

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **2.1 Sejarah Perusahaan SeaBank**

PT SeaBank Indonesia merupakan bank digital yang beroperasi di bawah naungan *Sea Limited*, perusahaan teknologi besar asal Singapura yang juga menaungi platform *e-commerce* Shopee serta layanan gim Garena. Kehadiran SeaBank di Indonesia bukan sekadar ekspansi bisnis biasa, melainkan bagian dari strategi Sea Group dalam membangun keuangan digital yang terintegrasi di Asia Tenggara, dengan Indonesia sebagai negara pertama yang menjadi lokasi operasional layanan perbankan digitalnya.

PT SeaBank Indonesia sebelumnya dikenal sebagai institusi dengan nama PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) pada 4 Oktober 1991 di Jakarta. Gagasan pendirian BKE dicetuskan oleh Prof. Dr. Soemitro Djojohadikusumo, dengan orientasi bisnis, yakni menyalurkan pembiayaan kepada aparatur sipil negara lewat jaringan Koperasi Primer Pegawai Negeri (KP-RI). Izin operasional resmi diperoleh melalui Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. 256/KMK.013/1992, dan BKE mulai menjalankan kegiatan perbankannya secara aktif sejak 27 Februari 1992.

Perjalanan perubahan kinerja BKE dimulai ketika kondisi keuangan bank ini melemah signifikan menjelang akhir dekade 2010-an. Kondisi itu mendorong perubahan struktur kepemilikan secara bertahap yang dimulai pada tahun 2019 oleh dua pemegang saham utama yakni Induk Koperasi Pegawai RI (IKP-RI) dengan porsi 25% dan PT Reliance Sekuritas Indonesia Tbk dengan 19% yang

berbagi kepemilikan bersama PT Danadipa Artha Indonesia yang telah bergabung sejak 2018.

Pada awal tahun 2020, PT Danadipa mendapatkan dukungan investasi dari TurboCash, yang merupakan anak perusahaan dari *Sea Group* yang berkedudukan di Hong Kong, sehingga pada saat itu berhasil menguasai 94,95% saham BKE, serta sisa 5,50% saham lainnya dipegang oleh PT *Coin Investama Nusantara* yang juga berafiliasi dengan *TurboCash*. Dengan begitu, sejak Januari 2020, *Sea Group* secara resmi menjadi pemilik BKE. Setelah pengambilalihan tersebut, BKE resmi berganti nama menjadi SeaBank, berdasarkan Surat Ketetapan yang dikeluarkan oleh Menteri Kehakiman RI pada 15 Januari 2021. Setelah perubahan nama dan logo, PT SeaBank Indonesia mulai beroperasi dengan nama baru pada 10 Februari 2021, menandai lahirnya SeaBank sebagai wajah baru perbankan digital Sea Group di Indonesia.

Tak lama setelah rebranding, SeaBank merilis aplikasi perbankan digitalnya kepada publik dengan dua fitur andalan, yaitu Tabungan Digital dan *Virtual Account*. Tabungan digital dirancang untuk memudahkan aktivitas keuangan harian nasabah. Fitur ini menawarkan suku bunga harian, bebas biaya administrasi, dan bebas biaya transfer. Sementara itu, *virtual account* perbankan digital Bank bertujuan untuk memudahkan aksesibilitas nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran *online*.

Kemitraan strategis dengan Shopee turut mempercepat penetrasi pasar SeaBank, mengingat ekosistem keduanya memungkinkan pengguna Shopee membuka rekening langsung melalui platform tersebut. Adapun lisensi perbankan

digital di Singapura yang diperoleh Sea Group pada Desember 2020 semakin memperkuat kapasitas SeaBank. Keberhasilan SeaBank memperoleh pangsa pasar yang besar di sektor bank tidak menjadi halangan untuk tetap meningkatkan promosi dan keunggulannya, meskipun jumlah kantor fisiknya tidak sebanyak bank konvensional lain. Layanan yang ditawarkan pun tetap tersedia secara *online*, mendukung kebutuhan aksesibilitas masyarakat. Dalam hal ini, inovasi dan adaptasi terhadap berubahnya perilaku konsumen di era digital menjadi salah satu fokus utama bagi SeaBank.

## **2.2 Visi dan Misi**

Setiap perusahaan tentu memiliki arah dan tujuan bagi operasional perusahaannya, terutama pada perusahaan bank digital yang terus berkembang. PT SeaBank Indonesia memiliki visi dan misi penting, sebagaimana untuk mengarahkan perusahaan agar bertahan dalam jangka panjang dan mampu bersaing di era digital ini. Berikut visi dan misi SeaBank antara lain:

### **a) Visi SeaBank**

Seabank memiliki visi yang ingin dituju perusahaan yaitu memberi terobosan pengalaman perbankan untuk melayani yang belum terlayani dan memajukan kehidupan masyarakat Indonesia.

