

ANALISIS MODEL BISNIS, PRODUK DAN LAYANAN BANK DIGITAL SEABANK

Pettia Weharima Perangin Angin

Indonesia Banking School, Jl. Kemang Raya No.35 7, RT.6/RW.1, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12730

Pettia.20231121001@ibs.ac.id

Abstrak

Paper ini membahas analisis mendalam mengenai model bisnis, produk, layanan, serta strategi teknologi dari SeaBank, salah satu bank digital terbesar di Indonesia yang merupakan bagian dari Sea Group. SeaBank menawarkan layanan perbankan tanpa kantor fisik dengan integrasi penuh melalui aplikasi, termasuk kolaborasi dengan marketplace Shopee. Dalam menghadapi tantangan seperti keamanan data, kepercayaan konsumen, dan persaingan pasar, SeaBank terus berinovasi melalui teknologi dan pengembangan sumber daya manusia. Penelitian ini menyoroti bagaimana SeaBank membangun loyalitas nasabah, mengembangkan produk seperti SeaLoan dan SeaGold, serta mencapai tingkat brand awareness tinggi di kalangan generasi muda. Studi ini juga menilai kesiapan SeaBank dalam ekspansi serta peluang masa depan di industri perbankan digital Indonesia.
Kata kunci: SeaBank, bank digital, model bisnis, teknologi perbankan, layanan digital, keamanan data.

Abstract

This paper provides an in-depth analysis of the business model, products, services, and technological strategies of SeaBank, one of Indonesia's leading digital banks under the Sea Group. Operating without physical branches, SeaBank offers fully integrated mobile banking services, including collaboration with the Shopee marketplace. Facing challenges such as data security, consumer trust, and market competition, SeaBank continues to innovate through technology and human resource development. This study highlights how SeaBank builds customer loyalty, develops financial products like SeaLoan and SeaGold, and achieves high brand awareness among the younger generation. It also evaluates SeaBank's readiness for expansion and its future opportunities in Indonesia's digital banking industry.

Keywords: SeaBank, digital bank, business model, banking technology, digital services, data security.

Article History

Received: June 2025

Reviewed: June 2025

Published: June 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

LATAR BELAKANG PENULISAN

Dunia perbankan di Indonesia telah mengalami berbagai kemajuan dan perkembangan, salah satunya adalah hadirnya bank *digital*. Secara operasionalnya, bank *digital* ini tidak memiliki kantor fisik atau kantor cabang dan semua bentuk kegiatannya dilakukan secara online. Perjalanan awal mula munculnya bank *digital* ditandai dengan hadirnya pelopor pertama yaitu Jenius dari Bank Tabungan Pensiunan Nasional atau BPTN (saat ini berubah nama menjadi Sumitomo Mitsui Banking Corporation Indonesia atau SMBC Indonesia). Setelah munculnya Jenius, tidak lama kemudian lahir juga bank *digital* lainnya seperti Digibank dari Bank DBS tahun 2017, kemudian Bank Jago pada tahun 2019, TMRW dari Bank UOB tahun 2020, Blue by Bank BCA tahun 2021 dan masih banyak lainnya. Tentunya, industri perbankan *digital* ini dinilai memiliki potensi besar untuk dapat bertumbuh (Infobanknews.com, 2024).

Sayangnya perjalanan bank *digital* tidaklah semulus yang diprediksikan oleh karena setiap nasabah perlu waktu untuk dapat menyesuaikan dengan transformasi digital yang ditawarkan oleh bank *digital*, contohnya membuka rekening melalui *smartphone* dimana sebelumnya nasabah harus datang ke cabang Bank terdekat dengan membawa dokumen data diri, namun saat ini nasabah hanya butuh unggah dokumen data diri melalui aplikasi dan rekeningpun sudah selesai dibuat. Dengan kata lain, sejatinya bank *digital* mempunyai tujuan untuk mempermudah nasabah namun terkadang konsumen membutuhkan waktu untuk beradaptasi. Selain itu, tantangan terbesar yang dihadapi oleh bank *digital* adalah tingkat keamanan data nasabah dan perbankan seperti enkripsi, kebocoran data, penyalahgunaan kode dan lainnya (Harahap et al., 2023).

