

**PERAN LITERASI KEUANGAN DAN INOVASI TEKNOLOGI FINANSIAL
TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL:
STUDI LITERATUR PADA KASUS SEABANK**

**Athiva Meyliani¹, Apritama Putra Gafur², Asrianti A. Latif³, Novia Ramadhani⁴, Chris
Dayanti Br. Ginting⁵**

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Makassar

Email: athivameyliani12@gmail.com¹, putraapritama525@gmail.com²,
febriantiasri5@gmail.com³, nviarmdhni0911@gmail.com⁴, chris.dayanti@unm.ac.id⁵

ABSTRAK

Literasi keuangan dan inovasi teknologi finansial memainkan peran krusial dalam membentuk perilaku keuangan masyarakat di era digital. Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam mengelola aspek keuangan secara efektif, sedangkan inovasi teknologi finansial (fintech) hadir sebagai solusi untuk meningkatkan inklusi dan efisiensi layanan keuangan. Di Indonesia, kemunculan fintech seperti SeaBank menunjukkan bagaimana layanan keuangan digital mampu menarik minat masyarakat, khususnya generasi muda. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor kemudahan akses, keamanan, promosi finansial, dan integrasi dengan platform digital lain menjadi pendorong utama preferensi masyarakat terhadap SeaBank. Selain itu, pendekatan edukatif dan fitur teknologi yang dihadirkan SeaBank terbukti berkontribusi dalam meningkatkan literasi keuangan digital penggunaannya.

Kata Kunci: Literasi keuangan, Teknologi Keuangan, Perbankan Digital, SeaBank.

ABSTRACT

Financial literacy and financial technology innovation play a crucial role in shaping the financial behavior of society in the digital era. Financial literacy encompasses knowledge, skills, and attitudes in effectively managing financial aspects, while financial technology (fintech) innovations serve as solutions to enhance inclusion and efficiency in financial services. In Indonesia, the emergence of fintech such as SeaBank demonstrates how digital financial services can attract public interest, particularly among the younger generation. Previous studies have shown that factors such as ease of access, security, financial promotions, and integration with other digital platforms are the main drivers of public preference for SeaBank. Additionally, the educational approach and technological features provided by SeaBank have proven to contribute to improving the digital financial literacy of its users.

Keywords: Financial Literacy, Financial Technology, Digital Banking, Seabank.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor jasa keuangan, khususnya melalui kemunculan bank digital dan inovasi teknologi finansial (fintech). Bank digital menawarkan layanan perbankan yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi, yang semakin menarik minat masyarakat untuk beralih dari layanan konvensional. Salah satu bank digital yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah SeaBank, yang dikenal dengan berbagai fitur inovatif serta kemudahan transaksi yang ditawarkan kepada penggunaanya.

Seiring meningkatnya penggunaan perangkat digital, khususnya di kalangan generasi muda, preferensi terhadap bank digital semakin menguat. Namun, keputusan untuk menggunakan layanan bank digital tidak hanya bergantung pada faktor kemudahan aplikasi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan pemahaman terhadap teknologi finansial. Literasi keuangan memegang peranan penting karena membantu individu memahami manfaat, risiko, dan pengelolaan layanan keuangan digital, sementara inovasi teknologi finansial menjadi daya tarik yang membedakan satu layanan dengan lainnya.

Beberapa studi menunjukkan temuan yang beragam terkait pengaruh literasi keuangan dan fitur teknologi finansial terhadap minat menggunakan bank digital. Misalnya, penelitian oleh Lestari & Fauji (2023) mengindikasikan bahwa rendahnya literasi keuangan justru tidak menjadi penghambat penggunaan bank digital karena persepsi risiko yang rendah. Di sisi lain, menunjukkan adanya hubungan positif antara literasi keuangan dengan adopsi mobile banking, menunjukkan bahwa pengetahuan finansial meningkatkan keyakinan dalam memanfaatkan teknologi finansial. Selain itu, penelitian Puteri et al. (2024) menegaskan bahwa literasi keuangan dan literasi digital sama-sama berperan penting dalam membentuk preferensi mahasiswa terhadap penggunaan bank digital.

Dari sisi inovasi fitur, hasil penelitian pun menunjukkan perbedaan pandangan, yaitu bahwa fitur-fitur yang ditawarkan SeaBank berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, sedangkan pendapat lainnya menunjukkan bahwa fitur-fitur serupa telah umum ditemui di aplikasi fintech lainnya, sehingga tidak lagi menjadi pembeda utama. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor apa saja yang sesungguhnya mempengaruhi preferensi masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam memilih bank digital seperti SeaBank.

