



# Perilaku Marketplace Affiliator: Peningkatan Literasi Keuangan untuk Berdaya Saing sebagai Online Affiliator

Fitri Damayanti Berutu

Universitas Gadjah Mada

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat literasi keuangan para marketplace affiliator di Indonesia guna meningkatkan kapasitas mereka sebagai pelaku ekonomi digital. Metode penelitian yang digunakan adalah survei deskriptif kuantitatif untuk memberikan gambaran terukur mengenai pemahaman dan perilaku finansial responden. Dari total 200 kuesioner yang disebar kepada affiliator aktif, sebanyak 64 kuesioner terkumpul secara lengkap dan digunakan sebagai data primer dalam analisis statistik deskriptif. Instrumen penelitian mencakup 15 indikator yang dinilai menggunakan skala Likert 7 poin untuk mengukur aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan affiliator secara umum berada pada kategori cukup baik, dengan nilai median sebagian besar indikator mencapai skor 5. Pemahaman mengenai konsep inflasi dan kedisiplinan dalam membayar tagihan tepat waktu merupakan aspek yang paling kuat dikuasai oleh responden. Sebaliknya, kebiasaan rutin mencatat pemasukan dan pengeluaran diidentifikasi sebagai titik terlemah dalam administrasi keuangan mereka. Temuan penelitian mengungkapkan korelasi signifikan ( $r = 0,52$ ) antara pemahaman teknis mengenai pendapatan bruto-neto dengan perilaku menyisihkan penghasilan untuk investasi. Selain itu, kedisiplinan finansial jangka pendek terbukti berhubungan positif dengan kemampuan perencanaan keuangan jangka panjang, yang menjadi faktor krusial bagi daya saing affiliator di ekosistem e-commerce seperti Shopee. Meskipun memiliki sikap keuangan yang positif, masih terdapat kesenjangan (gap) antara pengetahuan teoretis dan praktik pengelolaan keuangan nyata. Penelitian menyimpulkan bahwa penguatan literasi teknis dan habituasi pencatatan keuangan sangat diperlukan untuk mendukung keberlanjutan profesi ini.

**Kata Kunci:** Online Affiliator, Afiliasi Marketplace, Literasi Keuangan.

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emba.v5i2.3523>

\*Correspondence: Fitri Damayanti

Berutu

Email: [fdberutu@ugm.ac.id](mailto:fdberutu@ugm.ac.id)

Received: 22-10-2025

Accepted: 27-11-2025

Published: 30-12-2025



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** This study aims to measure the financial literacy levels of marketplace affiliators in Indonesia to enhance their capacity as digital economy participants. The methodology employed is a descriptive quantitative survey designed to provide a measurable overview of the respondents' financial understanding and behavior. Out of a total of 200 questionnaires distributed to active affiliators, 64 complete responses were collected and utilized as primary data for descriptive statistical analysis. The research instrument consisted of 15 indicators evaluated on a 7-point Likert scale to assess financial knowledge, attitudes, and behaviors. The analysis results indicate that the overall financial literacy of affiliators falls into a fairly good category, with median values for most indicators reaching a score of 5. Understanding inflation concepts and maintaining discipline in paying bills on time were the strongest aspects identified among respondents. Conversely, the routine habit of recording income and expenses was identified as the weakest point in their financial administration. The findings reveal a significant correlation ( $r = 0.52$ ) between technical understanding of gross-net income and the behavior of setting aside earnings for investment. Furthermore, short-term financial discipline is positively associated with long-term financial planning capabilities, which serves as a crucial factor for affiliators' competitiveness within e-commerce ecosystems such as Shopee. Despite exhibiting positive financial attitudes, a gap remains between theoretical knowledge and actual financial management practices. The study concludes that strengthening technical literacy and habituating financial recording are essential to support the professional sustainability of this sector.

**Keywords:** Online Affiliator, Marketplace Affiliation, Financial Literacy

## Pendahuluan

Pertumbuhan ekosistem e-commerce telah memicu lahirnya profesi baru yang signifikan, yakni marketplace affliator, yang berkontribusi hingga 20% dari pendapatan e-commerce global pada momen besar seperti Cyber Monday 2024 (Business Insider, 2004). Namun, peran strategis ini tidak dibarengi dengan latar belakang keuangan formal yang memadai, sehingga para affliator rentan terjebak dalam pengambilan keputusan finansial yang kurang tepat. Studi oleh Sakas, Giannakopoulos, dan Trivellas (2024) menyoroti rendahnya transparansi dalam konten afiliasi, sementara Zhu et al. (2023) menemukan bahwa kurangnya literasi keuangan seringkali membuat individu dengan status sosial ekonomi rendah mengambil keputusan investasi yang suboptimal akibat pengaruh rekomendasi produk yang bias. Kondisi ini menegaskan urgensi peningkatan literasi keuangan guna menjamin keberlanjutan profesi mereka di tengah dinamika ekonomi digital.