Dengan adanya tantangan yang dihadapi oleh bank *digital*, tidak membuat para pelaku bank *digital* meredup. Hal ini disebabkan karena bank *digital* semakin dilirik oleh nasabah, terutama para generasi muda dimana bank *digital* dirasa membuat mereka nyaman menggunakan teknologi serta bisa memberikan banyak sekali kemudahan dalam transaksi perbankan (Harahap et al., 2023). Secara data, tercatat sebesar 40% generasi Z dengan rentang umur 28 hingga 39 tahun merupakan nasabah bank *digital* dan menurut survey populix tercatat 57% generasi Z menggunakan SeaBank, disusul Bank Jago sebesar 36% dan Blu sebesar 26% (Infobanknews.com, 2024).

Paper ini dituliskan untuk membahas salah satu bank *digital* terbesar secara pangsa pasar atau *market share* di Indonesia yaitu SeaBank dari Sea Group. Saat ini SeaBank mencatatkan sebagai penguasa pangsa pasar bank *digital* di Indonesia dengan angka 39% dimana posisi kedua diduduki oleh Bank Jago dengan pangsa pasar sebesar 36% dan Blu by BCA *Digital* sebesar 25% (inforbanknews.com, 2024). Selain itu, latar belakang penulis ingin menganalisa SeaBank adalah tingkat *brand awareness* dari SeaBank yang mencapai angka 95% atau dengan kata lain nyaris sempurna menurut survey yang dilakukan oleh Populix (Infobanknews.com, 2024).

I. Profil SeaBank

SeaBank merupakan salah satu unit bisnis Sea Group selain Garena dan Shopee. Bermula pada tahun 1991, PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (Bank BKE) mulai hadir dengan fokus bisnisnya yaitu pembiayaan yang diberikan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) melalui salah satu produknya bernama Koperasi Primer Pegawai Negeri (KP-RI) dengan menerapkan pola bisnis *executing*. Seiring berjalannya waktu, terjadi akuisisi atas Bank BKE oleh Sea Group pada tahun 2021 dan lahirlah Sea Bank sesuai dengan Surat Keputusan Deputi Komisioner Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor KEP-12/PB.1/2021 tanggal 10 Februari 2021 dimana SeaBank berfokus pada produk bank *digital*.

Perjalanan SeaBank penuh tantangan karena pada saat yang sama dengan mereka berdiri, Indonesia sedang mengalami fase *recovery* dari Covid-19 yang melanda sepanjang tahun 2020 dan ekonomi belum mengalami peningkatan terlalu signifikan.



LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN BULANAN (AUDITED)

(dalam jutaan rupiah)

No.	POS-POS	31 Desember 2021
PENDAPATAN DAN BEBAN OPERASIONAL		
A. Pendapatan dan Beban Bunga		
1.	Pendapatan Bunga	621,220
2.	Beban Bunga	(197,705)
	Pendapatan (Beban) Bunga Bersih	423,515
B. Pendapatan dan Beban Operasional Lainnya		
1.	Keuntungan (kerugian) dari peningkatan (penurunan) nilai wajar aset keuangan	-
2.	Keuntungan (kerugian) dari penurunan (peningkatan) nilai wajar liabilitas keuangan	-
3.	Keuntungan (kerugian) dari penjualan aset keuangan	14,126
4.	Keuntungan (kerugian) dari transaksi spot dan derivatif/forward (<i>realised</i>)	-
5.	Keuntungan (kerugian) dari penyertaan dengan <i>equity method</i>	-
6.	Keuntungan (kerugian) dari penjabaran transaksi valuta asing	(244)
7.	Pendapatan dividen	-
8.	Komisi/provisi/fee dan administrasi	7,396
9.	Pendapatan lainnya	29,309
10.	Kerugian penurunan nilai aset keuangan (<i>impairment</i>)	(369,049)
11.	Kerugian terkait risiko operasional	(3,370)
12.	Beban tenaga kerja	(144,509)
13.	Beban promosi	(1,061)
14.	Beban lainnya	(272,175)
	Pendapatan (Beban) Operasional Lainnya	(739,577)
	LABA (RUGI) OPERASIONAL	(316,062)

Gambar 1.1 Laporan Keuangan Audited SeaBank Desember 2021

Sumber: Laporan Keuangan SeaBank 2021

Pada penghujung tahun 2021, SeaBank masih mencatatkan kerugian operasional sebesar Rp316 M dan belum mendapatkan profit secara bersih. Namun, langkah SeaBank tidak terhenti dan masih percaya akan potensi industri bank *digital* di Indonesia akan terus bertumbuh. Terbukti, pada tahun 2022 berhasil menorehkan catatan kinerja positif dengan peningkatan laba sebesar 186% (Tempo.co.id, 2023).

