

Pengaruh Inovasi Teknologi, Literasi Keuangan, dan Resiko Keuangan Terhadap Adopsi Nasabah Pada Seabank

Novita Susila Wardani¹

Endar Pituringsih²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Indonesia

*Correspondences: novitasusilawardani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi teknologi, literasi keuangan dan resiko keamanan terhadap adopsi nasabah pada Seabank. Seabank adalah aplikasi bank digital yang berkembang pesat di Indonesia. *Purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dan penentuan ukuran sampel dengan rumus Hair et al, sehingga menghasilkan 150 responden. Alat analisis yang digunakan adalah SmartPLS 4. Hasil studi ini mendukung *Technology Acceptance Model* (TAM) menunjukkan bahwa inovasi teknologi, literasi keuangan dan resiko keamanan terhadap adopsi nasabah seabank berpengaruh positif signifikan. Keterbatasan dalam penelitian yaitu pada ruang lingkup dan jumlah sampel yang digunakan, sehingga disarankan pada penelitian selanjutnya untuk memperluas cakupan studi serta meningkatkan jumlah dan keragaman sampel agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan dapat digeneralisasikan.

Kata Kunci: Inovasi Teknologi; Literasi Keuangan; Resiko Keamanan; Adopsi Nasabah; Seabank

The Influence of Technological Innovation, Financial Literacy, and Financial Risk on Customer Adoption at Seabank

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of technological innovation, financial literacy and financial risk on customer adoption in Seabank. Seabank is a digital bank application that is growing rapidly in Indonesia. The sampling technique is purposive sample and determining the sample size with the formula hair et al, resulting in 150 respondents. The analytical tool used is SmartPLS 4. This result of this study supports the Technology Acceptance Model (TAM) showing that technological innovation, financial literacy and security risks on seabank customer adoption have a significant positive effect. The limitations in the study are in the scope and number of samples used, so it is recommended in further research to expand the scope of the study and increase the number and diversity of samples so that the results obtained are more representative and can be generalized.

Keywords: *Technological Innovation; Financial Literacy; Security Risk; Customer Adoption; Seabank*



e-ISSN 2302-8556

Vol. 35 No. 6
Denpasar, 30 Juni 2025
Hal. 1739-1751

DOI:

10.24843/EJA.2025.v35.i06.p16

PENGUTIPAN:

Wardani, N. S., & Pituringsih, E. (2025). Pengaruh Inovasi Teknologi, Literasi Keuangan, dan Resiko Keuangan Terhadap Adopsi Nasabah Pada Seabank. *E-Jurnal Akuntansi*, 35(6), 1739-1751

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk:

27 Mei 2025

Artikel Diterima:

28 Juni 2025

Artikel dapat diakses : <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/index>

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di bidang telekomunikasi dan teknologi informasi terus merevolusi industri perbankan (Al-Jabri & Sohail, 2012). Digital banking, atau perbankan digital, telah menjadi salah satu elemen kunci dalam transformasi industri perbankan global (Tabassum & Ali, 2024). Perkembangan teknologi digital mendorong transformasi perbankan menuju layanan yang lebih cepat, efisien, dan aman. Digitalisasi kini menjadi keharusan karena nasabah menginginkan kemudahan, fleksibilitas, dan layanan 24 jam. Perbankan daring penting karena memberikan kemudahan, efisiensi, dan fleksibilitas bagi konsumen dan penyedia layanan keuangan (Asif & Sarwar, 2023). Layanan yang berkualitas sangat berarti bagi kesuksesan perusahaan, dikarenakan berdampak pada kepuasan karyawan dan pengguna. Keberadaan bank digital memberikan solusi praktis bagi masyarakat Indonesia. Sepanjang tahun terakhir, keunggulan utamanya bank digital yakni kemampuan untuk diakses kapan saja dan di mana saja, telah mempermudah yang besar yang dirasakan para pengguna dalam menjalankan berbagai aktivitas finansial (Ari Muhamad Imran, AM et al., 2024).

Menurut riset Lokadata dilansir pada laman Lokadata.id, pada tahun 2024 sebesar 73% generasi Z dan milenial merupakan pengguna layanan bank digital untuk kebutuhan sehari-hari. Munculnya inovasi bank digital di Indonesia didorong oleh pesatnya perkembangan teknologi. Eksistensi startup seperti Tokopedia, Shopee, Gojek, Grab, dan sejenisnya turut berperan dalam mengubah pola perilaku masyarakat. Transaksi yang dilakukan melalui platform-platform tersebut telah mendorong peningkatan signifikan dalam penggunaan uang elektronik dibandingkan sebelumnya (Cupian et al., 2022). Dengan akses yang mudah serta integrasi antara e-commerce dan layanan investasi, transaksi menjadi semakin sederhana. Tingginya minat masyarakat, terutama Gen-Z, terhadap bank digital mendorong pesatnya inovasi, salah satunya transaksi dana tanpa kartu (cardless transaction) yang memungkinkan transfer atau penarikan tunai tanpa kartu fisik. Seabank sebagai bank digital yang berkembang di Indonesia turut mengadopsi inovasi ini untuk meningkatkan pelayanan dan efisiensi operasional (Ramadhani Putri & Trisnaningsih, 2025).