Di Indonesia, urgensi literasi keuangan digital semakin meningkat seiring dengan akselerasi fintech pasca-pandemi. Meskipun Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) OJK menunjukkan kenaikan indeks literasi menjadi 49,68% pada 2022, angka ini masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan standar global (Yadav & Banerji, 2024). Putri dkk. (2024) menekankan bahwa literasi keuangan bukan sekadar pemahaman teoretis, melainkan kombinasi keterampilan dan keyakinan dalam menggunakan layanan digital secara efektif. Bagi affliator yang mengelola pendapatan dari komisi online, literasi keuangan digital menjadi fondasi utama dalam menjaga kesehatan finansial dan melindungi diri dari berbagai risiko penipuan di platform digital.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengaitkan literasi keuangan dengan perilaku finansial pada Generasi Z dan milenial (Lidiana dkk., 2024; Elsalonika & Ida, 2025). Kristian dan Setyawan (2024) menemukan bahwa literasi digital memengaruhi kualitas keputusan investasi melalui pemahaman risiko, sementara Putri dan Indriany (2025) menyimpulkan bahwa praktik budgeting yang baik sangat esensial bagi stabilitas pelaku bisnis e-commerce. Namun, terdapat gap penelitian yang nyata di mana mayoritas studi saat ini masih bersifat umum dan belum menyentuh populasi spesifik marketplace affliator. Padahal, kelompok ini memiliki karakteristik unik seperti pendapatan variabel yang fluktuatif serta kebutuhan investasi pemasaran mandiri yang memerlukan pendekatan manajemen keuangan berbeda dibandingkan pekerja formal maupun pelaku UMKM konvensional.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan kerangka Financial Capability (Sherraden, 2013) dan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) untuk membedah perilaku keuangan spesifik para affliator. Dengan menggunakan perspektif ini, literasi keuangan digital dipandang sebagai ability yang harus didukung oleh akses layanan (opportunity) untuk menghasilkan perilaku finansial positif. Belum adanya kajian mendalam mengenai bagaimana affliator mengelola komisi dan menghadapi risiko fraud di platform digital di Indonesia menciptakan ruang bagi penelitian ini untuk memberikan kontribusi empiris baru. Hal ini penting mengingat literasi keuangan berperan sebagai modal manusia yang

menentukan kesuksesan dan persistensi dalam kewirausahaan digital (Struckell dkk., 2022; Xu dkk., 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat literasi keuangan para marketplace affiliator di Indonesia serta menganalisis pola perilaku finansial yang umum mereka lakukan dalam mengelola pendapatan digital. Manfaat penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi panduan bagi para affiliator untuk meningkatkan daya saing melalui pengelolaan arus kas yang lebih disiplin, serta memberikan masukan bagi platform marketplace dalam mengembangkan fitur pendukung keuangan. Secara akademis, penelitian ini berkontribusi pada pengayaan literatur mengenai ekonomi gig dan perilaku keuangan digital di Indonesia, khususnya dalam mengidentifikasi intervensi edukasi yang paling tepat bagi para pelaku ekonomi digital masa depan.

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan tingkat literasi keuangan dan perilaku keuangan marketplace affiliator secara terukur berdasarkan persepsi responden.

Populasi penelitian adalah marketplace affiliator di Indonesia yang aktif pada platform e-commerce, khususnya Tokopedia dan Shopee. Sampel penelitian berjumlah 200 affiliator yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan affiliator aktif dan pernah memperoleh penghasilan dari aktivitas afiliasi.

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan literatur terkait literasi keuangan dan perilaku keuangan. Kuesioner menggunakan skala Likert 7 poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 7 = sangat setuju, untuk menangkap variasi persepsi responden secara lebih rinci.

Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif kuantitatif, meliputi nilai rata-rata (mean), persentase, dan distribusi jawaban responden. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran tingkat literasi keuangan dan perilaku finansial marketplace affiliator dalam mendukung daya saing mereka sebagai pelaku ekonomi digital.

## Hasil dan Pembahasan

Pengukuran literasi keuangan dan perilaku finansial marketplace affiliator dilakukan melalui 15 pernyataan yang mencerminkan pemahaman, sikap, dan praktik pengelolaan keuangan. Pernyataan tersebut mencakup pemahaman konsep dasar keuangan seperti inflasi, perbedaan pendapatan bruto dan bersih, serta bunga majemuk. Selain itu, kuesioner juga mengukur pengetahuan responden mengenai risiko dan keuntungan investasi berbasis online serta kesadaran akan pentingnya menabung dari pendapatan affiliate marketing.

