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pengelolaan keuangan	3,82
Memiliki ketrampilan yang baik dalam mengelola uang	4,15
Selalu yakin dalam mengambil keputusan dalam mengelola keuangan	3,69
<b>Tingkat Pendidikan</b>	
Tingkat Pendidikan Terakhir (Belum tamat SD, SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi)	4,25
<b>Tingkat Pendapatan</b>	
Pendapatan yang terima/bulan sudah memenuhi kebutuhan sehari-hari	3,28
Pendapatan yang peroleh hanya dari satu sumber saja	3,7
Pendapatan yang peroleh saat ini membuat taraf hidup lebih baik	3,62
Pendapatan yang terima dapat mengurangi beban ekonomi keluarga	3,92
<b>The Power of Marketplace</b>	
Diskon membuat <i>Marketplace</i> menarik untuk digunakan	2,27
Penataan produk atau foto produk membuat <i>Marketplace</i> menarik untuk digunakan	3,01
Kemudahan penggunaan <i>Marketplace</i> membuat tertarik menggunakan <i>Marketplace</i>	2,89
Kepercayaan bahwa belanja di <i>Marketplace</i> aman dan dapat dipercaya	2,76
Presepsi risiko penggunaan <i>Marketplace</i> cenderung rendah	2,39
Program Gratis ongkos kirim membuat <i>Marketplace</i> menarik untuk digunakan	2,92
Program flash sale <i>Marketplace</i> menarik untuk digunakan	3,99
Metode pembayaran menggunakan paylater membuat <i>Marketplace</i> menarik untuk digunakan	3,69

Sumber: Data diolah Penulis

### 5.4.3 Analisa Data

#### 5.4.3.1 Pengujian Validitas

Table 5.4.3.1 Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Tingkat Kematangan Literasi Keuangan	KLT1	0,227	0,195	Valid
	KLT2	0,3	0,195	Valid
	KLT3	0,292	0,195	Valid
Tingkat Pendidikan	PK1	0,564	0,195	Valid
Tingkat Pendapatan	PD1	0,269	0,195	Valid
	PD2	0,298	0,195	Valid
	PD3	0,265	0,195	Valid
	PD4	0,241	0,195	Valid
<i>The Power of Marketplace</i>	PM1	0,418	0,195	Valid
	PM2	0,429	0,195	Valid
	PM3	0,476	0,195	Valid
	PM4	0,556	0,195	Valid
	PM5	0,414	0,195	Valid
	PM6	0,531	0,195	Valid
	PM7	0,203	0,195	Valid
	PM8	0,246	0,195	Valid

Sumber: Data diolah Penulis

#### 5.4.3.2 Pengujian Reliabilitas

Table 5.4.3.2 Pengujian Reliabilitas

Variabel	Indikator	Cronbah's Alpha	Role of Thumb	Keterangan
Tingkat Kematangan Literasi Keuangan	KLT1	0,655	0,6	Reliabel
	KLT2	0,652	0,6	Reliabel
	KLT3	0,653	0,6	Reliabel
Tingkat Pendidikan	PK1	0,646	0,6	Reliabel
Tingkat Pendapatan	PD1	0,653	0,6	Reliabel
	PD2	0,65	0,6	Reliabel
	PD3	0,654	0,6	Reliabel
	PD4	0,656	0,6	Reliabel
<i>The Power of Marketplace</i>	PM1	0,637	0,6	Reliabel
	PM2	0,642	0,6	Reliabel
	PM3	0,635	0,6	Reliabel
	PM4	0,638	0,6	Reliabel
	PM5	0,642	0,6	Reliabel
	PM6	0,632	0,6	Reliabel
	PM7	0,656	0,6	Reliabel
	PM8	0,65	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah Penulis

#### 5.4.4 Uji Asumsi Klasik

##### 5.4.4.1 Uji Normalitas

**Table 5.4.4.1 Uji Normalitas**

<i>KolmogoroveSmirnov</i>	<i>Asymp.Sig</i>	Kriteria	Keterangan
0,95	0,25	> 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan Tabel 4.2.4.1 menunjukkan data memiliki distribusi normal.

##### 5.4.4.2 Uji Multikolinearitas

**Table 5.4.5.2 Uji Multikolinearitas**

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
Tingkat Kematangan Literasi Keuangan	0,783	1,278	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Tingkat Pendidikan	0,968	1,033	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Tingkat Pendapatan	0,789	1,268	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan Hasil Tabel 4.2.4.2 menunjukkan data tidak mengalami multikolinieritas.