Adapun misi dari SeaBank yang ingin dicapai ialah sebagai berikut:

### **b) Misi SeaBank**

Mewujudkan kemudahan perbankan bagi semua.

### 2.3 Logo Perusahaan SeaBank

Logo SeaBank menampilkan identitas visual yang mencerminkan karakternya sebagai bank digital modern. Desain logo SeaBank dirancang untuk mengenalkan tiga gagasan yang saling berkaitan, yaitu menampilkan keterbukaan maritim yang mencerminkan konsep "sea" atau laut yang berarti kepercayaan finansial yang melambangkan stabilitas, keamanan, dan pertumbuhan, serta kejernihan digital melalui ukuran ikon logo yang mudah dikenal sebagai tanda yang ramah antarmuka dan mudah terbaca.



**Gambar 2. 1 Logo SeaBank**

*[Sumber: SeaBank Indonesia]*

Dari sisi desain, logo SeaBank mengutamakan geometri yang bersih dan keseimbangan ruang negatif, mengikuti pendekatan minimalis fintech kontemporer dengan bentuk yang disederhanakan, kontras tinggi, serta tipografi yang terkesan ramah dan mudah dipahami.

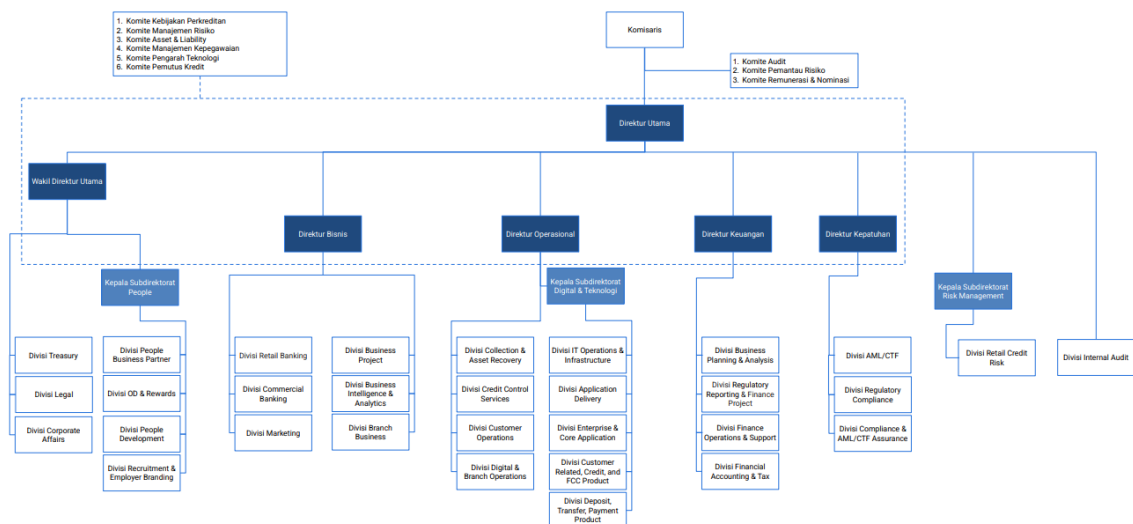
Sementara dari sisi warna, SeaBank diasosiasikan dengan palet warna biru dan oranye, pilihan yang konvensional namun efektif dalam dunia keuangan karena warna biru melambangkan ketenangan dan kompetensi, serta warna oranye melambangkan kepercayaan dan inovasi.

Secara keseluruhan, logo SeaBank mencerminkan semangat inovasi digital yang terbuka, terpercaya, dan mudah diakses oleh semua kalangan, sejalan dengan

visi dan misinya untuk menghadirkan layanan perbankan yang inklusif bagi masyarakat Indonesia.

## 2.4 Struktur Organisasi Seabank

Struktur organisasi SeaBank dirancang secara sistematis untuk mendukung kelancaran operasional dan pencapaian tujuan strategis perusahaan. Dengan pembagian peran dan fungsi dalam setiap divisi, perusahaan SeaBank akan mampu menjalankan berbagai layanan operasional perusahaan secara efisien dan responsif terhadap kebutuhan nasabah. Melalui struktur organisasi yang terorganisir dengan baik, SeaBank dapat menjaga koordinasi internal yang solid, bertanggung jawab dan meningkatkan kualitas pelayanan perbankan secara berkelanjutan.