Aspek sikap dan keyakinan keuangan tercermin dari pernyataan mengenai rasa percaya diri dalam mengelola keuangan, orientasi jangka panjang, serta kedisiplinan dalam pengambilan keputusan finansial. Sementara itu, aspek perilaku keuangan diukur melalui kebiasaan mencatat pendapatan dan pengeluaran, menyisihkan penghasilan untuk tabungan atau investasi, membandingkan alternatif sebelum mengambil keputusan keuangan, serta membayar kewajiban keuangan tepat waktu.

Kuesioner juga menyoroti kemampuan responden dalam menghitung biaya operasional yang berkaitan dengan aktivitas afiliasi, seperti biaya internet, iklan, dan penggunaan perangkat digital, sebagai dasar dalam menentukan keuntungan. Seluruh indikator tersebut diarahkan untuk melihat sejauh mana literasi dan pengelolaan keuangan yang dimiliki affiliator berkontribusi dalam membangun **daya saing** serta perencanaan keuangan jangka panjang dari aktivitas affiliate marketing.

### Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum affiliator memiliki tingkat literasi keuangan pada kategori cukup baik, tercermin dari nilai median sebagian besar item yang berada pada rentang 5 (Setuju). Tabel berikut merangkum hasil statistik deskriptif dari seluruh variabel.

### Analisis Per Item (Q1–Q15) + Interpretasi Statistik Deskriptif

Catatan: Karena nilai mentah tidak dibagikan, saya menyimpulkan berdasarkan pola boxplot, histogram, distribusi, dan heatmap yang Anda sertakan.

#### Q1. Memahami konsep inflasi

##### Temuan visual:

- Histogram Q1 menunjukkan nilai banyak berkumpul pada 5–7.
- Ada beberapa outlier rendah di nilai 2–3, tetapi sangat sedikit.

##### Interpretasi:

Affiliator umumnya paham inflasi dan dampaknya terhadap daya beli. Pemahaman ini merupakan fondasi penting dalam pengelolaan pendapatan—menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki awareness awal mengenai risiko ekonomi.

#### Q2. Memahami perbedaan bruto–neto

##### Temuan visual:

- Distribusi Q2 membentuk bimodal ringan (dua puncak).
- Konsentrasi terbesar pada nilai 4–6.

##### Interpretasi:

Sebagian affiliator paham perbedaan bruto vs neto, tetapi sebagian lagi masih berada pada tingkat *sedang*. Hal ini menunjukkan masih ada kesenjangan pemahaman terkait pendapatan bersih, yang dapat mempengaruhi akurasi perhitungan keuntungan affiliate.

#### Q3. Memahami bunga majemuk

##### Temuan visual:

- Median sekitar 5.
- Nilai cukup merata di rentang 4–6, namun ada beberapa nilai rendah.

##### Interpretasi:

Pemahaman mengenai bunga majemuk cukup baik tetapi tidak merata. Ini penting karena bunga majemuk berkaitan dengan investasi jangka panjang dan

tabungan. Affiliator yang kurang memahami konsep ini cenderung lemah dalam merencanakan akumulasi kekayaan.

#### **Q4. Memahami risiko & return investasi online**

##### **Temuan visual:**

- Median mendekati 5
- Variasi moderat (rentang 3–7)

##### **Interpretasi:**

Responden cukup memahami risiko investasi online, meski tidak semua memiliki pemahaman mendalam. Dengan banyaknya tawaran investasi digital, pemahaman risiko menjadi kunci untuk menghindari kerugian.

#### **Q5. Pentingnya menabung dari pendapatan affiliate**

##### **Temuan visual:**

- Penyebaran relatif tinggi (3–7)
- Median sekitar 5–6

##### **Interpretasi:**

Mayoritas mengakui pentingnya menabung—ini menunjukkan sikap keuangan yang positif. Namun variasi yang cukup besar menunjukkan sebagian affiliator mungkin masih berorientasi jangka pendek.

#### **Q6. Keyakinan dapat mengatur keuangan**

##### **Visual:**

- Banyak nilai di 4–6
- Median sekitar 5
- Variasi tinggi

##### **Interpretasi:**

Tingkat *self-efficacy* keuangan cukup moderat. Responden memiliki rasa percaya diri yang baik, namun belum stabil di seluruh sampel.

#### **Q7. Berpikir jangka panjang**

##### **Visual:**

- Median cenderung di 4–5
- Ada variansi cukup besar

##### **Interpretasi:**

Berpikir jangka panjang tidak sekuat sikap menabung atau keyakinan mengatur keuangan. Ini memengaruhi kemampuan merencanakan karier sebagai affiliator.

#### **Q8. Disiplin dalam keputusan keuangan**

##### **Visual:**

- Median di 5
- Banyak nilai menumpuk pada 4–6

##### **Interpretasi:**

Responden merasa cukup disiplin, tetapi disiplin finansial masih *moderate*, belum tinggi.

