

Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Terhadap Preferensi Bank Digital

Muhammad Basri^{1,*}, Muarif Leo²

¹Prodi Akuntansi Sektor Publik, Politeknik Bombana, Bombana

Jl. Poros, Watu Mentade, Kendari, Kabupaten Bombana, Sulawesi Tenggara, Indonesia

²Jurusan Ekonomi dan Bisnis, Prodi Akuntansi Perpajakan, Politeknik Baubau, Baubau

Jl. Lakarambau, Lipu, Kec. Betoambari, Kota Bau-Bau, Sulawesi Tenggara, Indonesia

Email: ^{1,*}basriseven@gmail.com, ²muarifleo123@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: basriseven@gmail.com

Abstrak—Saat ini tantangan dunia digital semakin meningkat, bank tidak hanya harus bersaing dengan bank lain, tetapi juga harus dapat bersaing dengan perusahaan financial technology lainnya. Tujuan penelitian ini agar mengetahui dan memastikan hubungan antara literasi keuangan dan literasi digital dengan preferensi konsumen terhadap bank digital. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer. Hasil yang diperoleh yaitu: Literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap preferensi konsumen akan bank digital; Literasi digital secara parsial berpengaruh terhadap preferensi konsumen akan bank digital; Literasi keuangan dan literasi digital secara simultan berpengaruh terhadap preferensi konsumen akan bank digital.

Kata Kunci: Bank Digital; Literasi Digital; Literasi Keuangan; Preferensi Konsumen

Abstract—Banking is a growing sector that can drive economic growth; by continuing to adapt, banks are adopting digital technology to survive. Currently, the challenges of the digital world are increasing. Banks must not only compete with other banks but also must be able to compete with other financial technology companies. One way to adapt and survive in this era is with the emergence of digital banks. The public must also be educated about these digital banking services because financial and digital literacy must be understood first. This research aims to find out and confirm the relationship between financial literacy and digital literacy with consumer preference for digital banks. This type of research is descriptive research with a quantitative approach using primary data. The results obtained are: Financial literacy partially affects consumer preferences for digital banks; Digital literacy partially affects consumer preferences for digital banks; Financial literacy and digital literacy simultaneously affect consumer preferences for digital banks. This research aims to contribute to the development of digital banks in Indonesia

Keywords: Bank; Digital Bank; Digital Literacy; Financial Literacy; Consumer Preference

1. PENDAHULUAN

Industri perbankan merupakan sektor yang memfasilitasi transaksi uang dalam bentuk tunai dan kredit, serta menyediakan transaksi keuangan lainnya berupa inovasi, disrupsi berbasis teknologi, konvergensi, dan data analitik. Karena makin meningkatnya transaksi perbankan olennnya itu bank tentu harus memutuskan agar meningkatkan fasilitas metode transaksi agar memberikan kemudahan bagi para costumers. Salah satu bentuk transformasi terhadap upaya peningkatan daya saing pelayanan yakni dengan menyediakan transaksi dalam bentuk digital. Saat ini telah banyak bank yang menjawab tantangan tersebut dengan berinovasi menjadi bank digital. Perbankan digital dianggap sebagai jenis perbankan baru karena memberikan manfaat dalam bentuk penghematan biaya. Bank perlu memahami bahwa ini bukan hanya tentang berdasarkan produk yang ada, akan tetapi tentang bagaimana mengubah pemikiran dan solusi menjadi digital berdasarkan kebutuhan dan perilaku masyarakat (Yuliati et al., 2019)

Industri perbankan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena mampu berkontribusi terhadap pendapatan nasional dan memiliki peran sebagai perantara dengan menerima dana dari masyarakat serta menyalurkan ke dalam bentuk digital, hal ini tentunya dapat mendukung agenda 2030 yakni pembangunan berkelanjutan khususnya dalam pilar pembangunan ekonomi. Hal itu sesuai pula dengan tujuan adanya bank digital yaitu memberikan kemudahan masyarakat dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas melalui produk yang ditawarkan dibandingkan dengan bank konvensional. Adanya bank digital ini diharapkan memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi tanpa mengorbankan aktivitas mereka yang cukup padat (Kariyoto, 2018). Adanya literasi digital akan menciptakan ekosistem perbankan digital yang baik, termasuk pula pemahaman masyarakat tentang perbankan digital. Oleh karena itu, perkembangan industri jasa keuangan digital dapat menjadi ancaman bagi masyarakat dengan literasi keuangan yang tergolong kurang. Tidak dipungkiri bahwa literasi keuangan di Indonesia masih belum sepenuhnya merata.