Seabank merupakan bank digital yang berkembang bersama platform Shopee. Sama halnya dengan bank digital lain, Seabank memfasilitasi nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan, mulai dari menabung hingga transfer ke bank lain. Sebagai pendatang baru di pasar bank digital, Seabank menarik perhatian dengan fitur yang terintegrasi dengan Shopee dan antarmuka yang menyerupai aplikasi belanja online. Meskipun terkesan baru, SeaBank sebenarnya merupakan transformasi dari Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) yang berdiri sejak 1991 di Jakarta. Pada tanggal 10 Februari 2021, nama BKE secara resmi diubah menjadi SeaBank dan kini beroperasi di bawah PT Bank Seabank Indonesia, yang merupakan anak perusahaan dari Shopee. Produk utama SeaBank, yaitu Rekening Tabungan, memudahkan pengelolaan keuangan sehari-hari serta menyediakan layanan tabungan dalam satu akun dengan tingkat suku bunga yang kompetitif (Lestari & Fauji, 2023).

Meski transaksi pada bank digital menawarkan kemudahan, adopsinya masih menghadapi tantangan (Sehabudin, 2023). Beberapa masalah kerap muncul dan mengganggu kepuasan nasabah, seperti transfer dana yang gagal, saldo yang

sudah terpotong namun dana belum masuk ke rekening yang dituju, serta lamanya proses penyelesaian yang mengharuskan nasabah menunggu hingga sekitar lima hari kerja (Ari Muhamad Imran et al., 2024). Adopsi layanan e-banking tidak langsung mendapat penerimaan luas dari masyarakat. Berbagai faktor menyebabkan sebagian orang masih ragu untuk menggunakan produk-produk inovatif dari perbankan, salah satunya adalah minimnya kepercayaan terhadap jaminan keamanan yang diberikan oleh pihak bank (Mauludiyah & Diana, 2018). Sebagai industri yang bergantung pada kepercayaan, keraguan nasabah dapat merugikan bank, apalagi 75% transaksi kini dilakukan secara online (Tegar, 2023).

Perkembangan teknologi dan inovasi dalam perbankan digital tidak hanya berdampak pada bank itu sendiri, tetapi juga pada seluruh ekosistem keuangan (Carbó-Valverde et al., 2024). Selain itu, regulasi yang ketat di sektor keuangan seringkali menjadi penghalang bagi inovasi teknologi (Syamsuddin et al., 2024). Literasi yang rendah menjadi hambatan utama dalam adopsi fintech, karena masyarakat yang tidak memiliki pemahaman dasar keuangan cenderung menghindari layanan berbasis digital. Rendahnya literasi keuangan dan tingginya kekhawatiran terhadap risiko keamanan dapat menjadi penghambat dalam pemanfaatan layanan tersebut dengan maksimal. Maka dari itu, sangat penting untuk mengerti faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam mengadopsi teknologi transaksi dana tanpa kartu (PUTRI, 2024).

Menurut Gefen et al, 2003, *Theory Acceptance Model* (TAM) adalah model untuk memprediksi dan menjelaskan tingkat penerimaan serta pemanfaatan teknologi oleh pengguna terkait pekerjaan atau aktivitas yang dilakukan. *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diusulkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), yang diciptakan dalam psikologi untuk mengklarifikasi dan memperkirakan berbagai macam perilaku. Inovasi teknologi berkaitan langsung dengan persepsi kegunaan, literasi keuangan memengaruhi pemahaman nasabah dalam menilai kemudahan dan manfaat teknologi, sedangkan resiko keamanan dapat memengaruhi sikap dan kepercayaan terhadap penggunaan teknologi. Oleh karena itu, TAM menjadi landasan yang tepat untuk menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap adopsi teknologi dalam transaksi dana tanpa kartu di Seabank. Teori ini didukung oleh bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, di mana teori tersebut juga digunakan dalam penelitiannya yaitu (Henderianto et al., 2025), (Akmalia & Rikumahu, 2020), (Annisa Puspawati et al., 2025), (Ayu et al., 2025) dan (Resamala Sari et al., 2025), (Noviarni, 2014), (Tristiyanti, 2017), (Mauludiyah & Diana, 2018), (Dash, 2014) dan (Asif & Sarwar, 2023).