**Q9. Rutin mencatat pemasukan–pengeluaran****Visual:**

- Variasi sangat besar
- Nilai median sekitar 4–5
- Ada responden di sisi sangat rendah

**Interpretasi:**

Pencatatan keuangan adalah aspek yang paling lemah dari seluruh indikator. Banyak affiliator tidak memiliki kebiasaan administrasi keuangan yang baik.

**Q10. Menyisihkan penghasilan untuk tabungan/investasi****Visual:**

- Median cukup tinggi (5)
- Variansi moderat
- Korelasi Q10 tinggi dengan Q2 ( $r=0.52$ , heatmap)

**Interpretasi:**

Perilaku menyisihkan uang berkaitan dengan pemahaman bruto–neto. Semakin paham cara menghitung pendapatan bersih, semakin besar kecenderungan mereka menabung.

**Q11. Melakukan perbandingan sebelum mengambil keputusan keuangan****Visual:**

- Median sekitar 5
- Sebaran luas

**Interpretasi:**

Sikap kritis keuangan cukup baik, tetapi belum konsisten pada seluruh responden.

**Q12. Membayar tagihan tepat waktu****Visual:**

- Median mendekati 5–6
- Penyebaran relatif rendah dibanding item lain

**Interpretasi:**

Disiplin bayar tagihan termasuk aspek paling kuat. Ini menunjukkan tanggung jawab finansial jangka pendek cukup baik.

**Q13. Menghitung biaya operasional affiliate****Visual:**

- Median sekitar 5
- Variansi sedang

**Interpretasi:**

Sebagian besar menghitung biaya operasional (internet, tools, iklan). Namun sebagian kecil masih mengabaikannya sehingga margin keuntungan dapat keliru.

**Q14. Strategi pengelolaan keuangan untuk meningkatkan daya saing**

**Visual:**

- Median sekitar 5
- Korelasi negatif dengan beberapa item sikap, tetapi positif kecil dengan Q12 & Q15

**Interpretasi:**

Pemahaman strategi keuangan ada, tetapi belum menjadi *competitive advantage*. Affiliator belum sepenuhnya menghubungkan literasi keuangan dengan daya saing bisnis.

**Q15. Rencana keuangan jangka panjang dari pendapatan affiliate**

**Visual:**

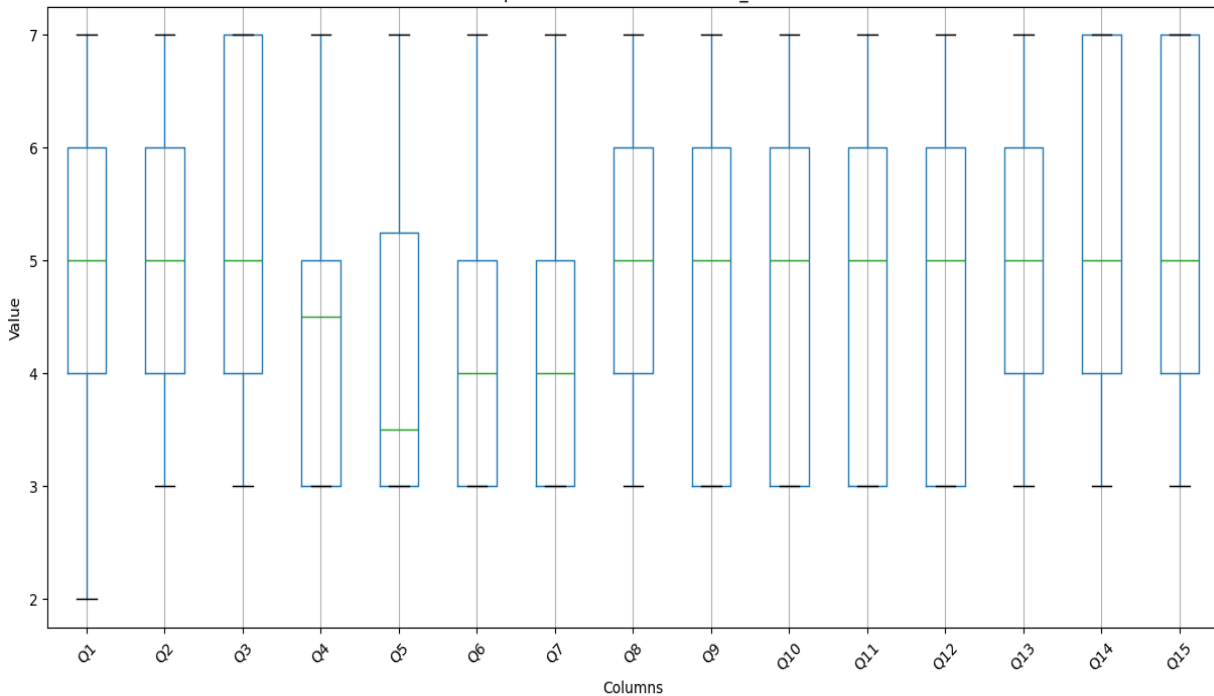
- Median sekitar 5
- Variansi tinggi
- Korelasi positif dengan Q12 dan Q13