**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Seabank Indonesia**

[Sumber: SeaBank Indonesia, 2025]

Bagan struktur organisasi SeaBank menampilkan struktur hirarki perusahaan yang menunjukkan pembagian tugas dan tanggung jawab antar

bagian. Di puncak bagan terdapat posisi pimpinan tertinggi, seperti Direktur Utama (CEO), yang bertanggung jawab atas seluruh operasional perbankan. Di bawahnya terdapat Wakil Direktur Utama dan beberapa divisi utama seperti Divisi Bisnis, Divisi Operasional, Divisi Keuangan, dan Divisi Kepatuhan/Regulasi yang masing-masing mengelola fungsi spesifik sesuai bidangnya. Bagan struktur diatas memperlihatkan hubungan koordinasi dan pelaporan antar bagian divisi dan subdivisi sehingga memudahkan alur komunikasi dan pengambilan keputusan secara efektif.

## **2.5 Produk dan Layanan SeaBank**

### **2.5.1 Produk Simpanan**

Seiring dengan perkembangan teknologi perbankan, perusahaan SeaBank terbentuk untuk menghadirkan Tabungan Perbankan Digital dan Deposito Digital sebagai produk unggulan yang memberikan kemudahan pengelolaan dana secara penuh melalui aplikasi, tanpa perlu mengunjungi kantor cabang. SeaBank menyediakan berbagai produk simpanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah dari berbagai segmen, baik individu maupun pelaku usaha.

Produk simpanan yang ditawarkan meliputi Tabungan sebagai produk dasar untuk menyimpan dan mengelola dana sehari-hari, Deposito Berjangka yang memberikan hasil bunga lebih tinggi dengan penempatan dan penarikan dana dalam jangka waktu tertentu, serta Giro yang memudahkan transaksi bisnis secara praktis. Hadirnya penyediaan produk simpanan digital ini agar lebih sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern yang dinamis.

### **2.5.2 Produk Pinjaman**

Dalam rangka mendukung kebutuhan finansial individu maupun pelaku usaha di berbagai skala, SeaBank menghadirkan beragam produk pinjaman yang fleksibel, kompetitif, dan menyeluruh. Untuk kebutuhan bisnis, SeaBank menyediakan Kredit Investasi yang ditujukan untuk pembiayaan pengembangan usaha jangka panjang, serta Kredit Modal Kerja yang membantu pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari. Bagi nasabah dengan kebutuhan konsumtif, tersedia Kredit Multiguna yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan pribadi. Selain itu, SeaBank juga menawarkan skema Kredit *Joint Financing* dan *Channeling* guna memperluas jangkauan pembiayaan melalui kerja sama dengan mitra strategis. Untuk kemudahan akses kredit tanpa persyaratan agunan, SeaBank Pinjam menghadirkan Kredit Tanpa Agunan yang dapat diajukan langsung melalui aplikasi. SeaBank juga turut menyediakan Kredit Berbasis *Payroll* dan Kredit Karyawan yang dirancang khusus untuk kalangan pekerja, serta Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dalam kategori *Legacy Loan* bagi nasabah yang memiliki kebutuhan kepemilikan hunian.

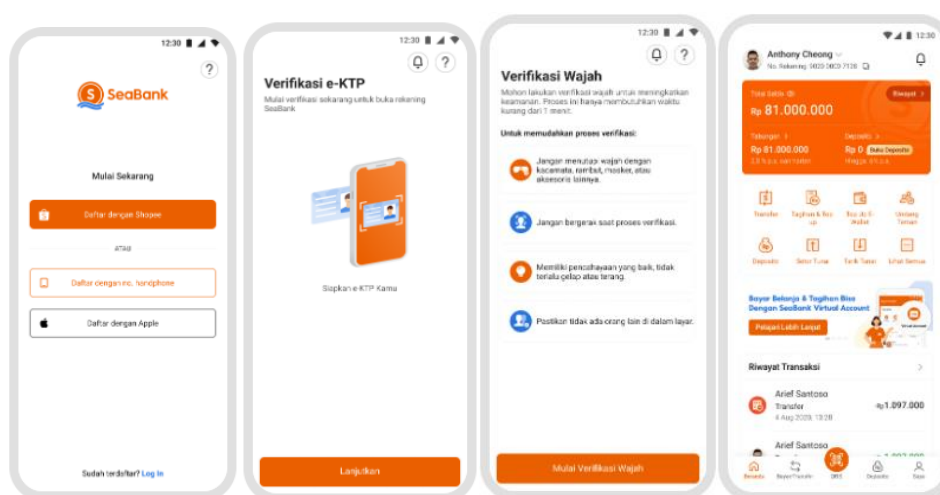
### **2.5.3 Layanan Perbankan**

SeaBank sebagai bank digital yang mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam bertransaksi, mengutamakan penyediaan layanan perbankan yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja hanya melalui genggaman tangan. Layanan *Mobile Banking* menjadi penggerak utama operasional perbankan SeaBank, memungkinkan nasabah untuk mengelola keuangan secara mandiri dan *real-time* melalui aplikasi yang intuitif. Untuk