Adopsi adalah keputusan untuk mengimplementasikan sebuah inovasi serta memastikan keberlanjutannya (ASNAMAWATI, 2015). Niat perilaku mengacu pada keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu (Faqih, 2022). Adopsi konsumen merupakan proses mental yang membawa seseorang dari tahap awal mengetahui suatu inovasi sampai pada akhirnya benar-benar memanfaatkannya (Rahayu, 2018). Melalui inovasi, sumber daya, kekuatan, dan kapabilitas baru diberikan untuk mendorong terciptanya kemakmuran (Henderianto et al., 2025). Inovasi teknologi mencerminkan minat seseorang untuk menerapkan sistem informasi baru. Penelitian terdahulu mengungkap inovasi

teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi nasabah yaitu penelitian (Henderianto et al., 2025), (Sehabudin, 2023), (Rahayu, 2018) dan (HUMAIRAH, 2024) sedangkan (Akmalia & Rikumahu, 2020) dan (Sari, 2016) mengungkapkan bahwa inovasi teknologi dengan adopsi nasabah memiliki pengaruh negatif. Dengan demikian, dalam penelitian ini hipotesis disusun sebagai berikut;

H₁: Inovasi Teknologi berpengaruh positif Terhadap Adopsi Nasabah

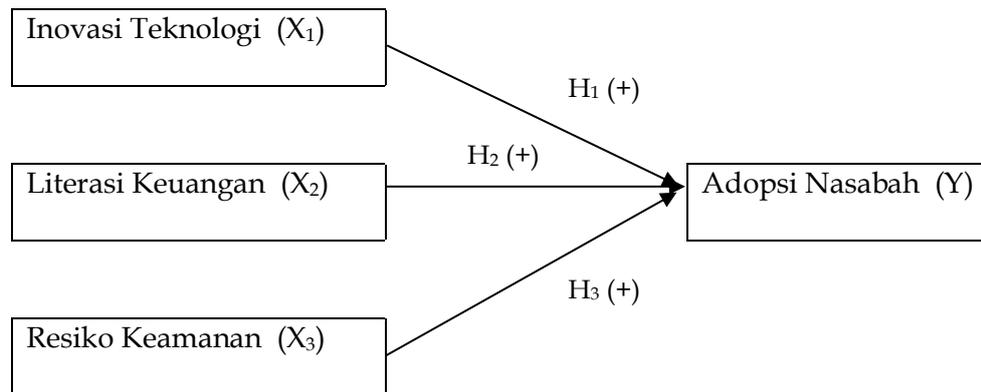
Literasi keuangan juga berhubungan erat dengan literasi digital keuangan, terutama dalam konteks penggunaan teknologi finansial. Dalam buku ditulis oleh Choerudin et al. (2023) dijelaskan bahwa literasi digital keuangan memungkinkan masyarakat untuk mengakses layanan keuangan lebih mudah, yang sebelumnya sulit dijangkau, serta memfasilitasi pemahaman yang lebih baik mengenai produk- produk finansial digital (Annisa Puspawati et al., 2025). Penelitian terdahulu juga mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan berdampak positif dan signifikan terhadap adopsi nasabah (Ferozi Ramdana Irsyad et al., 2024), (Annisa Puspawati et al., 2025), (Ayu et al., 2025), (HUMAIRAH, 2024), (HASYIM, 2022) dan (Resamala Sari et al., 2025) ,namun pada studi (Lestari & Fauji, 2023) dan (Henderianto et al., 2025) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap adopsi. Sehubungan dengan itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut;

H₂: Literasi Keuangan berpengaruh positif Terhadap Adopsi Nasabah

Dalam sektor perbankan, risiko adalah insiden yang berpotensi menimbulkan kerugian terhadap modal dan pendapatan bank, baik yang terduga maupun tidak terduga (Ayu et al., 2025). Menurut Pride dan Ferrel (2015), persepsi resiko merupakan aspek psikologis yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli. Resiko yang dirasakan nasabah umumnya terkait dengan aspek keamanan dan kerahasiaan. Dan untuk variabel resiko keamanan yang dilakukan penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa resiko keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi nasabah yaitu penelitian (Lestari & Fauji, 2023), (Ferozi Ramdana Irsyad et al., 2024), (Henderianto et al., 2025), (Ayu et al., 2025), (Kurniawan et al., 2024), (PRATIWI, 2017), (Langelo, 2013), (ANGGRAENI, 2017), (HUMAIRAH, 2024) dan (Noviarni, 2014) namun penelitian berikut mengungkapkan sebaliknya, yaitu berpengaruh negatif atau tidak signifikan (Tristiyanti, 2017), (Saputra, 2024) , (Gasparz & Lekatompessy, 2024), (Rahayu, 2018), (Anisah & Amaniyah, 2024), (Usman & Nabilla, 2021) dan (Mauludiyah & Diana, 2018). Maka dari itu, rumusan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut;