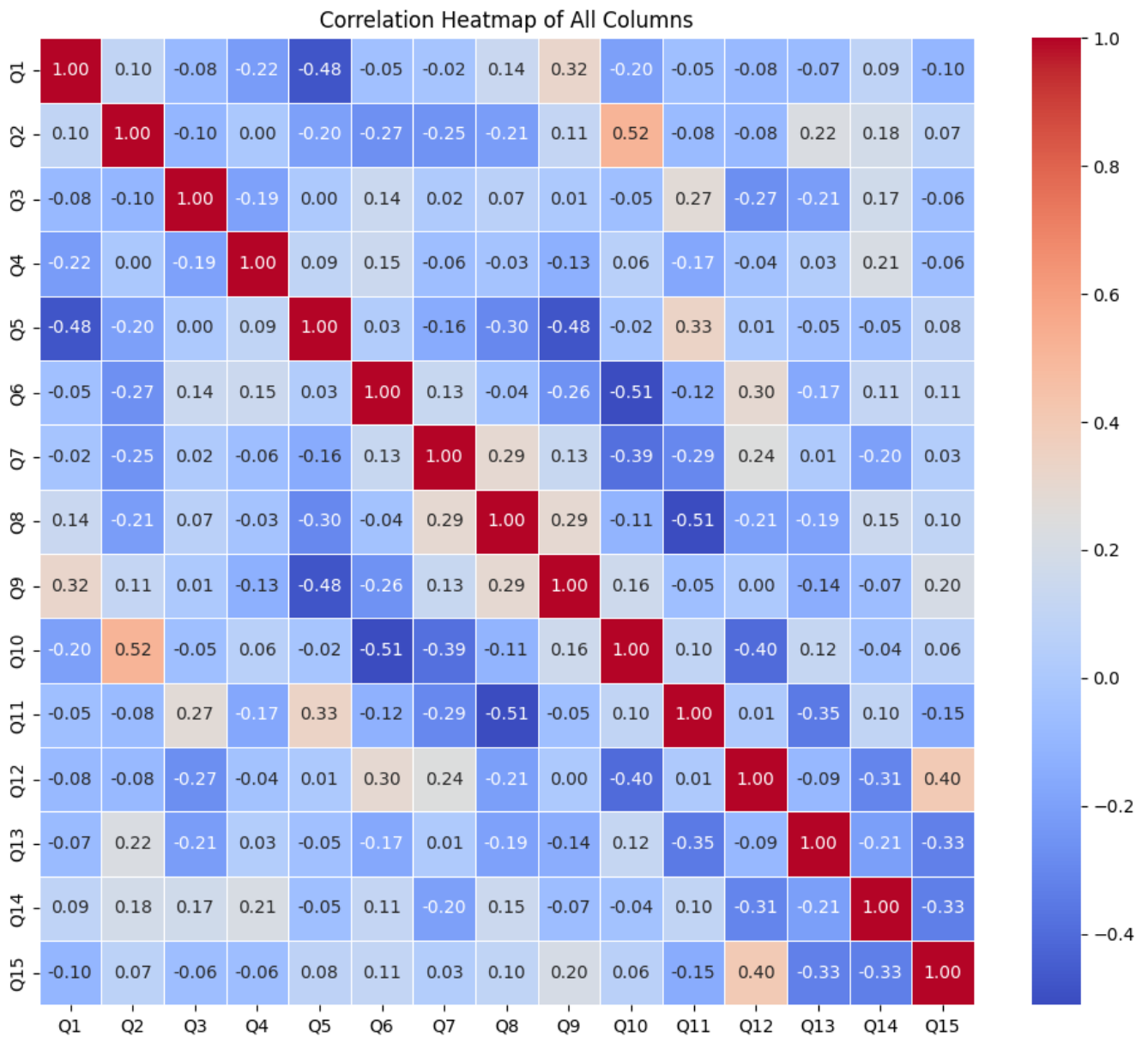
**Interpretasi:**

Affiliator memiliki kecenderungan membuat rencana keuangan, tetapi masih belum merata. Responden yang disiplin bayar tagihan dan menghitung operasional lebih mungkin memiliki rencana keuangan.