Rumusan Masalah

Transformasi digital dalam sektor jasa keuangan telah memunculkan dinamika baru dalam perilaku konsumen, khususnya di kalangan generasi muda yang semakin akrab dengan layanan bank digital seperti SeaBank. Meski kemudahan akses menjadi daya tarik utama, masih terdapat variasi dalam preferensi pengguna yang dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan serta persepsi terhadap inovasi teknologi finansial yang ditawarkan.

Permasalahan ini menjadi signifikan mengingat peran strategis bank digital dalam inklusi keuangan dan daya saing industri perbankan di era digital. Kompleksitas muncul ketika hasil studi menunjukkan temuan yang tidak konsisten mengenai pengaruh literasi keuangan dan fitur teknologi terhadap minat menggunakan layanan ini.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana literasi keuangan dan inovasi teknologi finansial mempengaruhi preferensi masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam memilih menggunakan layanan bank digital SeaBank, serta menjawab pertanyaan utama yaitu “Sejauh mana literasi keuangan dan inovasi teknologi finansial berpengaruh terhadap preferensi mahasiswa dalam menggunakan layanan bank digital SeaBank?”

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan di dua bidang, yaitu secara praktis dan teoritis. Dari sudut pandang praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan berharga bagi SeaBank serta institusi keuangan digital lainnya dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi muda, khususnya mahasiswa. Dengan memahami seberapa besar pengaruh literasi keuangan dan inovasi teknologi finansial terhadap preferensi pengguna, bank dapat memperbaiki efektivitas komunikasi, edukasi, dan fitur layanan agar lebih inklusif dan menarik bagi segmen ini. Secara teoritis, penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan kajian akademik di bidang pemasaran jasa keuangan digital, dengan menawarkan perspektif baru mengenai peran literasi keuangan dan persepsi inovasi teknologi dalam membentuk perilaku konsumen. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi studi-studi selanjutnya yang ingin mengeksplorasi keterkaitan antara aspek edukatif dan teknologi dalam mendorong adopsi layanan keuangan berbasis digital.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Literasi Keuangan

Literasi keuangan secara umum merujuk pada kemampuan individu untuk memahami dan mengelola aspek-aspek keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (OJK, 2017), literasi keuangan merupakan proses yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan kemampuan masyarakat agar mampu mengelola keuangannya secara lebih efektif. Organisasi OECD (2006) mendefinisikan literasi keuangan sebagai gabungan antara kemampuan, keinginan, serta kepercayaan diri dalam memanfaatkan pengetahuan mengenai konsep dan risiko keuangan guna mengambil keputusan yang tepat, baik untuk meningkatkan kesejahteraan pribadi maupun berpartisipasi dalam perekonomian. Sementara itu, Carpena & Zia (2011) menekankan bahwa literasi keuangan mencakup tiga aspek utama, yaitu kemampuan berhitung, pemahaman mengenai prinsip dasar keuangan, serta sikap dalam pengambilan keputusan terkait keuangan.

Tingkat literasi keuangan dapat dibedakan menjadi empat kategori, yaitu: (1) tingkat ahli, yang mencakup pemahaman mendalam mengenai produk, layanan, hak, kewajiban, serta kemampuan menggunakan jasa keuangan; (2) tingkat menengah, yang menunjukkan keterampilan cukup dalam memahami manfaat, risiko, dan hak maupun kewajiban terkait layanan keuangan; (3) tingkat dasar, yang berarti individu hanya memiliki sedikit pengetahuan mengenai lembaga dan produk keuangan; serta (4) tingkat tidak melek, di mana individu minim pengetahuan dan kepercayaan terhadap lembaga serta produk keuangan, bahkan cenderung menolak penggunaannya.

Berdasarkan Standar Nasional Literasi Keuangan Indonesia (OJK, 2017), terdapat beberapa prinsip utama dalam pelaksanaan edukasi keuangan, yakni: kegiatan harus sesuai dengan tujuan dan strategi yang ditetapkan serta dilengkapi indikator pengukuran; berfokus pada peningkatan kapasitas finansial; dilakukan secara berkesinambungan dengan memprioritaskan pemahaman konsumen; serta melibatkan kerjasama lintas pihak untuk menjamin pelaksanaan edukasi yang menyeluruh.