H₃: Resiko Keamanan berpengaruh positif Terhadap Adopsi Nasabah

Perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya masih terdapat suatu kesenjangan (research gap). Serta sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada bank konvensional, yang memiliki karakteristik layanan dan nasabah berbeda dengan bank digital. Padahal, bank digital seperti Seabank mengandalkan teknologi sepenuhnya tanpa kantor fisik, sehingga pola adopsi teknologinya bisa berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini secara khusus menyoroiti Seabank untuk mengkaji hubungan inovasi teknologi, literasi keuangan, dan resiko keamanan terhadap adopsi nasabah pada pengguna Seabank.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2025

METODE PENELITIAN

Data primer pada penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun dan disebarakan menggunakan *Google Form*, dengan metode penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan asosiatif. Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah nasabah Seabank di Indonesia yang berjumlah 6.580.000 juta pengguna (Lutfi, 2024). Kriteria sampel menggunakan metode purposive sampling yakni pengguna Seabank dengan range umur 18-45 tahun. Penentuan ukuran sampel dilakukan berdasarkan rumus yang dikemukakan oleh Hair et al. Menurut Hair (2010:101), jumlah responden yang berperan sebagai sampel wajib disesuaikan berdasarkan jumlah indikator yang dipakai, jumlah sampel yang ideal sekitar antara 100-200 responden, dengan asumsi $n \times (5-10 \text{ observed variabel (indikator)})$. Sehingga hasil yang diperoleh dari penelitian ini $21 \text{ (indikator)} \times 7 = 147$ responden. Alat analisis dalam studi ini adalah SmartPLS 4 dengan melakukan uji *Partial Least Square-Structural Equation Model*. Uji Outer Model dimulai dengan Validitas Konvergen, Validitas Diskriminan, dan Reliabilitas Komposit, sedangkan Inner Model menggunakan analisis R-Square. Bootstrapping dilakukan untuk mendukung pengujian hipotesis.

Inovasi merupakan proses menyediakan sumber daya, kekuatan, dan kemampuan baru dalam upaya mencapai kemajuan dan kesejahteraan (Henderianto et al., 2025). Inovasi teknologi menunjukkan minat pribadi untuk menggunakan sistem informasi terbaru. Instrumen indikator variabel Inovasi Teknologi (X_1) diadopsi dari penelitian (Indriyani & Santi, 2023) dan (Rahayu, 2018), yaitu: 1.) Inovasi dari Seabank membuat saya tertarik untuk menggunakan Seabank, 2.) Aplikasi Seabank sangat bermanfaat, 3.) Seabank sangat meringankan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, 4.) Pengisian top up/setor tunai Seabank sangat mudah.

Literasi keuangan juga berhubungan erat dengan literasi digital keuangan, terutama dalam konteks penggunaan teknologi finansial. Dalam buku ditulis oleh Choerudin et al. (2023) dijelaskan bahwa literasi digital keuangan memungkinkan masyarakat untuk mengakses layanan keuangan lebih mudah, yang sebelumnya sulit dijangkau, serta memfasilitasi pemahaman yang lebih baik mengenai produk- produk finansial digital (Annisa Puspawati et al., 2025). Instrumen

indikator variabel Literasi Keuangan (X_2) diadopsi dari penelitian (HUMAIRAH, 2024) yaitu; 1.) Mengetahui fungsi dan cara kerja instrumen keuangan digital, 2.) Memahami prinsip keuangan, 3.) Memilih produk keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial, 4.) Sadar pentingnya literasi keuangan, 5.) Menerapkan prinsip keuangan, 6.) Mengetahui dan memanfaatkan sumber informasi keuangan.

Dalam sektor perbankan, risiko adalah insiden yang berpotensi menimbulkan kerugian terhadap modal dan pendapatan bank, baik yang terduga maupun tidak terduga (Ayu et al., 2025). Menurut Pride dan Ferrel (2015), persepsi resiko merupakan aspek psikologis yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli. Resiko yang dirasakan nasabah umumnya terkait dengan aspek keamanan dan kerahasiaan. Instrumen indikator variabel Resiko Keamanan (X_3) diadopsi dari penelitian (Saputra, 2024) yaitu ; 1.) Ada kemungkinan bahwa layanan Seabank tidak berfungsi dengan baik karena masalah jaringan, 2.) Saya takut kehilangan uang saat melakukan transfer uang melalui Seabank karena kecerobohan dan kesalahan, 3.) Ada kemungkinan uang saya akan hilang karena kesalahan transaksi Seabank, 4.) Transaksi melalui Seabank memakan waktu yang lama, 5.) Ada ketakutan akun Seabank saya dapat diakses oleh orang lain melalui peretasan atau cara lain.