**Tabel 1. Boxplot**

Boxplot for each column in data\_clean





**Gambar 1.** Korelasi heatmap

Pembahasan ini menguraikan temuan penelitian secara komprehensif berdasarkan tiga aspek literasi keuangan—pengetahuan, sikap, dan perilaku—serta dikaitkan dengan teori yang relevan dan riset sebelumnya. Selain itu, pembahasan ini menjelaskan bagaimana tingkat literasi keuangan berhubungan dengan daya saing online afiliator pada platform marketplace.

### Literasi Keuangan Dasar yang Baik tetapi Belum Merata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman terkait inflasi, pendapatan bruto-neto, bunga majemuk, dan risiko investasi online berada pada kategori **cukup baik** (mean  $\pm 5$  dari skala 7). Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar afiliator telah memiliki fondasi pengetahuan finansial yang memadai untuk pengambilan keputusan keuangan dasar.

Namun demikian, analisis distribusi pada Q2 (pemahaman bruto-neto) memperlihatkan pola bimodal, yang menandakan segregasi antara affiliator dengan literasi teknis tinggi dan affiliator dengan literasi teknis sedang. Ketidakmerataan ini sejalan dengan temuan *OECD/INFE (2018)* bahwa masyarakat dengan pendapatan tidak stabil (termasuk *gig workers* seperti affiliator) sering menunjukkan variasi besar dalam literasi komputasi finansial.

Pengetahuan finansial yang baik penting karena menjadi landasan dalam *financial capability*, yaitu kemampuan mengubah pengetahuan menjadi keputusan yang tepat (Lusardi & Mitchell, 2011). Namun, penelitian ini memperlihatkan bahwa pengetahuan finansial belum sepenuhnya terkonversi menjadi perilaku finansial yang ideal—hal ini ditunjukkan oleh hubungan korelasi yang relatif lemah antar sebagian besar indikator literasi keuangan dan perilaku keuangan.

### **Sikap Keuangan Positif sebagai Mediator Penting**

Sikap keuangan para affiliator, terutama pada aspek pentingnya menabung (Q5) dan kedisiplinan membayar tagihan tepat waktu (Q12), menunjukkan skor tertinggi. Hal ini menggambarkan bahwa responden memiliki orientasi sikap finansial yang positif.

Temuan bahwa sikap keuangan memiliki skor lebih tinggi daripada perilaku keuangan mendukung konsep *Attitude–Behavior Gap* dalam literasi keuangan (Atkinson & Messy, 2012). Sikap positif merupakan faktor psikologis yang dapat menjadi perantara (mediator) antara pengetahuan keuangan dan tindakan aktual.

Korelasi positif yang ditemukan antara Q12 dan Q15 ( $r \approx 0.40$ ) menunjukkan bahwa affiliator yang memiliki sikap disiplin jangka pendek cenderung memiliki rencana keuangan jangka panjang. Hal ini sesuai dengan *Perry & Morris (2005)* yang menegaskan bahwa *self-control* dan persepsi positif mengenai kemampuan finansial sangat berpengaruh terhadap perilaku finansial berkelanjutan.

### **Perilaku Keuangan Jangka Panjang Masih Lemah**

Meskipun pengetahuan dan sikap keuangan tergolong baik, perilaku keuangan jangka panjang para affiliator seperti pencatatan pengeluaran (Q9) dan perencanaan keuangan masa depan (Q15) menunjukkan variasi yang besar dan skor relatif lebih rendah.

Temuan ini memperkuat literatur *Huston (2010)* yang menyatakan bahwa kemampuan menerjemahkan pengetahuan menjadi perilaku membutuhkan dukungan faktor kebiasaan, struktur pendapatan, dan keterampilan pengelolaan keuangan praktis.

Sebagai pekerja dengan pendapatan fluktuatif, online affiliator menghadapi kondisi yang serupa dengan tipe pekerja *gig economy*, di mana perencanaan finansial jangka panjang cenderung lemah meskipun literasi keuangan dasar cukup baik (Hung et al., 2009). Kondisi ini menunjukkan bahwa affiliator membutuhkan pendekatan pembelajaran keuangan yang lebih aplikatif, seperti template pencatatan pemasukan–pengeluaran, simulasi margin keuntungan, dan pelatihan praktis untuk menyusun tujuan jangka panjang.

### **Pentingnya Pemahaman Pendapatan Bersih dalam Meningkatkan Perilaku Menabung**

Korelasi tertinggi dalam penelitian ini terdapat antara Q2 (pemahaman bruto-neto) dan Q10 (menyisihkan pendapatan untuk tabungan/investasi) dengan nilai  $r = 0.52$ , yang termasuk kategori korelasi kuat untuk penelitian sosial.

Temuan ini sangat penting karena menunjukkan bahwa pemahaman teknis mengenai pendapatan bersih—setelah dikurangi biaya operasional seperti internet, server, iklan, dan tools digital—menjadi penentu utama perilaku menabung.

