

## ***The Effect Of Financial Literacy And Accessibility On Interest In Using Digital Banking (Seabank) In Surakarta City***

### **Pengaruh Literasi Keuangan Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Seabank) Di Kota Surakarta**

Reza Asti Chaironnisa<sup>1\*</sup>, Imron Rosyadi<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>1,2</sup>

[b100220433@student.ums.ac.id](mailto:b100220433@student.ums.ac.id)<sup>\*1</sup>, [ir104@ums.ac.id](mailto:ir104@ums.ac.id)<sup>2</sup>

*\*Corresponding Author*

---

#### **ABSTRACT**

*The rapid advancement of information technology has brought significant changes to the financial industry through the emergence of digital banks, including SeaBank, as an alternative app-based banking service that is increasingly popular among urban Indonesians. However, despite these opportunities, the digital divide due to limited financial literacy and infrastructure remains a real challenge, particularly in Surakarta City. This study focuses on analyzing the relationship between financial literacy and accessibility on the motivation of Surakarta City residents to use the digital bank SeaBank, as well as identifying the most dominant factors between the two. The study used an associative quantitative approach with data collection techniques through a Likert-scale questionnaire distributed to 103 respondents selected through a purposive sampling method. Data analysis techniques included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and significance tests (t-test and F-test). The results showed that financial literacy had a positive and significant effect on interest in using SeaBank (sig. = 0.000), with a regression coefficient of 0.768. Conversely, accessibility did not have a direct, significant effect (sig. = 0.092). Simultaneously, both variables significantly influence the intention to use SeaBank (F = 42.634; sig. = 0.000), with a coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.678, meaning that 67.8% of the variation in intention to use can be explained by these two variables. This finding implies that increasing public financial literacy is a priority strategy that needs to be optimized by SeaBank through financial education programs, collaboration with educational institutions, and massive digital campaigns to encourage the adoption of digital banking services more widely and inclusively.*

**Keywords:** financial literacy, accessibility, usage interest, digital banking, SeaBank

#### **ABSTRAK**

Pesatnya kemajuan teknologi informasi saat ini membawa perubahan besar dalam industri keuangan melalui hadirnya bank digital, termasuk SeaBank, sebagai alternatif layanan perbankan berbasis aplikasi yang semakin diminati masyarakat perkotaan Indonesia. Namun, di tengah peluang tersebut, kesenjangan digital akibat keterbatasan pemahaman keuangan dan infrastruktur masih menjadi tantangan nyata, khususnya di Kota Surakarta. Fokus penelitian ini tertuju pada analisis kaitan antara literasi keuangan dan aksesibilitas terhadap dorongan masyarakat Kota Surakarta dalam menggunakan bank digital SeaBank, serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan di antara keduanya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner berskala Likert yang disebarkan kepada 103 responden yang dipilih melalui metode purposive sampling. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji signifikansi (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan SeaBank (sig. = 0,000), dengan koefisien regresi sebesar 0,768. Sebaliknya, aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan secara langsung (sig. = 0,092). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan SeaBank (F = 42,634; sig. = 0,000), dengan nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,678, yang berarti 67,8% variasi minat penggunaan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini mengimplikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan masyarakat merupakan strategi prioritas yang perlu dioptimalkan oleh SeaBank melalui program edukasi keuangan, kolaborasi dengan institusi pendidikan, serta kampanye digital yang masif guna mendorong adopsi layanan bank digital secara lebih luas dan inklusif.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, Aksesibilitas, Minat Menggunakan, Bank Digital, Seabank

## 1. Pendahuluan

Bank digital muncul sebagai inovasi utama dalam industri keuangan kontemporer berkat adanya kemajuan teknologi informasi. Perkembangan teknologi digital telah mempercepat transformasi ekonomi global dengan mendorong peningkatan akan sistem pembayaran yang serba cepat dan terjamin keamanannya, serta efisien (Tabassum & Ali, 2024). Digitalisasi pada perbankan berkembang pesat menjadikan prioritas masyarakat modern. Sistem digitalisasi saat ini memudahkan pengguna dari aspek kemudahan, fleksibilitas dan layanan diakses tanpa batas (Wardani & Piturningsih 2025). Layanan yang bermutu tinggi memberikan kesuksesan bagi perusahaan menimbulkan dampak kepuasan bagi karyawan dan pengguna. Sistem aplikasi mempermudah dalam pengelolaan keuangan sehari-hari di perbankan mulai diterapkan banyaknya pengguna. Diharapkan keberadaan bank digital merupakan kemajuan yang memberikan kemudahan praktis bagi masyarakat Indonesia. SeaBank merupakan layanan bank digital yang ditawarkan.