Adopsi adalah keputusan untuk mengimplementasikan sebuah inovasi serta memastikan keberlanjutannya (ASNAMAWATI, 2015). Niat perilaku mengacu pada keinginan seseorang untuk melakukan tindakan tertentu (Faqih, 2022). Adopsi konsumen berfokus pada proses mental yang membimbing seseorang dari awal mengenal inovasi hingga akhirnya menggunakannya (Rahayu, 2018). Instrumen indikator variabel Adopsi Nasabah (Y) diadopsi dari penelitian (Saputra, 2024) yaitu; 1.) Sejak pertama kali mengetahuinya, saya langsung menyukai Seabank, 2.) Untuk melakukan transaksi, saya mengunduh Seabank, 3.) Menggunakan Seabank adalah salah satu simbol status dalam lingkungan saya, 4.) Sebelum menggunakan aplikasi Seabank, saya membaca informasi terlebih dahulu, 5.) Untuk kebutuhan transaksi sehari-hari, saya sering menggunakan layanan Seabank dalam melakukan transaksi, 6.) Sejak awal peristalan smartphome, saya telah menggunakan Seabank, 7.) Saya akan menggunakan Seabank sampai kapan pun, 8.) Saya sangat merekomendasikan agar menggunakan Seabank dalam bertransaksi, 9.) Layanan Seabank sangat saya sukai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner online kepada nasabah Seabank di Indonesia melalui *Google Form*. Kuesioner kembali adalah sebanyak 167 kuesioner. Namun dilakukan eliminiasi, yang kemudian jumlah responden menjadi 150. Berikut Gambaran umum responden dalam riset ini:

Tabel 1. Gambaran Umum Responden

Keterangan	Total	Persentase
Jenis Kelamin:		
Laki laki	93	62%
Perempuan	57	38%
Total	150	100%
Usia:		
18-25 tahun	142	94,6%
26-35 tahun	7	4,6%
36-45 tahun	1	0,6%
Total	150	100%
Pendidikan :		
SMA/SMK	61	40,6%
D1	2	1,3%
D2	0	0%
D3	4	2,6%
D4	3	2%
S1	78	52%
S2	2	1,3%
S3	0	0%
Total	150	100%
Apakah anda pengguna seabank?		
Ya	150	100%
Total	150	100%

Sumber: Data Penelitian, 2025

Validitas konvergen diukur dengan mengamati korelasi antara indikator dan variabel yang bersangkutan. Sedangkan validitas diskriminan diuji melalui nilai *cross loading*.

Validitas konvergen diukur berdasarkan korelasi antara indikator dan variabel terkait yaitu nilai *outer loading*-nya $> 0,7$. Menurut Chin (1998), nilai *cross loading* 0,5 - 0,6 dinyatakan layak (Ghozali, 2015). Seluruh variabel dalam studi ini untuk nilai *outer loading*-nya diatas 0,5, hal ini setelah dilakukannya eliminasi pada indikator variabel X3.1 dikarenakan nilai *outer loading*-nya $< 0,5$ yaitu 0,315, sehingga indikator variabel tersebut harus dieliminasi. Selain itu, validitas konvergen juga dapat diukur menggunakan nilai akar dari Average Variance Extracted (AVE), yang memperlihatkan seberapa besar variasi indikator yang diwakili oleh variabel laten. Nilai AVE di atas 0,5 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel memiliki validitas yang baik. Dengan demikian, seluruh indikator telah memenuhi kriteria valid dan proses penelitian dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

Uji *discriminant validity* diukur berdasarkan *Cross loading*. Pengujian *Discriminant Validity* melalui *cross loading* harus menunjukkan bahwa nilai indikator untuk masing-masing variabel lebih tinggi dibandingkan nilai indikator tersebut pada variabel lainnya. Dalam penelitian ini hasil *cross loading* yang digunakan untuk menguji validitas diskriminan terpenuhi karena setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dengan variabel yang diukur.

Selain melakukan uji validitas, juga dilakukan pengujian terhadap reliabilitas variabel. Reliabilitas suatu konstruk dapat diketahui melalui nilai

composite reliability yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal, dengan nilai harus $> 0,60$ (Ghozali, 2014). Hasil pengujian reliabilitas model *Cronbach's alpha* dan *Composite Reability* menunjukkan bahwa semua indikator reliabel karena konstruk *composite reliability* sudah $> 0,7$ dan *cronbach's alpha* sudah $> 0,6$.