II. Model Bisnis SeaBank

SeaBank adalah salah satu bank *digital* yang mengusung teknologi berbasis aplikasi. Nasabah cukup mengunduh aplikasi pada *smartphone* mereka baik berbasis Android ataupun IOS (produk Apple) dan sudah bisa mengakses berbagai macam fitur, tentunya dengan mendaftarkan diri terlebih dahulu. Model bisnis yang dijalankan oleh SeaBank sejatinya sama seperti produk bank *digital* lainnya dimana sesuai dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/POJK.03/2018 mengartikan bahwa *digital* banking sebagai sebuah layanan perbankan dimana nasabah bisa mendapatkan fasilitas seperti informasi perbankan, berkomunikasi dengan bank serta melakukan kegiatan perbankan lainnya secara elektronik seperti transaksi dan lain sebagainya (Hukumonline.com, 2023).

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, produk bank *digital* sama seperti perbankan konvensional, yang berbeda hanyalah semua prosesnya berbasis online tanpa tatap muka atau datang ke kantor cabang fisik. Layanan yang diberikan juga sama seperti bank konvensional yaitu pembukaan rekening, simpanan deposito, tabungan hingga transaksi lainnya. Namun, yang membedakan dengan bank *digital* lainnya adalah integrasi ke salah satu *market place* terbesar di Indonesia yaitu Shopee dimana *market place* ini juga

dimiliki oleh Sea Group dimana beberapa fitur dari SeaBank bisa dinikmati pada layanan Shopee ini (Oktaviani et al., 2024).

III. Jenis Layanan dan Produk Seabank

Dengan kemajuan teknologi dan dukungan dari internet, SeaBank memberikan fasilitas dan fitur bagi nasabah, detailnya sebagai berikut (Seabank.co.id, 2024):

1. Transaksi:
 - a. Transfer & E-Wallet
 - b. Top up & bayar tagihan
 - c. QRIS
 - d. Setor & Tarik Tunai
2. SeaBank
 - a. Buka rekening SeaBank via Shopee
 - b. Integrasi akun Shopee
 - c. Topup & Penarikan Dana
 - d. Pembayaran tagihan di Shope
3. Produk Perbankan
 - a. Tabungan
 - b. Deposito
 - c. SeaBank Pinjam
 - d. Produk Non-Digital

Produk & Layanan ^	Promo	Perusahaan v	Blog	Pusat Bantuan	Download SeaBank
Transaksi		SeaBank x Shopee		Produk Perbankan	
Transfer & E-Wallet		Buka Rekening via Shopee		Tabungan	
Top up & Tagihan		Hubungkan Akun Shopee		Deposito	
QRIS		Top Up & Penarikan Dana		SeaBank Pinjam	
Setor & Tarik Tunai		Pembayaran di Shopee		Produk Non Digital	
				Properti Lelang & AYDA	

Gambar 1.2 Jenis Produk dan Layanan SeaBank
Sumber: Seabank.co.id

Berikut tambahan fitur yang disediakan oleh SeaBank (Oktaviani et al., 2024):

1. SeaMoney Card: kartu debit yang dikeluarkan oleh SeaBank
2. SeaLoans: Pinjaman dari SeaBank
3. SeaFund: Investasi reksadana dari SeaBank
4. SeaGold: Pembelian emas melalui aplikasi SeaBank

IV. Teknologi SeaBank

SeaBank merupakan bank *digital* yang melakukan kegiatan usahanya menggunakan internet dan kemajuan teknologi, terutama *smartphone*. Teknologi yang SeaBank gunakan lebih mengutamakan integrasi dengan perkembangan jaman sehingga mampu menjangkau seluruh kalangan masyarakat, terutama yang tidak dapat terlayani dengan bank konvensional (seabank.co.id, 2024). Untuk dapat memberikan hasil yang maksimal dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, SeaBank terus berupaya melayani melalui perkembangan teknologi yang cocok untuk para nasabahnya, adapun yang dilakukan sebagai berikut:

1. Memberikan tampilan aplikasi atau *user interface* yang menarik dan sederhana sehingga dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi
2. Memberikan kemudahan aplikasi atau *user experience* dan tidak memberatkan nasabah sehingga *smartphone* yang masih menggunakan sistem pengoperasian terdahulu masih bisa mengakses SeaBank
3. Mengintegrasikan dengan *market place* seperti Shopee sehingga memudahkan transaksi pembelian dari nasabah SeaBank
4. Melakukan integrasi sistem teknologi pada internal operasional SeaBank seperti Sistem Manajemen Human Capital dan sistem komunikasi internal bernama SeaTalk (Businessnews.co.id, 2024).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa teknologi sangat mempunyai peran penting terhadap bagaimana nasabah akan tetap loyal terhadap sebuah produk, dalam pembahasan ini adalah bank *digital*. SeaBank berharap dengan melakukan inovasi serta melengkapi fitur-fitur perbankan untuk nasabahnya bisa memberikan kepuasan serta menjadikan nasabah semakin loyal dikemudian hari.

V. Keamanan & Privasi SeaBank

Salah satu tantangan terbesar untuk bank *digital* khususnya SeaBank adalah keamanan data dan privasi dari nasabahnya karena basis dari operasional SeaBank adalah basis teknologi sehingga rentan akan adanya serangan keamanan seperti Ransomware, Enkripsi data, Keamanan Firewall dan kelemahan dalam *cyber security* (Harahap et al., 2023). Oleh karena itu, SeaBank selalu melakukan upaya pencegahan seperti menerapkan sistem *One Time Password* atau OTP, *password* ganda hingga update sistem aplikasi baik pada Android ataupun IOS (produk Apple).

Selain itu, SeaBank juga telah melakukan sertifikasi ISO 27001 terkait Sistem Manajemen Keamanan Informasi (SMKI) untuk bisa memberikan layanan yang aman untuk semua nasabahnya dan juga ditambahkan adanya sistem Enkripsi *end-to-end* yang bisa membuat semua transaksi bersifat rahasia sehingga membuat nasabah lebih nyaman untuk melakukan transaksi perbankan melalui SeaBank. Tidak lupa juga, SeaBank menghadirkan tim *social engineering* dimana tim ini bertugas untuk bisa memberikan edukasi terkait keamanan bertransaksi melalui media sosial sebagai bentuk edukasi kepada nasabah dan diharapkan bisa mengurangi tingkat *fraud* atau tindakan merugikan nasabah.

Tidak hanya keamanan dan privasi dari sisi internal SeaBank saja, dari sisi regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memberikan beberapa peraturan terkait keamanan siber, yaitu POJK Nomor 22 Tahun 2023 tentang Ketahanan dan Keamanan Siber Bagi Bank Umum dimana pada pasal 24 ayat (1) disebutkan bahwa Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) diwajibkan untuk bisa memberikan keamanan sistem informasi dan ketahanan siber dalam pelaksanaan kegiatan usaha demi melindungi konsumen. Selain itu, pada ayat 2 disebutkan juga PUJK wajib melakukan pengamanan informasi yang tujuannya agar informasi dan data dapat dijaga dengan kerahasiaan, integritas serta ketersediaan

secara efektif dan efisien dimana harus memperhatikan kepatuhan terhadap ketentuan perundangan-undangan (Kontan.co.id, 2024). Salah satu contoh penerapan adanya peraturan ini adalah PUJK dilarang menggunakan server diluar dari Indonesia untuk menyimpan atau mengolek data seperti menggunakan Google Form, Survey Monkey dan sejenisnya. Dengan adanya peraturan ini, tentunya para pelaku bank *digital* khususnya SeaBank harus bisa lebih *secure* dan memperhatikan keamanan data privasi dari para nasabahnya.

Perpaduan antara peraturan atau regulasi yang dibuat oleh regulator dan pemerintah serta pengembangan teknologi yang dilakukan oleh SeaBank diharapkan bisa memberikan rasa aman dan nyaman kepada semua nasabah SeaBank sehingga nasabah akan memberikan *trust* atau kepercayaan kepada SeaBank sebagai tempat untuk menyimpan uangnya ataupun bertransaksi.