SeaBank sebagai bank digital app dulunya bernama Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) yang telah berdiri 1991. Resmi pada 10 Februari 2021, Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) berubah nama ke PT Bank SeaBank Indonesia (SeaBank) melalui SK No. AHU-0002728.Ah.01.02/2021 dari Menteri Hukum dan HAM RI. SeaBank memberikan perhatian masyarakat dengan bekerjasama dengan Shopee menjadikan pendatang baru di aplikasi bank pasar digital. Kerjasama ini menawarkan menabung dengan bunga yang tinggi dan transfer uang antar bank serta dilengkapi fitur promosi menarik yang sebanding dengan aplikasi belanja online (Lestari et al., 2023).

Hal yang menjadi faktor seseorang dalam minat menggunakan layanan keuangan yaitu literasi keuangan. Literasi keuangan berkedudukan sebagai kunci keberhasilan adopsi bank digital. Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk memahami risiko, membaca laporan keuangan sederhana, dan mengoptimalkan penggunaan produk dan layanan digital. Lestari et al., (2023) menyatakan literasi keuangan sebagai kemampuan pengelolaan finansial yang tepat, pondasi utama keberlanjutan ekonomi individu jangka panjang. Alkhwaldi (2024) menunjukkan bahwasannya seorang dengan tingkat literasi keuangan tinggi cenderung lebih cepat mengadopsi teknologi *FinTech* karena mereka lebih percaya diri mengelola risiko digital. Hal serupa juga ditemukan pada penelitian Lestari et al. (2023) yang menegaskan pentingnya literasi finansial dalam mendorong minat menggunakan produk keuangan baru, termasuk bank digital.

Selain itu, aksesibilitas juga merupakan faktor penting yang tidak bisa berkesampingan keputusan dalam minat menggunakan layanan bank digital. Aksesibilitas meliputi desain aplikasi yang *user-friendly*, layanan pelanggan yang mendukung serta tersedianya koneksi internet yang memadai. Sulistyowati & Paramitha (2024) menegaskan bahwa kemudahan akses layanan perbankan digital secara langsung berkorelasi positif dengan minat menabung nasabah di bank konvensional maupun digital. Selain itu, Puspa & Sadiyah (2024) menemukan bahwa fitur *user-friendly* pada aplikasi *mobile banking* meningkatkan kenyamanan pengguna dan mendorong frekuensi transaksi digital.

Meskipun begitu, pada studi terkait “Pengaruh Literasi Keuangan dan Aksesibilitas terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank) di Kota Surakarta” masih tantangan sosial-ekonomi masih ada di Kota Surakarta. Kelompok masyarakat dengan pendapatan rendah, lansia, serta individu yang dengan pengetahuan terbatas dalam memanfaatkan layanan SeaBank secara maksimal. Penelitian Paramita & Hidayat (2023) pada pengguna mobile banking di Bank Syariah Indonesia menyoroti bahwa “*perceived ease of use*” dan “*perceived usefulness*” harus diiringi dengan literasi dan infrastruktur memadai agar adopsi benar-benar meluas. Tanpa strategi edukasi dan peningkatan infrastruktur, kesenjangan digital di antara segmen penduduk di Surakarta dapat terus berlanjut. Oleh karena itu, pentingnya mengkaji sejauh mana masyarakat

di Kota Surakarta mampu memanfaatkan layanan bank digital yaitu SeaBank secara efektif serta meningkatkan elemen teknis aplikasi agar inklusi keuangan digital dapat berkembang pesat ditengah kemajuan teknologi.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan mencakup penguasaan kognitif atas konsep-konsep fiskal dan kemampuan aplikatif dalam menentukan pilihan keuangan yang optimal. Berpedoman Otoritas Jasa Keuangan (2021), literasi keuangan mencakup pemahaman pengetahuan, kemampuan, kepercayaan yang didasari sikap dan perilaku pengelolaan keuangan serta keputusan bijak kualitas hidup.