Pengujian struktural dilaksanakan dengan menilai nilai *R-Square* sebagai indikator *goodness-of-fit model*, disajikan pada Tabel 2;

Tabel 2. R- Square

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Adopsi Nasabah	0.565	0.556

Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2, nilai *R-Square* untuk variabel adopsi nasabah (Y) adalah 0,565. Ini menunjukkan bahwa model berkemampuan menjelaskan hingga sebesar 56,5% variasi dalam adopsi nasabah (Y) yang dipengaruhi oleh variabel independen yaitu inovasi teknologi (X_1), literasi keuangan (X_2), dan risiko keamanan (X_3). Sementara itu, dengan sisa sebesar 43,5% terpengaruh oleh faktor-faktor lain selain variabel yang diteliti dalam studi ini.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan mengamati nilai koefisien jalur, disajikan pada tabel 3:

Tabel 3. Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
Inovasi Teknologi -> Adopsi Nasabah	0,381	0,373	0,076	5,009	0,000	Diterima
Literasi Keuangan -> Adopsi Nasabah	0,324	0,332	0,070	4,650	0,000	Diterima
Resiko Keamanan -> Adopsi Nasabah	0,252	0,257	0,065	3,847	0,000	Diterima

Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 3, Hipotesis pertama (H_1) menyebutkan bahwa Inovasi Teknologi berpengaruh positif terhadap Adopsi Nasabah. Hal tersebut terlihat dari nilai path coefficient sebesar 0,381 dan nilai P-Value 0,000 ($P\text{-Value} < 0,05$). Temuan tersebut menunjukkan bahwa Inovasi Teknologi (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Adopsi Nasabah (Y) pada nasabah Seabank di Indoensia, ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima. Kajian ini relevan

dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah kepercayaan individu bahwa implementasi dari suatu sistem dapat dilakukan dengan mudah (Ramadhani Putri & Trisnangsih, 2025). Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna memandang aplikasi Seabank sebagai suatu inovasi teknologi yang intuitif dan mudah dioperasikan, sehingga memfasilitasi akses terhadap berbagai fitur layanan, seperti transfer tanpa biaya dan pembayaran instan. Hal ini mendukung penelitian (Henderianto et al., 2025), (Sehabudin, 2023), (Rahayu, 2018) dan (HUMAIRAH, 2024).

Pada hipotesis kedua (H_2), disebutkan bahwa Literasi Keuangan berhubungan positif dengan Adopsi Nasabah. Hal ini diperkuat oleh nilai *path coefficient* 0,324 dan P-Value 0,000, hal ini menunjukkan bahwa P-Value < 0,05. Merujuk pada hasil tersebut, Literasi Keuangan (X_2) terbukti berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap Adopsi Nasabah (Y) pada nasabah Seabank di Indonesia, sehingga hipotesis kedua diterima. Temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa apabila tingkat literasi keuangan nasabah semakin tinggi, maka semakin meningkat pula adopsi terhadap penggunaan Seabank. Kajian ini relevan terhadap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Ferozi Ramdana Irsyad et al., 2024), (Annisa Puspawati et al., 2025), (Ayu et al., 2025), (HUMAIRAH, 2024), (HASYIM, 2022) dan (Resamala Sari et al., 2025).

Hipotesis ketiga (H_3) menyebutkan bahwa Resiko Keamanan berpengaruh positif terhadap Adopsi Nasabah. Kebenaran pernyataan ini diperkuat oleh nilai *path coefficients* sebesar 0,252 dan nilai P-Value 0,000, hal ini menunjukkan bahwa P-Value < 0,05. Merujuk pada hasil tersebut menunjukkan bahwa Resiko Keamanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi Nasabah (Y) pada nasabah Seabank di Indonesia, ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Resiko keamanan dalam konteks TAM mengacu pada keamanan transaksi mengenai penggunaan dan ketersediaan suatu layanan (Henderianto et al., 2025). Dalam penelitian ini, pengguna merasa aman saat menggunakan layanan, dengan sebagian besar tidak mengalami kendala selama transaksi. Hambatan yang muncul umumnya disebabkan oleh faktor eksternal, seperti jaringan seluler yang tidak stabil, bukan dari layanan transaksi pada aplikasi Seabank itu sendiri. Kajian ini relevan dengan studi terdahulu yang dilakukan oleh (Lestari & Fauji, 2023), (Ferozi Ramdana Irsyad et al., 2024), (Henderianto et al., 2025), (Ayu et al., 2025), (Kurniawan et al., 2024), (PRATIWI, 2017), (Langelo, 2013), (ANGGRAENI, 2017), (HUMAIRAH, 2024), (Usman & Nabilla, 2021) dan (Noviarni, 2014)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada nasabah Seabank, analisis penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Teknologi, Literasi Keuangan, dan Resiko Keamanan berpengaruh signifikan positif terhadap Adopsi Nasabah. Hasil penelitian ini mendukung *Technology Acceptance Model* (TAM) dan menunjukkan bahwa peningkatan pada variabel tersebut mendorong minat dan penggunaan layanan transaksi digital pada aplikasi Seabank.