Masyarakat Indonesia belum sepenuhnya memahami berbagai produk serta jasa layanan keuangan dari lembaga jasa keuangan formal, hal ini memperlihatkan bahwa literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah. Literasi keuangan tidak hanya memberikan pengetahuan saja serta memberikan pula keterampilan keuangan yang bisa digunakan untuk membuat keputusan dalam segi keuangan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rudakova & Markova, 2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Munari & Susanti, 2021) dimana literasi keuangan mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking. Tetapi hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pradini & Susanti, 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan dan negative terhadap penggunaan e-money.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Munari & Susanti, 2021) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pradini & Susanti, 2021) menunjukkan bahwa literasi layanan keuangan digital berpengaruh terhadap partisipasi perbankan.

Salah satu tujuan perbankan digital untuk mendukung transformasi digital adalah menyediakan produk dan layanan yang tepat untuk mewujudkan layanan yang berpusat pada nasabah. Salah satunya adalah bagaimana bank dapat memahami perilaku konsumen, preferensi serta kebutuhan konsumen melalui penggunaan data konsumen, kepercayaan konsumen dan persepsi konsumen akan layanan perbankan digital. Di era digitalisasi, apakah masyarakat Indonesia memahami konten, risiko, dan aspek lain dari perbankan digital, atau hanya mengikuti fenomena yang ada? Banyak pula yang menyama artikan bank digital dengan produk-produk bank konvensional yang ada unsur aplikasinya (Tiffani & Parahyangan, 2022)

Berdasarkan fenomena tersebut dan research gap serta berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu mengenai perbankan digital di Indonesia, penelitian ini akan membahas dari sisi preferensi dan sejauh mana pemahaman masyarakat Indonesia akan bank digital ini. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah tingkat literasi keuangan dan literasi digital mempengaruhi preferensi konsumen terkait penggunaan bank digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan bank digital.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode, Populasi dan Sampel.

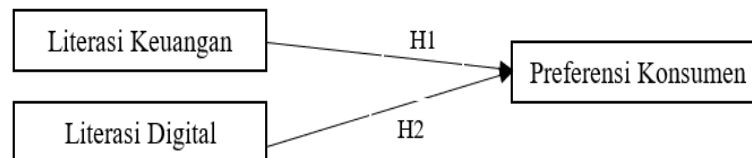
Metode penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini yaitu individu yang berdomisili di Sulawesi Tenggara berusia >17 tahun yang menjadi nasabah bank konvensional dan bank digital. Teknik sampel menggunakan convenience sampling. Total sampel berjumlah 105 responden.

2.2 Kerangka Penelitian, Variabel dan Hipotesis Penelitian

X1 (Variabel Independent) : Literasi Keuangan

X2 (Variabel Independent) : Literasi Digital

Y (Variabel Dependent) : Preferensi Konsumen



Gambar 1. Kerangka Penelitian

H1 : Literasi keuangan secara parsial berpengaruh terhadap preferensi konsumen akan bank digital

H2 : Literasi digital secara parsial berpengaruh terhadap preferensi konsumen akan bank digital

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner melalui media digital kepada masyarakat yang berada di kota Baubau. Tipe skala variabel yang digunakan berupa skala ordinal. Skala penilaian menggunakan skala likert. Nilai skala pengukuran yang dipakai yaitu 1 sampai 5, nilai tiap skala menunjukkan 1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=tidak tau, 4=setuju, 5=sangat setuju

2.4 Analisis Data

2.4.1 Uji Validitas & Reabilitas

Data primer yang telah diperoleh terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reabilitas. Uji Validitas dipakai untuk menguji ketepatan data saat digunakan untuk mengukur variabel. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan pearson correlation. Kriteria validitas pada variabel, jika r-hitung lebih kecil dari r-tabel maka tidak valid, sedangkan jika r-hitung lebih besar dari r-tabel maka valid. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji seberapa konsisten data variabel (Anggito & Setiawan, 2018). Pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu cronbach's alpha. Penelitian dikatakan reliabel apabila indikator nilai cronbach's alpha lebih besar dari r-tabel. Untuk melanjutkan tahap pengolahan data, kedua pengujian tersebut harus terpenuhi.