Alkhwaldi (2024) mengemukakan literasi keuangan menjadi akses awal individu untuk memanfaatkan layanan digital keuangan dengan baik, sehingga perbaiki kualitas hidup keuangan yang lebih bijak. Adapun beberapa indikator literasi keuangan kaitannya pada minat menggunakan bank digital, mencakup pengetahuan, keterampilan, keyakinan, serta sikap terkait keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021)

### **Aksesibilitas**

Aksesibilitas bank digital berarti kemudahan individu dalam memakai layanan digital meliputi mobile banking, akses internet, dan fitur teknologi user-friendly. Menurut Wang dan Wang (2005) dalam Annisa et. al (2025) aksesibilitas menentukan perilaku seseorang untuk mendapatkan kemudahan mendapatkan layanan. Aksesibilitas memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memanfaatkan kebijakan dan program yang telah disediakan (Harmelia et. Al, 2022). Hal ini, Aksesibilitas memperhatikan pengguna dalam memberikan program yang memudahkan akses dalam mobilitas maupun pelayanan.

### **Minat Menggunakan**

Ketertarikan dalam memanfaatkan layanan perbankan digital diartikan sebagai hasrat atau hobi individu untuk memanfaatkan aplikasi atau platform perbankan secara digital sebagai alat untuk kegiatan keuangannya. Menurut Kotler (2016:19) dalam Lestari et, al. (2023) minat digambarkan pada tahap awal sebelum terjadinya keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau layanan. Dalam konteks perbankan digital, minat ini dapat timbul karena faktor kepercayaan terhadap lembaga keuangan, persepsi keamanan sistem, serta kemudahan akses terhadap layanan. Paramita dan Hidayat (2023) mengaplikasikan TAM dari persepsi kemudahan operasional, ketepatan fungsi, dan manfaat teknologi bagi individu.

### **Pengembangan Hipotesis**

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap minat menggunakan Bank Digital (SeaBank)

Hipotesis diformulasikan sebagai asumsi seseorang yang paham keuangan dengan baik biasanya lebih cerdas dalam mengoptimalkan layanan keuangan digital secara aktif dan bijak. Literasi keuangan meliputi kemampuan memahami manfaat dan risiko dari produk keuangan, termasuk layanan perbankan digital. Alkhwaldi (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan menjadi penentu utama dalam peningkatan adopsi teknologi finansial, karena memberikan rasa aman dan kontrol terhadap pengambilan keputusan keuangan digital. Di sisi lain, hasil riset Lestari et al. (2023) menginformasikan walaupun pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan SeaBank secara parsial tidak signifikan, namun dalam kombinasi dengan variabel aksesibilitas, dampaknya menjadi lebih kuat secara simultan.

**H1: Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan SeaBank di Kota Surakarta.**

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank)

Hipotesis ini berangkat dari pandangan bahwa kemudahan akses merupakan salah satu faktor utama dalam adopsi layanan digital, termasuk perbankan. Aksesibilitas mencakup kemudahan menggunakan aplikasi, ketersediaan internet, serta antarmuka yang ramah pengguna yang mempermudah pengguna dalam bertransaksi. Penelitian Sulistyowati dan Paramitha (2024) menegaskan aksesibilitas memegang peran kunci dalam memicu minat keputusan nasabah dalam memilih serta menggunakan layanan perbankan digital, sementara temuan Puspa & Sadiyah (2024) menegaskan bahwa semakin mudah generasi Z mengakses dan memahami layanan perbankan melalui perangkat digital, semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung dan memanfaatkan bank digital secara aktif. Selain dua penelitian tersebut, Harmelia et al. (2022) juga membuktikan bahwasannya kemudahan akses berdampak besar dalam mendorong keinginan masyarakat untuk menabung mahasiswa pada bank syariah, di mana kemudahan jarak, fasilitas, dan teknologi seperti mobile banking terbukti meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan layanan perbankan tersebut. Temuan ini semakin menguatkan bahwa kemudahan akses baik fisik maupun digital merupakan aspek yang konsisten memengaruhi minat pengguna dalam mengadopsi layanan keuangan.

**H2: Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan SeaBank di Kota Surakarta.**

### 3. Metode Penelitian

Studi ini menerapkan desain kuantitatif asosiatif. Sugiyono (2023) mendefinisikan metode kuantitatif sebagai prosedur ilmiah yang berakar pada filsafat positivisme, di mana fokus utamanya adalah pembuktian hipotesis terhadap populasi atau subjek penelitian tertentu. Studi asosiatif ini bertujuan menganalisis dampak literasi keuangan serta aksesibilitas terhadap niat menggunakan perbankan digital.