##### 5.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

**Table 5.4.5.3 Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	T		Keterangan
	Hitung	<i>Sig.</i>	
Tingkat Kematangan Literasi Keuangan	1,018	0,311	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Tingkat Pendidikan	0,241	0,81	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Tingkat Pendapatan	-1	0,921	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan Tabel 4.2.4.3 menunjukkan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 5.4.5 Hasil Estimasi dan Pembuktian Hipotesis

##### 5.4.5.1 Analisis Regresi Berganda

**Table 5.4.5.1 Analisis Regresi Berganda**

Variabel	Koefisien $\beta$	Standar Error
<i>The Power of Marketplace</i>	20,475	4,015
Tingkat Kematangan Literasi Keuangan	0,318	0,313
Tingkat Pendidikan	0,029	0,12
Tingkat Pendapatan	-0,027	0,268

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan tabel 4.3.1 dapat diinterpretasikan sebagai berikut: fenomena *the power of marketplace* sebagai variabel dependen memiliki pengaruh positif dengan variabel independen. Tingkat kematangan literasi keuangan dan tingkat pendidikan berpengaruh positif terhadap fenomena *the power of marketplace* dengan lebih bijak. Berbeda dengan tingkat pendapatan yang memiliki nilai negatif terhadap fenomena *the power of marketplace*.

## 5.4.6 Pengujian Hipotesis

### 5.4.6.1 Pengujian Signifikan (Uji t)

Table 5.4.6.1 Pengujian Signifikan (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	20.475	4.015		5.100	.000
Tingkat Kematangan Literasi Keuangan	.318	.313	.117	1.700	0.001
Tingkat Pendidikan	.029	.120	.025	1.668	.002
Tingkat Pendapatan	-.027	.268	-.011	-.100	.921

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan Tabel 5.4.6.1 Pengujian Signifikan (Uji t) menunjukkan tingkat kematangan literasi keuangan ( $X_1$ ) dan tingkat pendidikan ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap fenomena *the power of marketplace*, sedangkan tingkat pendapatan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap fenomena *the power of marketplace*.

### 5.4.6.2 Pengujian Ketepatan Model (Uji F)

Table 5.4.6.2 Pengujian Ketepatan Model (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<sup>1</sup> Regression	30.121	3	10.040	.404	.750 <sup>b</sup>
Residual	2383.239	96	24.825		
Total	2413.360	99			

Sumber: Data diolah Penulis

Berdasarkan tabel 5.4.7.2 menunjukkan secara simultan tingkat kematangan literasi keuangan ( $X_1$ ), tingkat pendidikan ( $X_2$ ), tingkat pendapatan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap fenomena *the power of marketplace* ( $Y$ ).

### 5.4.6.3 Koefisiensi Determinan

Table 5.4.6.3 Koefisiensi Determinan

Model	R	R Square
1	.112 <sup>a</sup>	.356

Sumber: Data diolah Penulis

Nilai R square 35,6% dapat diinterpretasikan pengaruh yang simultan antar variabel tingkat kematangan literasi keuangan ( $X_1$ ), tingkat pendidikan ( $X_2$ ) dan tingkat pendapatan ( $X_3$ ) terhadap variabel fenomena *the power of marketplace* ( $Y$ ) dan sisanya 64,4% dipengaruhi oleh variabel independen lainnya.

## 5.4.7 Interpretasi Hasil dan Pembahasan

### 5.4.7.1 Pengaruh Tingkat Kematangan Literasi Keuangan Terhadap Fenomena *The Power of Marketplace*

Kesimpulan yang didapat menunjukkan bahwasanya tingkat kematangan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terkait fenomena *the power of marketplace*. Hasil ini sejalan dengan penelitian milik (Wardani *et al.*, 2022) yang mengatakan tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap sikap seseorang dalam menyikapi fenomena *the power of marketplace*.

Literasi keuangan merupakan suatu ilmu pengetahuan dalam mewujudkan pemahaman terhadap konsep risiko, ketrampilan, dan motivasi serta pemahaman yang dapat dijadikan acuan dalam membuat sebuah keputusan yang efektif serta efisien dalam konteks keuangan. (Farinia Fianto *et al.*, 2017).

### 5.4.7.2 Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Fenomena *The Power of Marketplace*

Kesimpulan yang didapat menunjukkan bahwasanya tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terkait sikap seseorang dalam menyikapi pengaruh fenomena *the power of marketplace*. Hasil ini sesuai dengan (Faiza Firdaus *et al.*, 2023), (Rionita and Widiastuti, 2020), (Ginting, 2022) yang berpendapat mengenai tingkat pendidikan berpengaruh pada sikap individu dalam menyikapi fenomena *the power of marketplace*.

Pendidikan adalah membentuk sikap dan kepribadian melalui pengajaran, pelatihan, mendidik perilaku dengan tujuan agar manusia tersebut memiliki pengetahuan, ketrampilan serta kepribadian yang baik.

### 5.4.7.3 Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Fenomena *The Power of Marketplace*

Hasil analisis menunjukkan tingkat pendapatan berpengaruh negatif terhadap sikap seseorang dalam menyikapi pengaruh fenomena *the power of marketplace*. Dengan adanya hasil ini tentunya didapatkan perbedaan hasil penelitian dari penelitian terdahulu milik (Faiza Firdaus *et al.*, 2023), (Mulyani, 2016) yang berpendapat mengenai tingkat pendapatan berpengaruh pada sikap seseorang dalam menyikapi fenomena *the power of marketplace*.