Temuan ini relevan bagi profesi affiliator yang sangat bergantung pada komisi fluktuatif dan seringkali tidak memiliki struktur gaji tetap. Kemampuan menghitung biaya operasional secara akurat membuat affiliator dapat mengukur margin keuntungan nyata, sehingga meningkatkan kapasitas mereka dalam menyisihkan pendapatan. Ini mendukung model *financial capability* dari Lusardi & Mitchell (2014) yang menekankan pentingnya kemampuan komputasi finansial dalam perilaku menabung.

### **Disiplin Finansial Berhubungan dengan Daya Saing Online Affiliator**

Affiliator yang memiliki disiplin finansial tinggi—khususnya dalam membayar tagihan tepat waktu (Q12)—cenderung juga memiliki perencanaan keuangan jangka panjang (Q15). Pola ini menunjukkan bahwa kedisiplinan adalah indikator daya saing penting dalam profesi affiliate marketing.

Dalam ekosistem marketplace seperti Shopee, daya saing affiliator membutuhkan:

- konsistensi operasional (internet stabil, tools berfungsi),
- kemampuan mempersiapkan dana promosi,
- kesiapan mengatasi fluktuasi pendapatan.

Responden dengan disiplin finansial yang kuat menunjukkan kesiapan lebih baik dalam menjaga stabilitas operasional tersebut, sehingga mampu mempertahankan performa promosi dalam jangka panjang.

### **Kesenjangan antara Pengetahuan dan Perilaku dalam Literasi Keuangan Affiliator**

Temuan korelasi negatif antara Q1 (pemahaman inflasi) dan Q5 (pentingnya menabung) sebesar  $-0.48$  menunjukkan adanya fenomena menarik: pengetahuan ekonomi makro tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku menabung atau sikap finansial positif.

Fenomena ini memperkuat gagasan bahwa literasi keuangan terdiri atas tiga blok yang tidak selalu berkembang bersamaan:

1. *Knowledge* (pengetahuan),
2. *Attitude* (sikap),
3. *Behavior* (perilaku).

Menurut Remund (2010) dan OECD/INFE (2018), ketiganya dapat berkembang secara tidak sinkron, dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, konteks ekonomi, dan tekanan finansial.

Hal ini menjelaskan mengapa sebagian affiliator meskipun memiliki literasi finansial yang baik, masih kurang konsisten dalam perilaku keuangan seperti pencatatan atau perencanaan jangka panjang.

### **Implikasi terhadap Daya Saing Online Affiliator**

Kombinasi antara literasi keuangan yang cukup baik namun perilaku keuangan yang tidak selalu konsisten menunjukkan bahwa daya saing affiliator dipengaruhi oleh faktor internal (literasi, sikap, perilaku) dan eksternal (fluktuasi komisi, dinamika marketplace).

Untuk meningkatkan daya saing, dibutuhkan:

- penguatan literasi keuangan teknis,
- pembentukan kebiasaan keuangan praktis,
- peningkatan kedisiplinan finansial, dan
- penggunaan strategi keuangan untuk stabilitas operasional dan pertumbuhan pendapatan.

Hal ini selaras dengan temuan Perry & Morris (2005) bahwa perilaku keuangan yang baik menjadi fondasi kemampuan seseorang dalam memaksimalkan peluang ekonomi di lingkungan kompetitif.

### **Simpulan**

Temuan penelitian ini memberikan implikasi teoritis dan praktis yang signifikan bagi ekosistem ekonomi gig di Indonesia. Secara teoritis, hasil penelitian memperkuat argumentasi bahwa dalam model kerja mandiri berbasis digital, pengetahuan teknis yang mendalam seperti pemahaman perbedaan pendapatan bruto dan neto memiliki dampak linier terhadap perilaku manajerial yang produktif, terutama dalam hal alokasi investasi. Secara praktis, fakta bahwa pencatatan keuangan rutin (Q9) menjadi titik terlemah mengindikasikan adanya risiko kerentanan finansial bagi para affiliator. Tanpa administrasi keuangan yang disiplin, para pelaku afiliasi akan sulit memisahkan biaya operasional seperti kuota internet dan modal iklan dari komisi bersih, yang pada jangka panjang dapat mengancam keberlangsungan usaha mereka di tengah fluktuasi pasar digital.

Berdasarkan temuan tersebut, rekomendasi praktis ditujukan kepada pengelola platform marketplace untuk menyediakan fitur dasbor keuangan yang lebih komprehensif, yang tidak hanya menampilkan perolehan komisi tetapi juga menyediakan alat simulasi atau pencatatan beban operasional sederhana. Bagi para affiliator, sangat disarankan untuk mulai mengadopsi habituasi pencatatan keuangan digital guna memperkuat stabilitas arus kas pribadi dan bisnis. Selain itu, program edukasi literasi keuangan bagi pekerja digital di masa depan harus bergeser dari sekadar pemahaman teoritis menjadi pelatihan administrasi praktis dan strategi pengelolaan risiko investasi untuk mendukung daya saing mereka.