Populasi penelitian mencakup semua masyarakat Kota Surakarta yang terdaftar pengguna aktif internet dan berpotensi menggunakan layanan bank digital, khususnya SeaBank. Wilayah generalisasi yang terdiri atas unit-unit pengamatan dengan kualifikasi tertentu untuk dipelajari dan disintesis disebut sebagai populasi (Sugiyono, 2023). Pemilihan sampel dilakukan secara *purposive* yang bertujuan untuk meneliti perilaku konsumen karena langkah ini diambil untuk memvalidasi bahwa responden memiliki keterkaitan langsung dengan objek kajian dengan permasalahan yang diteliti. Data primer dihimpun melalui kuesioner terstruktur pada Google Form, dengan teknik pengukuran skala Likert guna mengevaluasi setiap pernyataan.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### Deskripsi Objek Penelitian

Hasil penelitian terkait berbagai aspek yang menentukan pengambilan keputusan minat menggunakan Bank Digital (SeaBank) di Kota Surakarta sebelumnya telah menyebar kuesioner. Data yang diperoleh penulis adalah hasil menyebar kuesioner dari 103 responden. Deskripsi responden dapat disajikan berdasarkan jenis kelamin, usia, mengenal bank digital, menggunakan layanan bank digital dan mengenal atau pernah menggunakan aplikasi SeaBank.

#### 1. Identitas responden menurut jenis kelamin

**Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Perempuan	81	21,40%
Laki-laki	22	78,60%
Total	103	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Komposisi responden dalam studi ini didominasi oleh perempuan yang mencapai 81 orang (78,60%). Sisanya, sebanyak 22 orang atau 21,40%, merupakan responden laki-laki.

## 2. Identitas responden menurut Usia

**Tabel 1. Identitas Responden Menurut Usia**

Kategori	Frekuensi	Persentase
17-25 tahun	93	90,30%
26-35 tahun	9	8,70%
>35 tahun	1	1%
Total	103	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Tabel di atas menunjukkan dominasi remaja (90,30%) dalam minat penggunaan SeaBank di Surakarta. Hal ini dipicu oleh meningkatnya kesadaran mereka akan pentingnya literasi keuangan dan kemudahan aksesibilitas pada layanan perbankan digital.

## 3. Identitas responden menurut pekerjaan

**Tabel 2. Identitas Responden Menurut pekerjaan**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	74	71,80%
Wiraswasta	11	10,70%
Pegawai Negeri	2	1,9%
Ibu Rumah Tangga	2	1,9%
Karyawan Swasta	11	10,70%
Guru	3	2,9%
Total	103	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Merujuk tabel mayoritas pengguna SeaBank di Surakarta berasal dari kalangan mahasiswa dengan persentase 71,80%. Fenomena ini mencerminkan tingginya keterlibatan akademisi muda dalam mengeksplorasi instrumen keuangan digital selama masa studi mereka.

## 4. Identitas responden yang mengenal aplikasi Bank Digital

**Tabel 3. Identitas Responden Yang Mengetahui Aplikasi Bank Digital**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Ya	103	100%
Tidak	0	0,00%
Total	103	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Temuan penelitian ini mengkonfirmasi minat responden terhadap penggunaan bank digital secara signifikan dapat dilihat pada tabel di atas bahwa semua responden mengetahui aplikasi Bank Digital.

## 5. Identitas responden yang menggunakan layanan bank digital

**Tabel 5. Identitas Responden Yang Menggunakan Bank Digital**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Ya	98	95,1%
Tidak	5	4,90%
Total	103	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan hasil dari tabel tersebut memaparkan bahwasannya sebanyak 98 responden atau 95,1% menyatakan telah menggunakan layanan bank digital, sedangkan 5 responden atau 4,9% menyatakan belum menggunakan layanan tersebut. Kondisi ini

merefleksikan tingginya intensitas pemakaian layanan perbankan digital di kalangan responden tergolong sangat tinggi, yang mengindikasikan bahwa layanan ini telah menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari masyarakat.