Untuk menilai tingkat literasi keuangan seseorang, digunakan sejumlah indikator yang mencakup pemahaman nilai barang dan kemampuan menentukan prioritas, keterampilan mengelola serta menyisihkan uang, pemahaman mengenai kredit, manajemen risiko dan asuransi, pengetahuan investasi dasar, kesiapan finansial menghadapi masa pensiun, kemampuan membandingkan produk keuangan, serta pengetahuan mengenai sumber informasi yang relevan. Selain itu, individu juga perlu mampu mengenali potensi konflik dalam penggunaan sumber daya berdasarkan prioritas kebutuhan.

Inovasi Teknologi Finansial

Inovasi teknologi finansial atau yang lebih dikenal sebagai financial technology (fintech) telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam dekade terakhir, terutama dalam merespons kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang lebih inklusif, efisien, dan berbasis digital. Perubahan gaya hidup masyarakat serta peningkatan penetrasi internet dan perangkat seluler mendorong kemunculan berbagai layanan keuangan digital yang mengubah lanskap industri keuangan secara signifikan. Menurut Dai & Suryanto (2019), fintech merupakan hasil dari integrasi antara teknologi informasi dan layanan keuangan yang menciptakan model bisnis baru, efisiensi operasional, dan pengalaman pengguna yang lebih baik dalam mengakses layanan keuangan.

Salah satu kontribusi utama dari inovasi teknologi finansial adalah perannya dalam meningkatkan inklusi keuangan, khususnya di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Fintech mampu menjangkau segmen masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh lembaga keuangan formal, seperti masyarakat di daerah terpencil dan mereka yang tidak memiliki akses ke perbankan konvensional. Studi yang dilakukan oleh Feriyanto et al. (2024) menunjukkan bahwa fintech berperan besar dalam memperluas akses layanan keuangan melalui platform digital seperti peer-to-peer lending, dompet digital (e-wallet), dan sistem pembayaran berbasis aplikasi, yang mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi, menabung, hingga mendapatkan pembiayaan.

Dalam konteks perkembangan di Indonesia, pemerintah turut mendorong pengembangan sektor fintech melalui berbagai regulasi dan dukungan ekosistem digital. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai regulator, telah merancang kebijakan yang bertujuan untuk menyeimbangkan antara inovasi dan perlindungan konsumen, seperti melalui implementasi regulatory sandbox yang memungkinkan pengujian produk dan model bisnis baru dalam lingkungan yang terkontrol. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam jurnal oleh Dai & Suryanto (2019), bahwa regulasi yang adaptif menjadi kunci dalam mendukung pertumbuhan fintech yang berkelanjutan dan aman.

Tidak hanya itu, kemunculan teknologi finansial juga mengubah perilaku konsumen dalam mengakses dan menggunakan layanan keuangan. Masyarakat mulai terbiasa melakukan pembayaran tanpa uang tunai, menggunakan layanan pinjaman secara daring, dan bahkan melakukan investasi melalui platform digital. Fenomena ini menandakan terjadinya pergeseran paradigma dari sistem keuangan tradisional ke arah sistem yang lebih berbasis teknologi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Feriyanto et al. (2024), ditemukan bahwa adaptasi digital oleh

masyarakat memiliki korelasi positif dengan meningkatnya literasi keuangan digital, yang menjadi landasan penting bagi pemanfaatan fintech secara optimal dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, literatur yang ada menunjukkan bahwa inovasi dalam teknologi finansial memberikan dampak besar terhadap transformasi industri keuangan, peningkatan inklusi keuangan, serta pembentukan perilaku finansial masyarakat yang lebih modern dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Namun, perlu diingat bahwa pertumbuhan fintech juga harus dibarengi dengan peningkatan edukasi finansial, perlindungan data, dan pengawasan yang ketat agar manfaat yang ditawarkan dapat dirasakan secara merata dan berkelanjutan oleh seluruh lapisan masyarakat.