Keterbatasan dalam penelitian yaitu pada ruang lingkup dan jumlah sampel yang digunakan, sehingga disarankan pada penelitian selanjutnya untuk

memperluas cakupan studi serta meningkatkan jumlah dan keragaman sampel agar hasil yang diperoleh lebih representatif dan dapat digeneralisasikan.

REFERENSI

- Akmalia, A. N., & Rikumahu, B. (2020). *Analisis Tingkat Adopsi Layanan Perbankan Digital Menggunakan Teori Difusi Inovasi (Objek Studi: Jenius oleh Bank BTPN di Kota Bandung dan Jakarta)* *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. 4(8), 1196–1207. <https://ejournalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/445>
- Al-Jabri, I. M., & Sohail, M. S. (2012). Mobile Banking Adoption: Application Of Diffusion Of Innovation Theory. In *Journal of Electronic Commerce Research* (Vol. 13). <http://ssrn.com/abstract=2523623>
- ANGGRAENI, B. K. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Manfaat Yang Dirasakan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Adopsi Internet Banking Bca Surabaya*. <http://eprints.perbanas.ac.id/5995/>
- Anisah, S., & Amaniyah, E. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko Transaksi dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Umkm di Sampang*. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i5>
- Annisa Puspawati, Chairunisa Nur Fadila, Meautia Hanifah, & Nur Hasanah. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Fitur Teknologi Finansial terhadap Keputusan Penggunaan Bank Digital Seabank. *Ebisnis Manajemen*, 1. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/EBISMAN/article/view/629>
- Ari Muhamad Imran, Anggi Farika Sari, Septia Nike Bela Sapira, & Prind Triajeng Pungkasanti. (2024). Perencanaan Strategi SI/TI Pada Aplikasi SEABANK Menggunakan Kombinasi SWOT DAN AHP. *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)*, 5(1), 49–55. <https://doi.org/10.37859/coscitech.v5i1.6618>
- Asif, M., & Sarwar, F. (2023). Customer Relationship Management, Financial Literacy, and Online Banking Adoption: Moderating Role of Social Influence. In *RADS Journal of Business Management* (Vol. 5, Issue 2). <https://jbm.juw.edu.pk/index.php/jbm/article/download/148/111/>
- ASNAMAWATI, L. (2015). *Strategi Percepatan Adopsi Dan Difusi Inovasi Dalam Pemanfaatan Mesin Tanam Padi Indojarwo Transplanter Di Kabupaten Bengkulu Utara Provinsi Bengkulu*. https://repository.ut.ac.id/1613/1/fmipa2015_17.pdf
- Ayu, N., Dewi, S., Prasetyo, A. S., & Widya, S. (2025). *Dampak E-Security Dan Risk Perception Terhadap E-Trust Nasabah Pengguna E-Banking: Peran Literasi Keuangan* (Vol. 23, Issue 2). <https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardhika/article/view/1248>
- Carbó-Valverde, S., Cuadros-Solas, P. J., Rodríguez-Fernández, F., & Sánchez-Béjar, J. J. (2024). Digital innovation and de-branching in the banking industry: Customer perception and satisfaction. *Global Policy*, 15(S1), 8–20. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.13313>

- Choerudin, A., Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Nor Khasanah, J. S., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). Literasi Keuangan. PT <https://www.globaleksekutifteknologi.co.id>
- Cupian, Valentino, U., & Annisa Noven, S. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1679–1688. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5299>
- Dash, M. (2014). *Determinants of customers' adoption of mobile banking: An empirical study by integrating diffusion of innovation with attitude*. <http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>
- Faqih, K. *Factors influencing the behavioral intention to adopt a technological innovation from a developing country context: The case of mobile augmented reality games*. *Technology in Society*, 69, 101958. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101958>
- Ferozi Ramdana Irsyad, Filja Azkiah Siregar, Jonatan Marbun, & Hasyim Hasyim. (2024). Menghadapi Era Baru : Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(2), 29–46. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v3i2.1594>
- Gasperz, J., & Lekatompessy, O. L. (2024). Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Mandiri. *Edunomika*, 8. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/15198/0>
- HASYIM, I. S. (2022). *Analisis Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Kepercayaan, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Adopsi FinTech Syariah Oleh UMKM*. <https://repository.radenintan.ac.id/20634/>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., 2014. *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. Essex, United Kingdom: Pearson Education Limited https://books.google.co.id/books/about/Multivariate_Data_Analysis.html?id=VvXZnQEACAAJ&redir_esc=y
- Henderianto, R., Hermawan Adinugraha, H., Shultoni, M., Andrean, R., & Islam Negeri Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2025). Innovation in Technology, Financial Literacy, and Security Risk in Cardless Withdrawals: Case Study on Customers Adoption at Bank Syariah Indonesia. In *Maret* (Vol. 11, Issue 1). <https://ejournal.uinfasbengkulu.ac.id/index.php/Al-Intaj/index>
- HUMAIRAH, N. N. (2024). *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Teknologi Dan Keamanan Informasi Terhadap Minat Adopsi Financial Technology (Fintech) Syariah Di Era Revolusi 5.0*. https://repository.unsri.ac.id/144129/3/RAMA_60201_01021182025016_0018128503_01_front_ref.pdf