VI. Tantangan & Risiko

Ada 3 tantangan pada industri keuangan khususnya bank *digital* yang pertama terletak pada keamanan dan perlindungan konsumen serta harus selalu waspada terhadap serangan siber karena basis bank *digital* adalah teknologi yang menggunakan internet. Selain itu, tantangan terbesar kedua yaitu bagaimana bisa membangun *trust* atau kepercayaan bagi para nasabahnya karena kebiasaan atau perilaku dari nasabah Indonesia lebih suka datang ke kantor fisik atau kantor cabang sedangkan SeaBank tidak memiliki kantor fisik atau kantor cabang dan semua proses melalui aplikasi yang ada pada *smart phone*. Tantangan ketiga adalah bagaimana memenangkan kompetisi pada pasar bank *digital* dimana Sebagian besar dari pelaku bank *digital* menargetkan *market underserved* atau yang belum terjangkau oleh bank konvensional sehingga SeaBank harus memiliki strategi yang baik untuk penetrasi ke dalam segmentasi pasar tersebut (Seabank.co.id, 2024).

Dengan tantangan yang ada, tentunya SeaBank melihat adanya banyak potensi pada industri bank *digital* ini karena Sebagian besar masyarakat Indonesia adalah pasar kelas menengah dan Usaha Mikro Kecil Menengah dimana belum terjangkau oleh bank konvensional. Oleh karena itu, perlu adanya kesiapan oleh SeaBank untuk bisa melakukan perubahan yang diperlukan agar bisa menjadi *top of mind* dari bank *digital* di Indonesia.

VII. Peluang dan Ekspansi Kedepan

Kondisi ekonomi dunia dan Indonesia masih menunggu perbaikan ekonomi, sehingga baik bank konvensional ataupun bank digital sedang melakukan sistem waspada, namun tidak membuat SeaBank berhenti melakukan inovasi untuk menghadirkan produk sesuai kebutuhan dari nasabahnya. Salah satunya adalah menghadirkan produk seperti SeaBank Pinjam dan berbagai produk lainnya. Namun, hal ini tentunya harus diperhatikan faktor risiko yang berjalan, seperti tingkat *Non-Performing Loan* atau NPL pada produk SeaBank pinjam. Oleh karena itu, selain melihat dari sisi peluang dari produk, tentunya SeaBank juga melakukan pengukuran terhadap tingkat risiko baik dari sisi nasabah ataupun dari sisi ekonomi secara global (Eti Yulianti & Nurhadi, 2024).

Inovasi produk lainnya yang bisa menjadi peluang pada masa depan adalah deposito harian dimana saat ini hanya sedikit bank *digital* yang melakukan inovasi produk ini. Deposito ini memiliki keuntungan yaitu dibukukan setiap jam 00.00 dan merupakan produk yang dapat bersaing karena bunga yang diberikan juga kompetitif (Christiani et al., 2024).

Selain inovasi dalam produk, SeaBank juga terus berupaya untuk bisa memberikan layanan terbaik dan selalu melakukan inovasi dari sisi teknologi karena sejatinya SeaBank

tidak memiliki kantor fisik atau kantor cabang dan hanya bisa diakses melalui aplikasi pada *smart phone*. Untuk itu, SeaBank terus berupaya menghadirkan layanan yang mudah dan nyaman bagi semua nasabah melalui kemudahan *user experience* dan *user interface* sehingga bisa menjadikan nasabah loyal kepada SeaBank (Ari Muhamad Imran et al., 2024)

VIII. Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Organisasi

Sumber Daya Manusia atau SDM merupakan salah satu asset terpenting dalam sebuah perusahaan khususnya SeaBank. Pada penerapannya, SeaBank telah melakukan pengembangan baik dari sisi organisasi ataupun dari sisi *development* SDM dimana SeaBank telah menerapkan berbagai teknologi terkini agar bisa memberikan yang terbaik. Salah satunya adalah menghadirkan inovasi internal yang disebut dengan SeaTalk (businessnews.co.id, 2024).

Integrated In-house System

At SeaBank, we embed technologies into all areas of businesses, impacting how we operate and deliver value to stakeholders.

 SeaTalk	An internal communication channel across Sea Group entities that has multiple functions, such as Chat, Leave Application, Claim/Reimbursement, IT Center, etc.
Human Resources Information System (HRIS)	This application stores, process, and manage employee personal data. It keeps employee's leave records and performance appraisal as well.
 Applicant Tracking System	A software that is packed full of features designed to manage the recruiting and hiring process.

Other implementation on using technologies:

- Transactions Monitoring System (Compliance)
- Face Verification (Operations)
- Booking room system for all meeting rooms through Google Calendar





EVP of People Taor Geovanny Siahaan dalam penjurian Human Capital Performance Award 2023 yang diselenggarakan businessnews.co.id Rabu (18/10).