**6. Identitas responden yang mengenal atau pernah menggunakan aplikasi SeaBank**

**Tabel 6. Identitas Responden Menurut mengenal atau pernah menggunakan aplikasi SeaBank**

Mengenal atau pernah menggunakan aplikasi SeaBank	Frekuensi	Persentase
Ya, pernah menggunakan	68	68%
Ya, mengenal tetapi belum pernah menggunakan aplikasi Seabank	35	34%
Tidak	0	0%
Total	103	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 68 responden atau 66% menyatakan telah menggunakan aplikasi bank digital (SeaBank) sedangkan 35 responden atau 34% menyatakan mengenal tetapi belum menggunakan aplikasi bank digital (SeaBank). Temuan ini mengonfirmasi bahwasannya tingkat pengenalan dan penggunaan SeaBank di Kota Surakarta tergolong tinggi.

**Hasil Analisis Data**

**Uji Validitas**

Pengujian ini berfungsi memastikan validitas kuesioner agar setiap poin pertanyaan selaras dengan variabel penelitian yang ingin diukur. Validitas instrumen diuji dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel pada taraf signifikansi 5

**Tabel 7. Uji Validitas Variabel Penelitian**

Variabel	Item	R hitung	r tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	1	0,524	0,193652098	VALID
	2	0,502	0,193652098	VALID
	3	0,662	0,193652098	VALID
	4	0,704	0,193652098	VALID
Aksesibilitas (X2)	5	0,466	0,193652098	VALID
	6	0,539	0,193652098	VALID
	7	0,605	0,193652098	VALID
	8	0,524	0,193652098	VALID
Minat Menggunakan Bank Digital SeaBank (Y)	9	0,787	0,193652098	VALID
	10	0,764	0,193652098	VALID
	11	0,811	0,193652098	VALID
	12	0,761	0,193652098	VALID

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Uji validitas mengonfirmasi semua item layak digunakan, mengingat tiap nilai \$r\$ hitungnya melampaui 0,1936. pertanyaan pada variabel Literasi Keuangan (X<sub>1</sub>), Aksesibilitas (X<sub>2</sub>), dan Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank) (Y) memiliki nilai r hitung yang melampaui r tabel.

Seluruh butir variabel Literasi Keuangan (X1) dinyatakan valid dengan rentang nilai r hitung antara 0,502 hingga 0,704. Variabel Aksesibilitas (X<sub>2</sub>) juga menunjukkan hasil valid, dengan nilai r hitung item (5–8) berkisar antara 0,466 hingga 0,605. Selanjutnya, yang seluruhnya lebih besar dari r tabel. Variabel Minat Menggunakan (Y) pada item (9-12) juga menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yaitu berkisar antara 0,761 hingga 0,811.

Oleh karena itu, seluruh butir kuesioner terbukti valid dan layak digunakan untuk tahap pengumpulan data selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Untuk menjamin stabilitas hasil pengukuran, uji reliabilitas menetapkan parameter nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60 sebagai indikator instrumen yang andal.

**Tabel 8. Hasil *Cronbach's Alpha***

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,625	Reliabel
Aksesibilitas (X2)	0,717	Reliabel
Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank) (Y)	0,912	Reliabel
Total	103	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Variabel Literasi Keuangan (X<sub>1</sub>) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,625 dengan jumlah item sebanyak 4, maka ditegaskan instrumen pada variabel ini reliabel. Variabel Aksesibilitas (X<sub>2</sub>) diangka *Cronbach's Alpha* 0,717 dengan jumlah item sebanyak 4, yang menegaskan bahwasannya instrumen penelitian pada variabel aksesibilitas berreliabilitas tinggi. Selanjutnya, instrumen pada variabel Y dengan koefisien *Cronbach's Alpha* 0,912 untuk 4 butir pernyataan. Dengan demikian, ditegaskan keseluruhan variabel studi mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, sehingga instrumen penelitian terbukti konsisten dan dapat diaplikasikan di studi lanjutan.

### Uji Asumsi Klasik

Langkah uji asumsi klasik ini diambil guna memastikan bahwa model regresi yang kita gunakan benar-benar valid dan sudah sesuai dengan kriteria dasar analisis linier, maka hasil analisis yang diperoleh mampu menjelaskan keterkaitan antarvariabel secara jelas secara akurat dan dapat dipercaya.

### Uji Normalitas

Uji normalitas ditujukan memvalidasi kenormalan sebaran nilai *residual* dalam model regresi yang dianalisis. Distribusi normalitas data diuji melalui prosedur Kolmogorov–Smirnov (K–S) terhadap unstandardized residual.