Preferensi Masyarakat terhadap Bank Digital

Preferensi masyarakat dalam layanan keuangan menggambarkan kecenderungan individu dalam memilih produk atau jasa keuangan, yang dipengaruhi oleh persepsi, kebutuhan, dan pengalaman masing-masing. Dalam konteks ini, preferensi masyarakat terhadap bank digital SeaBank mencerminkan perubahan penting dalam perilaku konsumen di era digital, terutama di kalangan generasi muda. Sebagian besar pengguna SeaBank berasal dari rentang usia 17 hingga 25 tahun, berpendidikan dari tingkat SMA hingga perguruan tinggi, serta banyak yang berstatus sebagai mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda memiliki keterbukaan yang tinggi terhadap inovasi teknologi dalam layanan keuangan. SeaBank menjadi pilihan utama karena menawarkan berbagai keunggulan, seperti akses yang mudah melalui aplikasi yang user-friendly, proses pembukaan rekening yang praktis hanya dengan KTP dan koneksi internet, serta beragam promosi menarik seperti suku bunga tabungan yang kompetitif dan program cashback.

Tak kalah penting, faktor keamanan juga menjadi pertimbangan utama. SeaBank berada di bawah naungan Sea Group, diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), yang memberikan rasa aman bagi penggunanya. Kemudahan dalam bertransaksi, seperti bebas biaya transfer antarbank dan integrasi yang baik dengan platform Shopee serta ShopeePay, semakin memperkuat minat masyarakat untuk menggunakan layanan ini.

Secara keseluruhan, preferensi masyarakat terhadap SeaBank dipengaruhi oleh kombinasi antara kemudahan akses, manfaat finansial, serta kepercayaan terhadap institusi keuangan digital. SeaBank pun menjadi salah satu bank digital yang paling diminati, terutama

di kalangan generasi muda, dan mencerminkan pergeseran perilaku menuju digitalisasi keuangan yang lebih inklusif dan responsif terhadap perkembangan zaman.

Studi Terdahulu tentang SeaBank

Seiring dengan perkembangan teknologi digital di sektor keuangan, SeaBank menjadi salah satu entitas perbankan digital yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa studi telah dilakukan untuk meninjau berbagai aspek yang berkaitan dengan operasional, strategi digitalisasi, serta preferensi nasabah terhadap layanan SeaBank.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari et al. (2022) menunjukkan bahwa kemudahan akses layanan melalui aplikasi SeaBank menjadi faktor dominan dalam meningkatkan loyalitas pengguna. Penelitian ini menekankan pentingnya antarmuka pengguna (user interface) yang sederhana dan integrasi sistem pembayaran digital, yang mampu meningkatkan kenyamanan transaksi harian masyarakat. Dalam konteks ini, digital experience terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi nilai dan keputusan penggunaan layanan perbankan digital.

Selanjutnya, studi oleh Jesslyn et al. (2023) membahas tentang strategi SeaBank dalam membangun kepercayaan nasabah melalui pendekatan edukatif dan fitur keamanan digital. Penelitian ini menemukan bahwa pendekatan edukasi keuangan yang diterapkan SeaBank melalui media sosial dan aplikasi tidak hanya meningkatkan pemahaman pengguna terhadap layanan keuangan, tetapi juga memperkuat literasi keuangan digital, khususnya di kalangan generasi milenial dan Gen Z.

Dalam studi lain, Harahap et al., (2023) mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi layanan SeaBank dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan berperan penting dalam mendorong masyarakat untuk beralih ke layanan bank digital. SeaBank, sebagai bagian dari ekosistem Sea Group yang terintegrasi dengan e-commerce dan layanan digital lain seperti Shopee, mampu memanfaatkan konektivitas lintas platform sebagai daya tarik tersendiri.

Beberapa literatur juga mengidentifikasi bahwa inovasi teknologi finansial (fintech) yang diterapkan oleh SeaBank—seperti integrasi dengan QRIS, fitur bunga harian, dan bebas biaya admin—menjadi aspek yang diperhitungkan oleh pengguna dalam membandingkan layanan dengan bank konvensional. Hal ini memperkuat temuan bahwa inovasi produk dan layanan berbasis teknologi memiliki korelasi positif terhadap preferensi konsumen dalam memilih bank digital.

Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, dapat disimpulkan bahwa SeaBank telah menjadi objek kajian dalam berbagai aspek yang mencakup user experience, literasi keuangan digital, inovasi teknologi, hingga strategi integrasi digital. Temuan-temuan ini menjadi dasar penting untuk mendalami lebih lanjut bagaimana peran literasi keuangan dan inovasi teknologi finansial mempengaruhi preferensi masyarakat dalam memilih layanan bank digital seperti SeaBank.

C. METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Studi ini adalah studi kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui penelitian literatur. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman konseptual dan empiris tentang kemampuan keuangan, inovasi teknologi keuangan, dan tautan preferensi masyarakat saat menggunakan layanan perbankan digital, dengan fokus pada kasus SeaBank.

Teknik Pengumpulan Data (Studi Literatur)

Data dari penelitian ini diperoleh melalui metode studi literatur, yaitu mengumpulkan dan menyelidiki sumber sekunder yang relevan. Sumber-sumber ini termasuk artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian industri, dokumen dari lembaga pemerintah seperti Biro Layanan Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia, serta publikasi akademik dan artikel yang membahas SeaBank sebagai studi kasus. Pemilihan literatur didasarkan pada relevansi variabel penelitian, keandalan sumber, dan pembaruan data (dalam 5-10 tahun terakhir).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis Isi (Content Analysis). Ini memeriksa dan mengkategorikan hasil literatur sesuai dengan variabel utama penelitian: kemampuan keuangan, inovasi teknologi keuangan, dan preferensi masyarakat. Selain itu, interpretasi hubungan diri dan integrasi dari berbagai sumber untuk sepenuhnya memahami kontribusi semua variabel untuk pengenalan layanan perbankan digital, khususnya SeaBank.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Literasi Keuangan terhadap Preferensi Penggunaan Bank Digital

Literasi keuangan memegang peranan penting dalam menentukan preferensi masyarakat terhadap penggunaan layanan bank digital. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan

informasi serta produk keuangan guna membuat keputusan yang tepat dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Kemampuan ini mencakup pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk keuangan, kemampuan mengelola pengeluaran, serta keterampilan untuk memilih produk finansial yang sesuai dengan kebutuhan (OJK, 2017; OECD, 2006).

Dalam konteks bank digital, seperti SeaBank, literasi keuangan berperan sebagai faktor pendorong utama yang mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan berbasis digital. Bank digital menawarkan beragam fitur yang mempermudah transaksi, seperti pembukaan rekening secara daring, transfer tanpa biaya, bunga tabungan yang kompetitif, hingga integrasi dengan platform e-commerce seperti Shopee. Namun, pemanfaatan optimal atas fitur-fitur ini sangat bergantung pada tingkat pemahaman pengguna terkait fungsi, manfaat, serta risiko yang melekat pada layanan digital.

Berdasarkan hasil penelitian Puteri et al. (2024) ditemukan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih percaya diri dan merasa aman dalam menggunakan layanan bank digital. Mereka mampu memanfaatkan promosi, cashback, serta fitur unggulan lainnya secara maksimal. Selain itu, mereka memiliki kemampuan untuk menilai risiko keamanan digital, seperti potensi kebocoran data pribadi atau ancaman siber, sehingga dapat mengadopsi langkah-langkah pencegahan yang sesuai. Sebaliknya, individu dengan literasi keuangan rendah menunjukkan kecenderungan untuk bersikap ragu, khawatir akan salah langkah, atau bahkan memilih tetap menggunakan layanan perbankan konvensional karena dianggap lebih aman.

Studi kasus SeaBank menunjukkan bahwa literasi keuangan bukan hanya sekedar pemahaman teoretis, melainkan juga mencakup kemampuan praktis dalam mengakses, memahami, dan memanfaatkan produk-produk keuangan digital. Pengguna SeaBank yang memiliki literasi keuangan memadai mampu membandingkan keunggulan dan kekurangan layanan digital dengan produk perbankan tradisional, serta membuat keputusan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Dengan demikian, literasi keuangan dapat dikatakan berperan sebagai salah satu determinan penting dalam meningkatkan adopsi dan pemanfaatan layanan bank digital, khususnya di kalangan masyarakat yang sudah terbiasa dengan teknologi.

Peran Inovasi Teknologi Finansial terhadap Preferensi Penggunaan Bank Digital

Inovasi teknologi finansial memainkan peran yang sangat krusial dalam mempengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan layanan bank digital, termasuk

SeaBank. Perkembangan teknologi telah mendisrupsi cara masyarakat berinteraksi dengan layanan keuangan, dari yang semula bersifat konvensional menjadi serba digital. Inovasi-inovasi yang diusung oleh lembaga keuangan digital, seperti penerapan *Artificial Intelligence, machine learning, chatbot*, serta integrasi dengan e-commerce, telah berhasil mengubah ekspektasi dan kebutuhan konsumen, terutama generasi muda yang lebih melek teknologi.