2.4.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai parameter uji. Parameter uji ini dipakai sebagai acuan untuk mengetahui tingkat keterikatan antara variabel independen dan variabel dependen. Uji Hipotesis yang dipakai dengan menganalisis uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi (R²).

2.4.3 Uji F

Uji F Ini digunakan untuk menentukan apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Hipotesis akan ditolak jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel.

2.4.4 Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2013). Hipotesis akan ditolak jika nilai $t > t_{\alpha/2, n-2}$.

Nilai R² menunjukkan besaran proporsi variabel dependen terhadap variabel independent (Ghozali, 2013). Nilai R² memiliki rentang 0 hingga 1.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden menjelaskan terkait detail data terhadap responden yang mengisi dari pada kuesioner yang telah dibagikan. Adapun deskripsi responden dapat dilihat pada tabel – tabel berikut:

Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Presentase
BauBau	65	61,9
Batauga	12	11,43
Buton	24	22,86
Mawasangka	4	3,81
Total	105	100

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh bahwa Responden terbanyak ada pada Kota Baubau yaitu sebanyak 65 responden atau (61,9%) dan paling sedikit ada pada Kabupaten Mawasangka yakni sebesar 4 responden atau (3,81%).

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Pria	68	64,76
Wanita	37	35,24
Total	105	100

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh bahwa responden yang berjenis kelamin pria lebih banyak yaitu 68 responden atau 64,76%, sedangkan wanita sebanyak 37 responden atau 35,24%.

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17-25 tahun	39	37,14
26-50 tahun	66	62,86
Total	105	100

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh bahwa usia responden pada rentang 17-25 tahun lebih banyak yaitu 39 responden atau 37,14%, sedangkan yang berada pada rentan 26-50 sebanyak 66 responden atau 62,86%.

Tabel 4. Deskripsi Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase
D3	28	26,67
S1	67	63,8
S2	10	9,53
Total	105	100

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh bahwa tingkat Pendidikan S1 paling banyak yaitu sebesar 67 responden atau 63,8%, sedangkan yang paling sedikit ada pada jenjang Pendidikan D3 yaitu 28 responden atau 26,67%.

3.1.2 Hasil Uji Validitas & Reabilitas

Suatu penelitian dikatakan valid apabila indicator r-hitung lebih besar dari pada r-tabel. Nilai r-tabel sebesar 0,1918 (N=105 pada taraf signifikan 0,05). Berikut hasil uji validitas variable X1, X2, dan Y terhadap 105 responden

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung
Literasi Keuangan	X1.1	0,588
	X1.2	0,612
	X1.3	0,498
	X1.4	0,734
	X1.5	0,592
	X1.6	0,402
	X1.7	0,649
	X1.8	0,873
	X1.9	0,719
	X1.10	0,649
Literasi Digital	X2.1	0,683
	X2.2	0,667
	X2.3	0,498
	X2.4	0,539
Preferensi Konsumen	Y1	0,688
	Y2	0,578
	Y3	0,741
	Y4	0,689
	Y5	0,398
	Y6	0,588
	Y7	0,643

Hasil uji validitas berdasarkan koefisien r-hitung pada tabel 5 menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner yang dipakai untuk mengukur variabel dalam penelitian ini valid, karena lebih besar dari r-tabel

3.1.3 Hasil Uji Reliabilitas

Penelitian dikatakan reliabel apabila indikator nilai croncbach's alpha lebih besar dari r tabel. Nilai r tabel sebesar 0,1918 (N=105 pada taraf signifikan 0,05). Berikut tabel hasil uji reliabilitas X1, X2, dan Y terhadap 105 responden:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Literasi Keuangan (X1)	0,854
Literasi Digital (X2)	0,791
Preferensi Konsumen (Y)	0,849

Hasil uji reliabilitas berdasarkan koefisien Cronbach's Alpha pada tabel 6 menunjukkan bahwa semua pernyataan yang dipakai untuk mengukur variabel dalam penelitian ini reliabel, karena lebih besar dari r-tabel.