**Tabel 9. Hasil Uji Normalitas**

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
<i>Unstandardized Residual</i>	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>	0,717

Sumber : Data Primer diolah, 2026

Melalui uji *Kolmogorov–Smirnov*, diperoleh koefisien *Asymp. Sig. (2-tailed)* senilai 0,156. Karena nilai signifikansi melebihi 0,05, sehingga dipastikan data residual penelitian ini terbukti mengikuti pola distribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memastikan tidak adanya asosiasi kuat antarvariabel independen demi menjaga kualitas model regresi. Model dianggap bebas gangguan jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10.

**Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas**

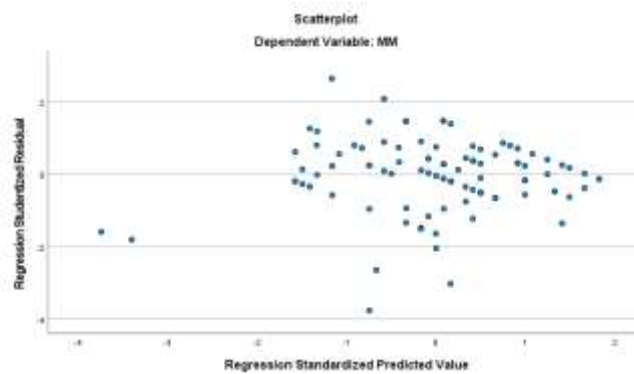
Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan (X1)	0,794	1,260
Aksesibilitas (X2)	0.794	1,260
Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank) (Y)		

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Merujuk tabel 10, variabel Literasi Keuangan (X1) dan Aksesibilitas (X2) masing-masing memiliki nilai *Tolerance* 0,794 serta *VIF* 1,260. Karena seluruh variabel memenuhi kriteria *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10, maka model regresi ini bebas dari masalah multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas dimaksudkan memastikan konsistensi varians *residual* di seluruh pengamatan dalam model regresi. Model ini memanfaatkan pendekatan glejser dan scatter plot untuk memastikan stabilitas varians melalui regresi nilai absolut residual.



**Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas**

Sumber Data : Data Primer Diolah

Perolehan uji menginformasikan data tersebar merata di atas dan di bawah sumbu Y, sehingga asumsi heteroskedastisitas terpenuhi. Oleh karena itu, instrumen regresi ini layak memprediksi variabel Y berdasarkan masukan variabel X1 dan X2.

**Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Rank Spearman**

Variabel	Unstandardized Residual Sig. (2-tailed)	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,202	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Aksesibilitas (X2)	0,648	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Melalui korelasi *Spearman's Rho*, didapatkan nilai signifikansi X1 (0,202) dan X2 (0,648) terhadap *unstandardized residual* di atas 0,05. Temuan menegaskan bahwasannya data telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

**Analisis Linear Berganda**

**Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
----------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>		
(Constant)	1,166	1,810		0,644	0,521
X1	0,768	0,105	0,603	7,316	0,000
X2	0,190	0,112	0,140	1,699	0,092

Dependent Variable : Y

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Perolehan uji regresi berganda pada studi, persamaan regresi dengan mengaplikasikan angka  $\beta$  (Unstandardized Coefficients) yaitu sebagai berikut:

$$Y=1,166+0,768X1+0,190X2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa:

Konstanta senilai 1,166 membuktikan bahwasannya jika variabel Literasi Keuangan dan Aksesibilitas dianggap nol, maka Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank) memiliki nilai 1,166. Nilai 0,768 pada koefisien regresi X1 menunjukkan pengaruh positif; setiap bertambahnya satu satuan Literasi Keuangan, minat penggunaan bank digital akan meningkat sebesar 0,768. Nilai signifikansi Literasi Keuangan (X1) yang mencapai 0,000 mengonfirmasi adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank).

Variabel Aksesibilitas (X2) tercatat memiliki koefisien 0,190, tetapi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank). secara statistik karena nilai p-value (0,092) lebih > 0,05.

**Uji F (Uji Simultan)**

Pengujian F ditujukan memverifikasi pengaruh bersama antara variabel Literasi Keuangan (X1) dan Aksesibilitas (X2) terhadap minat penggunaan Bank Digital (SeaBank) (Y). Ketentuan uji F menetapkan bahwa model regresi memiliki pengaruh signifikan apabila nilai Sig. < 0,05, dan tidak signifikan jika nilai tersebut mencapai atau melampaui 0,05.