Gambar 1.3 Penerapan SeaTalk dan Integrated In-House System

Sumber: businessnews.co.id

Dalam penerapannya, SeaTalk tidak hanya sebagai “wadah” komunikasi namun bisa menjadi “jembatan” untuk berbagai macam akses seperti pengajuan cuti, *reimburse* biaya-biaya dan berbagai macam kebutuhan lainnya. Sehingga, SeaTalk dapat mempermudah karyawan internal untuk mengajukan keperluan yang berkaitan dengan *Human Capital* (Apriliansah et al., 2024).

Selain menggunakan SeaTalk, divisi *Human Capital* SeaBank juga memiliki sistem informasi SDM yang dinamakan Human Resources Information System atau HRIS yang dikembangkan sendiri oleh tim internal SeaBank. Sistem HRIS ini juga berfungsi sebagai penyimpanan data pribadi karyawan. Kemudian, untuk *recruitment* pada SeaBank, divisi *Human Capital* sudah menerapkan *tracking applicant* menggunakan Sea Applicant Tracking System. Teknologi ini dirancang untuk dapat mempermudah membantu mengelola proses perekrutan karyawan agar lebih mudah baik untuk sisi internal maupun untuk calon karyawan (Businessnews.co.id, 2024).

IX. Kesimpulan dan Saran

SeaBank telah menjadi salah satu pemimpin pangsa pasar atau *market share* pada industri keuangan khususnya pada bank *digital*. Pada perjalanannya, SeaBank mendapati banyak sekali rintangan terutama dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat Indonesia dimana sebelumnya hampir semua orang masih melakukan transaksi melalui kantor fisik atau kantor cabang. Hal ini lantas membuat SeaBank berupaya untuk terus meningkatkan layanan dan produk demi mendapatkan kepercayaan tersebut dan terbukti pada semester I tahun 2023 laba dari SeaBank melonjak sebesar 483% (Katadata.co.id, 2023).

Pendapatan* dan Laba Bersih SeaBank per Semester I (2022-2023)

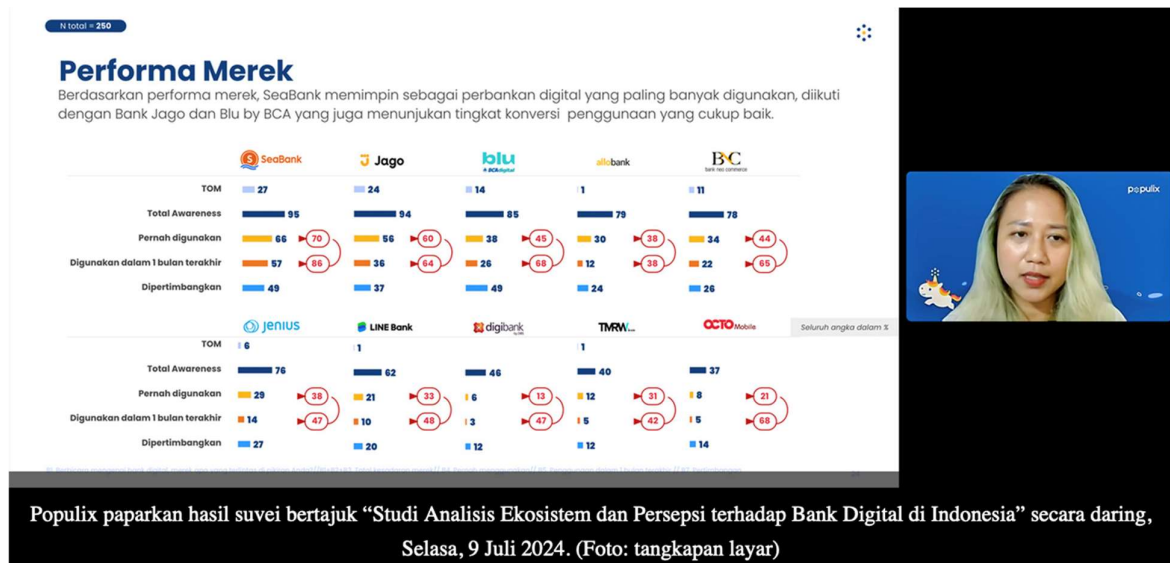
 databoks



Gambar 1.4 Pendapatan & Laba Bersih SeaBank Semester I 2023

Sumber: katadata.co.id

Tidak hanya dalam hal pendapatan ataupun laba, tingkat *awareness* masyarakat Indonesia juga mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu. Hal ini juga dapat terlihat karena adanya sinergi antara SeaBank dengan Shopee sebagai salah satu *market place* terbesar di Indonesia. Menurut survey yang dilakukan oleh populix pada tahun 2024, disebutkan bahwa tingkat *awareness* dari SeaBank mencapai angka 95 dimana 60% responden berasal dari gen Z dan 40% berasal dari gen Milenial. Selain itu, SeaBank mampu meraih 57% pangsa pasar atau *market share* menurut survey populix (Infobanknews.com, 2024).