3.1.4 Hasil Uji Hipotesisi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjuste R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.524	.514	2.43297
a. Predictors: (Constant), X2total, X1total				

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji R square sebesar 0,524. Nilai R square 0,524 menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) dan literasi digital (X2) mempengaruhi preferensi konsumen (Y) sebesar 52,45% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian.

3.1.5 Hasil Uji t

Tabel 8. Hasil uji t

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	4.298	2.189		1.491
	X1total	.361	.093	.425	3.940
	X2total	.798	.164	.463	5.834
a. Dependent Variabel: Ytotal					

Berdasarkan tabel 8, maka dapat diberi kesimpulan bahwa:

1. Uji pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap preferensi konsumen akan bank digital (Y) pada hipotesis pertama (H1), menunjukkan nilai t hitung pada variabel literasi keuangan sebesar 3,940 dengan tanda positif dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga berdasarkan hasil tersebut H1 diterima dan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel literasi keuangan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel preferensi konsumen akan bank digital (Y).
2. Uji pengaruh literasi digital (X2) terhadap preferensi konsumen akan bank digital (Y) pada hipotesis kedua (H2), menunjukkan nilai t hitung pada variabel literasi digital sebesar 5,834 dengan tanda positif dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga berdasarkan hasil tersebut H2 diterima dan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel literasi digital (X2) secara parsial berpengaruh terhadap variabel preferensi konsumen akan bank digital (Y).

3.1.6 Uji F

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	621.463	2	313.956	48.849	.000 ^b
	Residual	799.265	104	6.994		
	Total	1.420.728	106			
a. Dependent Variabel: Ytotal						
b. Predictors: (Constant), X2total, X1total						

Berdasarkan tabel 9 maka dapat diberi kesimpulan bahwa hasil uji F untuk penelitian ini sebesar 48,849 dan tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) dan literasi digital (X2) secara simultan berpengaruh terhadap preferensi konsumen (Y) akan bank digital.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Literasi keuangan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa uji hipotesis pengaruh literasi keuangan (X1) terhadap konsumen terhadap bank digital (Y) menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 3,940 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima. Olehnya itu dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap preferensi konsumen terhadap bank digital. Hasil ini linear dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Munari & Susanti, 2021) yang mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking dan penelitian yang dilakukan oleh (Tiffani & Parahyangan, 2022) yang mengatakan bahwa literasi keuangan secara signifikan mempengaruhi keputusan investasi. Begitu pula hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawati et al., 2012) diperoleh bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking, sehingga dapat dikatakan bahwa literasi keuangan berhubungan dengan peningkatan dan perencanaan sistematis untuk investasi, pinjaman, kesejahteraan finansial dan inklusi keuangan, karena literasi keuangan dapat membantu masyarakat dalam membuat keputusan keuangan yang lebih baik.

(Aisyah, 2016) dalam artikelnya menyebutkan bahwa literasi keuangan merupakan keterampilan serta pengetahuan dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan. Literasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu agar dapat mengelola keuangannya dengan lebih baik. Literasi Keuangan didefinisikan pula sebagai pengetahuan atas pengelolaan keuangan untuk pengambilan keputusan keuangan yang diukur dengan pengetahuan umum tentang keuangan pribadi, kredit, tabungan, investasi dan asuransi (Kusumadyahdewi, 2015)

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memahami dan mempertimbangkan pilihan pendanaan, mempersiapkan masa depan, dan merespons situasi dengan tepat dalam hal keuangan. Literasi keuangan pula memiliki kemampuan individu untuk membuat keputusan mengenai pengaturan keuangan pribadi. Dengan kata lain, literasi keuangan yaitu kemampuan dan pengetahuan individu dalam memilih, mengelola dan memutuskan hal-hal yang berhubungan dengan keuangan (Rudakova & Markova, 2020)