Sedangkan Menurut (Agustriyani, 2022) pendapatan adalah hasil usaha atau sejumlah barang dan jasa yang digunakan guna memenuhi kebutuhan hidup manusia.

#### 5.4.7.4 Pengaruh Tingkat Kematangan Literasi Keuangan, Tingkat Pendidikan, Tingkat Pendapatan, Secara Simultan Terhadap Fenomena *the power of marketplace*

Hasil analisis menunjukkan tingkat kematangan literasi keuangan, tingkat pendidikan dan pendapatan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap seseorang dalam menyikapi pengaruh fenomena *the power of marketplace*. Hasil ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh (Wardani *et al.*, 2022) dan (Faiza Firdaus *et al.*, 2023) yang berisikan pernyataan bahwa tingkat kematangan literasi keuangan, tingkat pendidikan dan pendapatan secara simultan berpengaruh pada sikap seseorang dalam menyikapi fenomena *the power of marketplace*.

Seseorang yang telah berada pada titik tertinggi dalam tingkat kematangan literasi pastinya akan lebih matang dalam upaya mengelola alur keuangannya meski dengan hadirnya fenomena *the power of marketplace* yang cenderung membuat orang-orang menjadi *impulsif*, disertai dengan tingkat pendidikan yang tinggi maka seseorang tersebut akan lebih memiliki pengetahuan, serta ketrampilan yang baik dalam mengelola keuangannya. Dengan tingkat kematangan literasi keuangan yang matang, tingkat pendidikan yang tinggi serta tingkat pendapatan yang tinggi juga akan memperkuat karakter, ketrampilan seseorang dalam mengambil sikap dengan adanya fenomena *the power of marketplace*.

### 5.5 Kesimpulan

Poin yang diperoleh dari hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa tingkat kematangan literasi keuangan dan tingkat pendidikan memiliki pengaruh pada fenomena *the power of marketplace* berbeda dengan tingkat pendidikan yang tidak berpengaruh pada sikap seseorang dalam menyikapi fenomena *the power of marketplace*. Namun ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh pada fenomena *the power of marketplace*. Berdasarkan indikator yang paling berpengaruh untuk tingkat kematangan literasi keuangan adalah pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan, untuk tingkat pendidikan adalah tingkat perguruan tinggi, dan tingkat pendapatan adalah sumber yang diterima berasal dari satu sumber saja. Hal ini sesuai dengan *The Theory of Planned Behaviour* yang menjelaskan bahwasanya karakteristik dan kualitas suatu aspek dapat mempengaruhi perspektif kepercayaan sehingga membentuk tingkah laku seseorang. Hal ini berkaitan dengan aspek tingkat kematangan literasi keuangan, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan yang menjadi faktor-faktor dalam mempengaruhi tingkah laku keuangan seseorang dengan adanya fenomena *the power of marketplace*.

## 5.6 Saran

### 5.6.1 Saran Bagi Pengambil Kebijakan

Upaya generasi z untuk menuju indonesia emas jika tanpa dukungan dari pihak sekolah, kampus, pemerintah atau pengambil kebijakan lainnya dalam mengencarkan literasi keuangan dan memberikan kemudahan untuk generasi z bisa mengenyam pendidikan setinggi mungkin untuk indonesia yang lebih baik. Maka dari itu sebagai upaya mendukung generasi z yang melek akan keuangan, memiliki pendidikan yang tinggi serta mendapat pendapatan yang tinggi maka pengambil kebijakan seharusnya mengambil kebijakan yang baik dan tepat dalam hal ini seperti mewajibkan siswa/mahasiswa berliterasi keuangan, memberikan beasiswa atau biaya pendidikan yang lebih murah, serta memfasilitasi dalam proses belajar generasi z dengan layak.

### 5.6.2 Saran untuk Penelitian Kedepannya

Peneliti berharap penelitian ini dapat dilanjutkan mengingat urgensinya mengenai fenomena *the power of marketplace*. Penelitian dapat dilanjutkan dengan faktor-faktor variabel yang bervariasi serta menggunakan metode penelitian yang berbeda agar timbul sudut pandang baru dalam mengkaji fenomena ini.

## 5.7 Keterbatasan

Dalam penyusunan penelitian ini tentunya peneliti memiliki keterbatasan dalam upaya pemaksimalan tulisan yang ada didalamnya. Keterbatasan yang dialami oleh peneliti dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh tiga faktor yang mempengaruhi *fenomena the power of marketplace*, maka dari itu penelitian ini dirasa masih bisa dikembangkan lebih lanjut guna meneliti pengaruh faktor lain yang belum terkaji dalam penelitian ini.
2. Kesimpulan hanya diambil berdasarkan hasil analisis data, maka perlu adanya penelitian berkelanjutan mengenai fenomena *the power of marketplace* yang menggunakan metode berbeda, sampel lebih luas, serta penggunaan instrumen penelitian yang baru dan lebih lengkap agar tercipta sudut pandang lain terhadap fenomena *the power of marketplace*.