- Indriyani, V., & Santi, E. (2023). *Review of Accounting, Finance and Governance The Influence of Green Accounting and Corporate Social Responsibility (CSR) on Corporate Sustainability in Manufacturing Companies Listed on the Indonesian Stock Exchange Period 2019-2022* (Vol. 3, Issue 2). <https://akuntansi.pnp.ac.id/rafgo/index.php/RAFGO/article/view/28>
- Kurniawan, R., Riski Septiono, T., & Ananda Rizki Saputra, D. (2024). *Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan pada Nasabah Pengguna Internet Banking BRI*. 18–2024. <https://ojs.uadb.ac.id/index.php/Senatib/article/view/4644>
- Langelo, A. S. E. (2013). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Impact To Lecturers' Internet Banking Adoption. In *Jurnal Emba* (Vol. 1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2962>
- Lestari, W., & Fauji, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Seabank) (Studi Pada Masyarakat Karawang Timur). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(04). <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/28135>
- Lutfi, M. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Perilaku Dan Perilaku Penggunaan Aplikasi Digital Banking Seabank Dengan Menggunakan Metode Extension Of Utaut* 2. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/keunis/article/view/2167>
- Mauludiyah, A. L., & Diana, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Kantor Kas Universitas Islam Malang. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 7. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/viewFile/1435/1407>
- Noviarni, E. (2014). *Analisis Adopsi Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Perbankan Di Pekanbaru (Technology Acceptance Model)*. 1. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/al-iqtishad>
- PRATIWI, I. H. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kualitas Layanan Website Dan Risiko Terhadap Adopsi Internet Banking Cimb Niaga Di Surrabaya*. <http://eprints.perbanas.ac.id/2944/>
- PUTRI, K. N. W. P. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Risiko Penggunaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech Payment Pada Generasi Z*. <https://repository.pnb.ac.id/id/eprint/11747/>
- Rahayu, R. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi Go Pay Dari Pt. Gojek Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kabupaten Sleman Dan Kota Yogyakarta)*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/7930>
- Ramadhani Putri, H., & Trisnaningsih, S. (2025). The Effect of Ease of Use, Effectiveness, and Perception of Risk on Interest in Using Seabank Digital Bank (A Case Study in Higher Education). *ENTITA: Jurnal Pendidikan Ilmu*

- Pengetahuan Sosial Dan Ilmu-Ilmu Sosial.*
<https://doi.org/10.19105/ejpis.v1i.19142>
- Resamala Sari, E., Toto, Y., Febrianti, S., & Ekonomi, F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Keuangan dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia. *BISMAN*, 8. <https://www.devspada.unim.ac.id/index.php/bisman/article/view/3616>
- Saputra, Y. (2024). *Analisis Difusi Inovasi Dan Customer Trust Terhadap Adopsi Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bca Syariah Wilayah Jabodetabek)*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/78014>
- Sari, A. K. (2016). *Pengaruh Inovasi, Kesesuaian, Keunggulan Relatif Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Adopsi Internet Banking Bagi Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya*. <http://eprints.perbanas.ac.id/2180/>
- Sehabudin, D. (2023). Pengaruh Inovasi Teknologi Terhadap Adopsi Produk Perbankan Syariah: Studi Kasus BJB Syariah Garut. *Persya: Perbankan Syariah*, 1. <https://ejournal.stais-garut.ac.id/index.php/persya/article/view/8>
- Syamsuddin, S., Marsudi, S., Hasanuddin, B., Umar, A., & Suprayitno, D. (2024). Adapting to Digital Transformation: Challenges and Strategies for Traditional Businesses. *Global International Journal of Innovative Research*, 2(3), 704–711. <https://doi.org/10.59613/global.v2i3.121>
- 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>
- Tegar, M. (2023). *Factors influencing the behavioral intention to adopt a technological innovation from a developing country context: The case of mobile augmented reality games*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160791X22000999>
- Tristiyanti, N. D. (2017). *Pengaruh Keunggulan Relatif, Kompatibilitas, Persepsi Kegunaan, Kemampuan Untuk Dilihat, Dan Persepsi Resiko Terhadap Adopsi Mobile Banking Bagi Nasabah Bca Di Surabaya*. <http://eprints.perbanas.ac.id/2945/1/ARTIKEL%20ILMIAH.pdf>
- Usman, O., & Nabilla, T. (2021). *The Effect Of Trust, Easiness, Security, And Benefits Of Interest Using E-Money*. <https://Ssrn.Com/Abstract=3510168>