**Tabel 13. Hasil Uji F**

<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Regression	544,848	2	272,424	42,634	.000 <sup>b</sup>
Residual	638,977	100	6,390		
Total	1183,825	102			

a. Dependent Variable : Y

b. Predictors : (Constant), X2, X1

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Dengan nilai F hitung 42,634 dan signifikansi 0,000 (< 0,05), Literasi Keuangan dan Aksesibilitas terbukti berpengaruh signifikan secara simultan. Hal ini mengonfirmasi bahwasannya kelayakan model ini menjamin akurasi dalam menjelaskan hubungan timbal balik antara variabel independen dan dependen.

**Koefisien Determinasi**

Untuk mengidentifikasi besarnya peran variabel bebas terhadap variabel terikat, nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah :

**Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
----------	-----------------	--------------------------	-----------------------------------

.678 <sup>a</sup>	0,460	0,449	2,528
-------------------	-------	-------	-------

Sumber : Data Primer Diolah, 2026

Merujuk hasil uji koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) data yang tertera pada tabel 14, diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,678, yang berarti bahwa 67,8% variasi dalam variabel Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank) dapat dibuktikan oleh pengaruh variabel independen, yaitu Literasi Keuangan dan Aksesibilitas. Selain itu, nilai *Adjusted*  $R^2$  sebesar 0,449 memaparkan bahwasannya model tetap mempunyai keandalan prediktif yang baik, meskipun disesuaikan untuk mempertimbangkan jumlah variabel independen yang diaplikasikan. Meskipun lebih rendah dari  $R^2$ , nilai ini memperlihatkan bahwa model tetap solid dan relevan untuk digunakan.

### Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis masing-masing variabel, digunakan bantuan program SPSS. Penentuan hasil akhir merujuk pada standar signifikansi sebesar 0,05 sebagai standar diterima atau ditolaknya sebuah hipotesis.

#### **H<sub>1</sub>: Program Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital (SeaBank)**

Analisis membuktikan pengaruh signifikan Literasi Keuangan terhadap minat memakai SeaBank, yang divalidasi oleh perolehan angka signifikansi 0,000.

Oleh karena itu, hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima.

#### **H<sub>2</sub>: Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat menggunakan bank digital (SeaBank)**

Analisis menunjukkan bahwa faktor Aksesibilitas tidak menjadi penentu signifikan bagi minat penggunaan SeaBank, divalidasi oleh angka p-value > 0,05.

Oleh karena itu, hipotesis kedua ( $H_2$ ) ditolak.

### Pembahasan

#### **Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank)**

Hasil penelitian memaparkan bahwasannya literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank digital (SeaBank). Temuan ini mengindikasikan bahwa minat menggunakan bank digital (SeaBank) merasakan manfaat nyata dari literasi keuangan, seperti memahami instrumen pengelolaan risiko bank digital dan memiliki dasar konsep keuangan pribadi, sehingga terdorong untuk melakukan penggunaan bank digital.

Studi mendukung kajian Annisa et al. (2025) yang membuktikan Literasi Keuangan Syariah mampu menunjukkan bahwa pemahaman finansial berbasis syariah dan tingkat religiusitas mahasiswa memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan preferensi mereka terhadap layanan bank syariah, sementara kemudahan akses fasilitas perbankan turut memperkuat minat penggunaan.

#### **Aksesibilitas terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (SeaBank)**

Hasil penelitian memaparkan bahwasannya aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap minat menggunakan bank digital (SeaBank). Temuan ini mengindikasikan bahwa aksesibilitas yang dilakukan minat menggunakan bank digital (SeaBank) belum menjadi faktor utama dalam mendorong pengguna bank digital untuk menggunakan Bank Digital (SeaBank)

Temuan memperkuat studi Syawal et al. (2026) yang membuktikan kemudahan akses bukan lagi faktor utama dalam menentukan keputusan pengguna, karena sebagian besar layanan digital saat ini sudah memiliki tingkat aksesibilitas yang relatif sama, sehingga pengguna lebih mempertimbangkan aspek kepercayaan dan reputasi dalam memilih layanan keuangan digital

Analisis mengonfirmasi aksesibilitas yang dilakukan oleh pengguna bank digital lebih berperan dalam membentuk persepsi dan pengalaman pengguna bank digital (SeaBank) dibandingkan sebagai faktor utama dalam minat menggunakan bank digital (SeaBank). Aksesibilitas mampu meningkatkan ketertarikan awal pengguna bank digital, namun keputusan pengguna baru terjadi ketika terdorong terhadap pelayanan selama menggunakan bank digital (SeaBank) yang telah digunakan. Dengan demikian, aksesibilitas tidak secara langsung memengaruhi minat menggunakan bank digital (SeaBank), tetapi memberikan dampak tidak langsung melalui literasi keuangan.