3.2.2 Literasi Digital

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa uji hipotesis pengaruh literasi digital (X2) terhadap preferensi konsumen akan bank digital (Y) menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 5,834 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis diterima. Olehnya itu dapat disimpulkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap preferensi konsumen akan bank digital. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Munthasa et al., 2021), yang membuktikan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking. Begitu pula hasil penelitian yang dilakukan oleh (Saputri, 2020) menyatakan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking. Hal ini berarti makin besar pengaruh literasi digital akan memberikan pengaruh yang lebih besar pula terhadap preferensi konsumen terhadap bank digital yang ada di masyarakat.

Ekosistem perbankan digital yang baik diwujudkan melalui literasi digital dan keuangan yang baik. Literasi digital meliputi akses publik terhadap layanan dan infrastruktur digital yang dapat menjadi alat untuk mengakses layanan, serta pemahaman publik terhadap konten, risiko, dan aspek lain dari layanan perbankan digital. Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, menilai, menganalisis, dan mengorganisasikan informasi yang diperoleh melalui alat teknologi digital (Yudha & Isgiyarta, 2016)

Literasi digital merupakan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi, informasi, dan media digital sesuai kebutuhan. Literasi digital membutuhkan kemampuan untuk membuat informasi, keakuratan aplikasi yang dipakai serta pemahaman menyeluruh tentang informasi pada konten digital (Deviana, 2017). Literasi digital ini termasuk kemampuan individu dalam mempergunakan dan memanfaatkan aplikasi yang ada dalam perangkat teknologi informasi, dimana tiap individu tersebut mampu memakai fitur-fitur yang tersedia.

Kualitas dan kenyamanan produk menentukan persepsi, mempengaruhi preferensi dan kepuasan konsumen untuk penggunaan teknologi baru (Alfira et al., 2021). Transformasi digital memaksa bank untuk mengubah proses operasional, proses pengelolaan, penyesuaian strategi bisnis, menyediakan digital channel serta penataan ulang jaringan distribusi dengan tujuan agar meningkatkan pengalaman dan preferensi konsumen. Preferensi konsumen terhadap bank digital dipengaruhi oleh mengenai literasi keuangan dan literasi digital. Dengan kata lain oleh literasi keuangan dan literasi digital berkontribusi terhadap preferensi konsumen akan bank digital. Preferensi merupakan kecenderungan subjek untuk tetap tertarik dan merasa senang karena suatu pilihan. Preferensi disini merujuk pada alasan masyarakat dalam memilih bank digital dibandingkan bank konvensional (Aisyah, 2016).

3.2.3 Preferensi Konsumen

hasil uji F yang telah dilakukan pada penelitian ini sebesar 48,849 dan tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) dan literasi digital (X2) secara simultan berpengaruh terhadap preferensi konsumen (Y) akan bank digital. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Dwiningsih, 2020), yang menunjukkan bahwa literasi layanan keuangan digital berpengaruh terhadap partisipasi perbankan. Penelitian ini juga selinear dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saputri, 2020) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berdampak positif pada perilaku menabung serta belanja saat ini dan di masa depan.

Preferensi konsumen merupakan sikap konsumen yang menginginkan barang atau jasa berdasarkan kemampuannya untuk memberikan nilai kepuasan atas apa yang dibeli atau ditawarkan, sehingga individu yang menginginkan jasa atau barang memiliki sikap untuk membeli. Preferensi konsumen merupakan pilihan, sesuatu yang lebih disukai konsumen tentang produk tertentu (Viana & Vebriyanti, 2021).