Salah satu inovasi yang sangat berpengaruh adalah kemudahan dalam membuka rekening secara daring tanpa perlu ke cabang fisik. Dalam kasus SeaBank, pengguna hanya perlu beberapa menit dan akses internet untuk membuka akun. Hal ini menjadi daya tarik utama bagi masyarakat yang mengutamakan efisiensi waktu dan kemudahan akses, serta menjadi faktor pendorong meningkatnya preferensi terhadap bank digital dibandingkan bank konvensional.

Selain itu, sistem keamanan yang ditingkatkan melalui teknologi biometrik dan *two-factor authentication* juga meningkatkan rasa aman pengguna dalam bertransaksi. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem sangat berkorelasi positif dengan preferensi mereka dalam menggunakan layanan digital. Ketika sistem keamanan didukung oleh inovasi yang canggih, maka resistensi masyarakat terhadap penggunaan bank digital dapat ditekan secara signifikan.

Tak hanya dari sisi keamanan dan kemudahan, fitur-fitur interaktif dan integrasi dengan platform lain seperti Shopee—yang notabene adalah perusahaan induk dari SeaBank—mendorong frekuensi penggunaan aplikasi. Inovasi berupa sistem *cashback* otomatis, bunga tabungan yang lebih tinggi dari rata-rata bank konvensional, serta pengalaman pengguna yang dipersonalisasi (misalnya notifikasi pintar, riwayat pengeluaran, dan *budgeting assistant*) telah meningkatkan loyalitas serta preferensi masyarakat terhadap SeaBank dibandingkan layanan serupa.

Temuan dari studi literatur juga menunjukkan bahwa kecepatan layanan (seperti proses transfer instan dan update saldo real-time) yang difasilitasi oleh teknologi finansial turut memperkuat persepsi masyarakat bahwa bank digital adalah solusi finansial yang adaptif terhadap gaya hidup modern. Fitur-fitur ini tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga membentuk pengalaman emosional positif pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan preferensi mereka dalam menggunakan SeaBank secara berkelanjutan.

Lebih jauh lagi, kemudahan dalam pelacakan transaksi serta transparansi informasi melalui inovasi antarmuka digital menjadi nilai tambah yang signifikan. Masyarakat merasa lebih diberdayakan karena dapat memantau kondisi keuangannya secara real-time, yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan bantuan petugas bank. SeaBank, melalui inovasi antarmuka yang intuitif dan informatif, berhasil menjawab kebutuhan ini dengan baik, yang pada akhirnya mempengaruhi preferensi dan keputusan masyarakat dalam memilih layanan perbankan digital.

Studi Literatur Kasus SeaBank

Studi Literatur Kasus SeaBank: Tren Digitalisasi Layanan Perbankan di Kalangan Generasi Muda. Digitalisasi layanan perbankan telah menjadi transformasi penting di industri keuangan global, termasuk di Indonesia. Salah satu pelopor dalam tren ini adalah SeaBank, sebuah bank digital yang bagian dari ekosistem Sea Group, yang juga mengelola platform e-commerce Shopee. SeaBank memanfaatkan teknologi digital dan basis pengguna Shopee yang luas untuk menarik perhatian generasi muda terhadap layanan perbankan berbasis digital.

Generasi muda, terutama milenial dan Gen Z, memiliki preferensi yang tinggi terhadap layanan keuangan berbasis aplikasi yang ramah pengguna, cepat, dan terintegrasi dengan gaya hidup digital mereka. SeaBank beradaptasi dengan tren ini melalui berbagai fitur, seperti proses pembukaan rekening online yang cepat, tanpa biaya administrasi, dan suku bunga tabungan yang kompetitif. Selain itu, integrasi langsung dengan Shopee Pay semakin mendorong penggunaan SeaBank sebagai sarana transaksi utama di sektor e-commerce.

Dalam aspek pemasaran, SeaBank memanfaatkan strategi pemasaran digital yang efektif, seperti kolaborasi dengan influencer muda, promosi cashback, dan gamifikasi dalam aplikasinya. Strategi ini tidak hanya meningkatkan jumlah nasabah baru tetapi juga menciptakan keterlibatan yang tinggi. Dari sudut pandang teknologi, SeaBank mengandalkan kecerdasan buatan serta analitik data untuk mempersonalisasi layanan, yang menjadi daya tarik bagi generasi muda yang menginginkan pengalaman finansial yang lebih relevan dan kontekstual.