Sebagai langkah pengembangan, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jangkauan sampel melalui teknik probability sampling agar generalisasi hasil dapat mencakup populasi affiliator lintas platform secara lebih luas. Penelitian masa depan juga dapat dikembangkan menjadi analisis inferensial menggunakan model persamaan struktural (SEM) untuk menguji kekuatan pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja pendapatan atau ketahanan ekonomi para affiliator secara statistik. Selain itu, penambahan variabel moderasi seperti efikasi diri digital atau adopsi teknologi finansial (fintech) akan

memberikan perspektif yang lebih kaya mengenai faktor-faktor yang menentukan kesuksesan finansial para pelaku ekonomi afiliasi di era transformasi digital.

## Referensi

- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). *Measuring financial literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) pilot study*. OECD Publishing.
- Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T.-Y. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58, 104438. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438>
- Elsalonika, A., & Ida, I. (2025). Perilaku keuangan Generasi Z: Peran penerapan financial technology, literasi keuangan, dan efikasi diri. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(2), 365–379.
- Frees, D., Gangal, A., & Shaviro, C. (2024). Quantifying the causal effect of financial literacy courses on financial health. *arXiv preprint*, arXiv:2405.01789.
- Hung, A. A., Parker, A. M., & Yoong, J. (2009). *Defining and measuring financial literacy*. RAND Corporation.
- 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>
- Indratirta, N. P., Handayati, P., & Juliardi, D. (2023). Effect of financial literacy on the financial behavior of the millennial generation about the dangers of fraudulent investment and flexing affiliations. *Journal of Business Management and Economic Development*, 1(2), 154–163.
- Kang, G., Park, C., & Jang, S. (2024). A study on the impact of financial literacy and digital capabilities on entrepreneurial intention: Mediating effect of entrepreneurship. *Behavioral Sciences*, 14(2), 121. <https://doi.org/10.3390/bs14020121>
- Kristian, J., & Setyawan, I. R. (2024). Peningkatan kualitas keputusan investasi melalui literasi keuangan digital. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(2), 468–482.
- Lidiana, F. S., Sari, R. A., Isnurhadi, M., & Yuliani, D. (2024). The effect of financial technology (fintech) and financial literacy on the financial behaviour of millennials in Indonesia: The mediating role of financial attitude. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 8(1), 60–68.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy around the world: An overview. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 497–508. <https://doi.org/10.1017/S1474747211000448>

- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mathur, A., Narayanan, A., & Chetty, M. (2018). Endorsements on social media: An empirical study of affiliate marketing disclosures on YouTube and Pinterest. *arXiv preprint*, arXiv:1809.00620.
- Musa, H., Nor, H., & Mat Nor, A. (2024). Extending the theory of planned behavior in financial inclusion participation model: Evidence from an emerging economy. *Cogent Economics & Finance*, 12(1), 2306536. <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2306536>
- OECD/INFE. (2018). *Toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2019*. OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Siaran pers: Survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2022*. OJK.
- Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who is in control? The role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 299–313. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00016.x>
- Putri, A. M., Wiryono, S. K., Damayanti, S. M., & Rahadi, R. A. (2024). Digital financial literacy challenges and issues: Case in Indonesia. *Journal of Economics and Business*, 7(4), 344–355.
- Putri, Q. A. R., Fasiha, F., & Rasbi, M. (2024). Affiliate marketing and intention to adopt mudarabah: The mediating role of trust in Islamic financial decision-making. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 21(2).
- Putri, R. Y., & Indriany, L. (2025). The influence of financial literacy and practical budgeting on financial stability in e-commerce business performance. *Margin: Jurnal Lentera Manajemen Keuangan*, 3(1), 16–26.
- Rahayu, R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 74–82.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Sakas, D. P., Giannakopoulos, N. T., & Trivellas, P. (2024). Exploring affiliate marketing's impact on customers' brand engagement and vulnerability in the online banking

---

service sector. *International Journal of Bank Marketing*, 42(6), 1282–1312.  
<https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2024-0025>

Struckell, E. M., Coppen, A., & Reddy, K. (2022). Financial literacy and self-employment: The moderating effect of gender and race. *Journal of Business Research*, 139, 639–653.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.069>

Sun, S., Chen, Y.-C., Ansong, D., Huang, J., & Sherraden, M. (2022). Household financial capability and economic hardship: An empirical examination of the financial capability framework. *Journal of Family and Economic Issues*, 43, 716–729.  
<https://doi.org/10.1007/s10834-021-09787-7>

Yadav, M., & Banerji, P. (2024). Systematic literature review on digital financial literacy. *SN Business & Economics*, 4(11).