Preferensi konsumen diukur melalui tingkat kegunaan atau kepentingan terhadap produk, yang dapat mencerminkan preferensi konsumen dalam kaitannya dengan penggunaan produk. Dengan kata lain, preferensi konsumen dapat diberi batasan sebagai kegiatan individu untuk mendapatkan dan menggunakan produk, prosesnya yaitu membuat keputusan untuk mengarahkan aktivitas tersebut, yang meliputi penelitian, pembelian, penggunaan, dan evaluasi produk tersebut. Secara umum, preferensi konsumen berkaitan erat dengan keputusan individu dalam memilih produk, baik itu barang maupun jasa (Viana & Vebriyanti, 2021)

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan literasi digital baik secara parsial atau simultan, keduanya mempengaruhi preferensi konsumen terhadap bank digital. Diperoleh ilustrasi bahwa konsumen memilih memakai bank digital sebagai pilihan yang mereka tentukan dan pilih sendiri bukan karena akan sekedar tren saja, hal ini dibuktikan dari penggunaan digital banking yang dipengaruhi oleh literasi keuangan dan literasi digital masing masing konsumennya. Digital banking dapat menjadi salah satu penopang dalam ekonomi digital yang digalakkan oleh pemerintah Indonesia. Hasil penelitian yang telah ditemukan diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi dunia industri perbankan guna mengembangkan rencana strategis untuk mempromosikan produk dan layanan perbankan digital di masa depan. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain dari segi sampel hanya pada satu daerah saja dan variabel penelitian yang terbatas hanya pada literasi keuangan dan literasi digital. Oleh karena itu, bagi para peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah sampel dan menambah variabel lainnya seperti performance expectancy, price value dan trust, ease of transaction, financial self-efficacy dan financial attitude.

REFERENCES

- Aisyah, N. (2016). Analisis Penerapan Informasi Akuntansi Manajemen dalam Proses Pengambilan Keputusan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 1–9.
- Alfira, N., Sari, S. nirmala, & Den ka, V. sari. (2021). Analisis Penerapan Akuntansi Pajak Pertambahan Nilai Pada Cv Kasim Insani Niaga. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1). <https://doi.org/10.25139/jaap.v5i1.3651>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV.Jejak.
- Deviana. (2017). Analisis Penerapan Akuntansi Pajak Pertambahan Nilai pada Jasa Angkutan (Studi Kasus PT Varia Usaha). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).
- Dwiningsih, Y. W. (2020). Literasi Keuangan, Literasi Layanan Keuangan Digital Dan Partisipasi Perbankan Pada Siswa Sma Komplek Surabaya. Universitas Airlangga.

- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Cetakan VII. Universitas Diponegoro.
- Kariyoto. (2018). Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (SIAM) Untuk Pengambilan Kebijakan Perusahaan. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85(1), 2071–2079.
- Kurniawati, E., Nugroho, P., & Arifin, C. (2012). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Darmajaya*, 10(2), 218956.
- Kusumadyahdewi, K. (2015). Penerapan Akuntansi Dan Manajemen Keuangan Pada Pengaturan Keuangan Pribadi. In *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)* (Vol. 1, Issue 2, p. 239). <https://doi.org/10.18860/jpips.v1i2.6822>
- Munari, S. A. L., & Susanti, S. (2021). The Effect of Ease of Transaction, Digital Literacy, and Financial Literacy on the Use of E-Banking. *Economic Education Analysis Journal*, 10(2), 298–309.
- Munthasa, M., Hasnita, N., & Yulindawati. (2021). Pengaruh Pengetahuan Dan Pendidikan Terhadap Literasi Keuangan Digital Masyarakat Kota Banda Aceh. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(2), 146–157.
- Pradini, & Susanti, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI, BRI. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(10).
- Rudakova, O. S., & Markova, O. M. (2020). The Application of Digital Banking to Promote Banking Products and Services. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 15(1).
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 4, 237–247.
- Tiffani, I., & Parahyangan, U. K. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *xx(xx)*, 152–167.
- Viana, E. D., & Vebriyanti, F. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(3), 252–264.
- Yudha, H. N., & Isgiyarta, I. (2016). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi pada Nasabah Perbankan yang Menggunakan Internet Banking di Kota Surakarta). *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(4).
- Yuliati, N. N., Sofiati Wardah, & Baiq Widuri. (2019). Penerapan Akuntansi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM Kerupuk Kulit Tradisional Kelurahan Seganteng). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALIANSI*, 2(2). <https://doi.org/10.54712/aliansi.v2i2.40>