## 5. Penutup

Hasil penelitian menginformasikan Literasi Keuangan menjadi motor utama yang mendorong minat masyarakat menggunakan SeaBank, pemahaman mendalam mengenai manajemen risiko dan keuangan pribadi terbukti memotivasi adopsi bank digital. Sebaliknya, Aksesibilitas ditemukan tidak berpengaruh signifikan secara langsung, mengindikasikan bahwa kemudahan akses saja tidak cukup kuat untuk menarik minat pengguna tanpa didukung faktor pendorong lainnya.

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya fokus variabel yang hanya terbatas pada literasi dan aksesibilitas, serta ketergantungan pada persepsi responden yang berpotensi bias. Selain itu, karena penelitian hanya berpusat pada SeaBank, hasilnya belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh industri perbankan digital. Guna meningkatkan minat pengguna, SeaBank disarankan untuk mengintensifkan edukasi literasi keuangan melalui program yang lebih interaktif dan luas. Bagi peneliti selanjutnya, pengembangan studi dapat dilakukan dengan menambahkan variabel seperti kepercayaan dan persepsi risiko, memperluas cakupan wilayah responden, serta menerapkan metode campuran (*mixed method*) untuk mendapatkan temuan yang lebih komprehensif.

## Daftar Pustaka

- Alkhwaldi, A. F. (2024). Digital transformation in financial industry: Antecedents of fintech adoption, financial literacy and quality of life. *International Journal of Law and Management*. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-11-2023-0249>
- Annisa, S. C., Prasaja, M. G., & Utomo, A. S. (2025). Pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, aksesibilitas dan latar belakang pendidikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah (Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo). *Jurnal Ekonomi Syariah, volume(issue)*, halaman. <https://doi.org/xxxxbrainacademy+1>
- Creswell, JW, & Creswell, JD (2023). *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran* (edisi ke-6). SAGE Publications.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*.
- Harmelia, Seplinda, M., & Putri, Y. A. (2022). The influence of accessibility, service, and knowledge of sharia accounting on interest to save in sharia bank (Case study of UPI YPTK Padang students). *Jurnal Manajemen Keuangan Islam, volume(issue)*, halaman. <https://doi.org/xxxxkatadata+1>
- Lestari, W., Sihabudin, & Fauji, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan bank digital (SeaBank). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 12(4), 1140–1144. <https://doi.org/10.31294/jmtk.v12i4.XXXX>
- Muhammad Syawal, Zaenafi Ariani, & Nur Fitri Hidayanti. (2026). Pengaruh Kemudahan Akses Layanan Keuangan Dan Reputasi Fintech Terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 6 (1), 20 – 30. <https://doi.org/10.47709/jebma.v6i1.7975>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2021)*. Jakarta: OJK.
- Paramita, D. A., & Hidayat, A. (2023). The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived benefits on interest in using Bank Syariah Indonesia mobile banking. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(5), 1–9. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2643>
- Puspa, D. A., & Sadiyah, M. (2024). Pengaruh literasi keuangan syariah, digital marketing dan aksesibilitas terhadap minat menabung generasi Z pada bank syariah. *Quranomic: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 25–30. <https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic/article/view/2986>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabet.
- Sulistyowati, R., & Paramitha, A. I. (2024). Analisis pengaruh kepercayaan, jaminan rasa aman, dan aksesibilitas terhadap minat menabung nasabah Bank BRI di Cikarang. *Jurnal Pelita Ilmu*, 18(1), 1–6. <https://doi.org/10.31294/jpi.v18i1.XXXX>
- Tabassum, T., & Ali, Md. M. (2024). Navigating the Digital Frontier: Exploring the Landscape of Digital Finance in the United States. *Global Mainstream Journal*, 1(2), 33–38. <https://doi.org/10.62304/ijbm.v1i2.150>
- Zubaidi, K. S., & Yuliati, A. (2025). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kegunaan, keamanan, dan fitur terhadap minat penggunaan bank digital (Studi pada Generasi Z di Surabaya pengguna SeaBank). *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi dan Akuntansi)*, 14(2), 839-852. <https://doi.org/10.31959/jm.v14i2.308043>