Namun, tantangan yang ada harus dihadapi, terutama dalam hal keamanan data dan literasi keuangan. Generasi muda yang aktif secara digital rentan terhadap risiko penipuan siber, sehingga SeaBank perlu menyeimbangkan kemudahan akses dengan peningkatan sistem

keamanan. Studi oleh OJK (2023) menegaskan pentingnya edukasi tentang keuangan digital bagi pengguna muda agar mereka dapat memanfaatkan layanan dengan bijak dan aman. Ke depan, kolaborasi antara regulator, industri, dan lembaga pendidikan menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem perbankan digital yang inklusif dan berkelanjutan.

E. KESIMPULAN

Literasi keuangan dan inovasi teknologi finansial merupakan dua pilar utama yang saling mendukung dalam membentuk perilaku finansial masyarakat modern. Literasi keuangan mencakup kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat, yang ditentukan oleh pemahaman konsep keuangan dasar, sikap, serta keterampilan berhitung. Sementara itu, inovasi teknologi finansial (fintech) telah merevolusi cara masyarakat mengakses layanan keuangan, terutama melalui kemudahan, efisiensi, dan inklusivitas yang ditawarkan oleh platform digital.

Perkembangan fintech di Indonesia, yang turut didorong oleh regulasi adaptif dari pemerintah dan OJK, memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan inklusi keuangan, khususnya di kalangan generasi muda dan masyarakat yang belum terjangkau oleh sistem perbankan konvensional. Dalam konteks ini, kehadiran bank digital seperti SeaBank menjadi cerminan nyata dari pergeseran preferensi masyarakat terhadap layanan keuangan yang lebih modern, praktis, dan berbasis teknologi. SeaBank diminati terutama karena akses mudah, fitur unggulan seperti bunga harian dan bebas biaya admin, serta integrasi dengan platform digital lain seperti Shopee.

Berbagai studi terdahulu juga memperkuat temuan bahwa keberhasilan SeaBank dalam menarik pengguna erat kaitannya dengan faktor antarmuka yang user-friendly, strategi edukasi digital, dan kepercayaan terhadap keamanan layanan. Keunggulan teknologi dan pendekatan edukatif ini berperan penting dalam meningkatkan literasi keuangan digital, yang pada gilirannya mendorong loyalitas dan adopsi layanan perbankan digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan yang baik, didukung oleh pemanfaatan inovasi teknologi finansial, memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam memilih layanan keuangan digital seperti SeaBank. Kombinasi antara pengetahuan keuangan dan kemudahan teknologi menjadi pondasi utama dalam menciptakan masyarakat yang inklusif secara finansial dan siap menghadapi transformasi ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Carpena, F., & Zia, B. (2011). *Unpacking the Causal Chain of Financial Literacy*. September.
- Dai, R. M., & Suryanto. (2019). MODEL LITERASI KEUANGAN DALAM MENINGKATKAN PENGELOLAAN KEUANGAN PADA PENGUSAHA OLAHAN SUSU CIPAGERAN DI KOTA CIMAHI. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan*, 43–48.
- Feriyanto, O., Qur'anisa, Z., Herawati, M., Lisvi, & Putri, M. H. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 99–114. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1573>
- Harahap, E. F., Arimbawa, I. G. A. P., Sucandrawati, N. L. K. A., Nurdianti, T. W., & Anantadjaya, S. P. (2023). Digital bank transformation : A content analysis of SEABank. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(3), 383–395. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Jesslyn, Maitir, B., Hartono, C., Jennifer, F., Liana, J., & Fatyandri, A. N. (2023). Analisis Strategi Bisnis dan Tingkat Persaingan dengan Kompetitor pada Perusahaan Seabank dalam Dunia Perbankan. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 48–52.
- Lestari, W., & Fauji, R. (2023). KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK DIGITAL (SEABANK) (STUDI PADA MASYARAKAT KARAWANG TIMUR). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(04), 1140–1154.
- Puteri, A. M., Inanda, I., Prasetyo, R. B., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Preferensi Bank Bank Digital di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 16–25.
- Sari, B. P., Rimbano, D., Marselino, B., & Rusydi, G. (2022). Determinasi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan Usaha UMKM. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2840–2849.