Gambar 1.5 Performa Merek Bank *Digital* di Indonesia
Sumber: inforbanknews.com

SeaBank selama empat tahun beroperasi di Indonesia berhasil menjadi salah satu bank *digital* terbaik dari sisi performa dan *awareness*. Hal ini juga diikuti dengan tren positif yang selalu dibukukan setiap tahun mulai dari tahun 2021 hingga 2024. Namun, pencatatan positif ini tidak bisa dipandang sebagai akhir, melainkan SeaBank harus terus bisa berinovasi untuk memberikan layanan terbaik bagi nasabahnya sehingga selalu menjadi *top of mind*. Pelayanan terbaik, inovasi digital dan kemudahan bertransaksi adalah kunci untuk bisa menjadi bank *digital* terbaik di Indonesia.

REFERENSI

- Apriliansah, I., Saputri, D. N., & Sutabri, T. (2024). Evaluasi Kinerja Sistem Aplikasi SeaBank Menggunakan Metode PIECES. *59 Jurti*, 8(1), 2579-8790.
- Ari Muhammad 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>
- Businessnews.co.id. (2024). *SeaBank Integrasikan Teknologi pada Sistem Manajemen SDM*. <https://businessnews.co.id/2024/04/19/seabank-integrasikan-teknologi-pada-sistem-manajemen-sdm/>
- Christiani, N., Anggela, P., Uslianti, S., Industri, J. T., Teknik, F., & Tanjungpura, U. (2024). *PENERAPAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) PADA PENGGUNAAN APLIKASI SEABANK*. 8(2), 218-224.
- Eti Yulianti, & Nurhadi. (2024). Pengaruh Security, Trust, Usability, dan Usefulness terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi SeaBank. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(6), 3167-3182. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i6.1980>
- Harahap, E. F., Arimbawa, I. G. A. P., Sucandrawati, N. L. K. A. S., Nurdiani, T. W., & Anantadjaya, S. P. (2023). Digital bank transformation: A content analysis of SEABank. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(3), 383-395. <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i3.6363>

- Hukumonline.com. (2023). *Mengenal Perbankan Digital dan Bank Digital*. <https://www.hukumonline.com/berita/a/mengenal-perbankan-digital-dan-bank-digital-lt647683af1cb07/>
- Infobanknews.com. (2024). *Ini 3 Bank Digital yang Paling Banyak Dipilih Gen Z*. Infobanknews. https://infobanknews.com/ini-3-bank-digital-yang-paling-banyak-dipilih-gen-z/#google_vignette
- Katadata.co.id. (2023). *Laba bersih SeaBank melonjak 482 pada semester I 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/40b6032fa98415d/laba-bersih-seabank-melonjak-482-pada-semester-i-2023>
- Kontan.co.id. (2024). *OJK Terbitkan POJK Nomor 22/2023, PUJK Wajib Pastikan Keamanan Siber Konsumen*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/ojk-terbitkan-pojk-nomor-222023-pujk-wajib-pastikan-keamanan-siber-konsumen>
- Oktaviani, N. N., Eprilla Maharani, R., Nisa, R. A., Peristiwo, H., Hidayat, W., Studi, P., Syariah, E., Ekonomi, F., Islam, B., Sultan, U., & Hasanuddin Banten, M. (2024). Pengaruh Promosi dan Fitur Seabank terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Mahasiswa/i FEBI UIN SMH Banten. *Agustus*, 2(4), 1-17. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i3.712>
- Seabank.co.id. (2024). *Info Perusahaan Seabank*. <https://www.seabank.co.id/perusahaan/info/seabank>
- Tempo.co.id. (2023). *SeaBank Capai Kinerja Positif, Laba Meningkatkan Hingga 186 Persen*. <https://www.tempo.co/info-tempo/seabank-capai-kinerja-positif-laba-meningkat-hingga-186-persen-200643>