kebutuhan transaksi, nasabah dapat memanfaatkan layanan Transfer antar bank yang bebas biaya administrasi, serta pembayaran menggunakan QRIS yang kini semakin banyak diterima di berbagai merchant di seluruh Indonesia. Tersedia pula layanan Kliring dan *Virtual Account* Perbankan Digital yang memudahkan proses transaksi bisnis secara otomatis dan terstruktur. Selain itu, SeaBank juga menyediakan layanan *Bill Payment* untuk pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, air, dan pulsa dalam satu platform yang terintegrasi, serta *Electronic Payroll* yang membantu perusahaan dalam mengelola penggajian karyawan secara digital. Fasilitas Setor dan Tarik Tunai turut tersedia untuk memastikan nasabah tetap dapat mengakses uang tunai dengan mudah sesuai kebutuhan nasabah.

## 2.6 Langkah dan Tampilan Pembukaan Rekening SeaBank

Sebagai bank digital yang memiliki fleksibilitas akses, SeaBank memberikan kemudahan pada langkah pembukaan rekening tabungan dan juga tampilan yang dirancang secara praktis dan efisien.



**Gambar 2. 3 Langkah Pembukaan Rekening SeaBank**

[Sumber: SeaBank Indonesia, 2025]

Adapun langkah-langkah pembukaan tabungan rekening SeaBank sebagai berikut :

1. Unduh aplikasi SeaBank di *Appstore* atau *Google Playstore*.
2. Daftar rekening dengan menggunakan no. handphone dan masukan kode OTP.
3. Siapkan *e-KTP* dan isi data diri pada fitur *e-form* yang telah disediakan.
4. Proses verifikasi wajah dan *e-KTP* dengan kamera.
5. Rekening SeaBank berhasil dibuka setelah dikonfirmasi.

## **2.7 Identitas Responden**

Identitas responden adalah informasi seseorang yang digunakan peneliti untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik individu tertentu yang dipilih sebagai sampel dalam penelitian. Informasi tersebut meliputi aspek demografis, seperti rentang usia, jenis kelamin, pekerjaan, serta tingkat pendapatan, dan juga mencakup faktor geografis yakni domisili atau wilayah tempat tinggal responden.

Pada penelitian ini, responden dikumpulkan dari 100 pengguna aplikasi SeaBank yang berada dalam kelompok usia antara 17 hingga 35 tahun keatas. Responden berasal dari berbagai wilayah/kecamatan di Kota Semarang. Pemilihan responden dilakukan berdasarkan pengalaman masing-masing individu dalam menabung digital di SeaBank, dengan syarat minimal telah menggunakan rekening SeaBank dalam kurun waktu tiga bulan dan minimal telah melakukan tiga kali menabung dalam tiga bulan terakhir.

Proses pengumpulan data responden dilakukan melalui penyebaran kuesioner fisik yang dirancang untuk mencakup pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun berdasarkan indikator penelitian. Kuesioner ini dibagikan secara langsung kepada responden yang memenuhi karakteristik tertentu melalui pendekatan tatap muka. Metode ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden dapat memberikan jawaban yang akurat sesuai dengan pengalaman masing-masing responden. Data selengkapnya mengenai identitas responden berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan akan disajikan dalam bagian berikut :

### 2.7.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Informasi mengenai jenis kelamin responden disajikan untuk memberikan gambaran mengenai proporsi antara jumlah responden penelitian yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Penyajian data ini penting karena komposisi berdasarkan jenis kelamin sering digunakan untuk melihat keseimbangan atau dominasi salah satu kelompok dalam suatu populasi penelitian. Berikut ialah data perbandingan jumlah dua kelompok antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan:

**Tabel 2. 1 Komposisi Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	30 orang	30%
Perempuan	70 orang	70%
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100%</b>

Menurut hasil data Tabel 2.1 mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan memiliki dominasi pada hasil data ini yang sebanyak 70% dan laki laki sebanyak 30% sebagai sisanya.

### 2.7.2 Responden Berdasarkan Usia

Informasi mengenai rentang usia responden yang disajikan untuk memberikan gambaran mengenai proporsi rentang kelompok usia yang dimulai dari usia 17 tahun sesuai dengan syarat sah negara sebagai minimal individu membuka akun rekening atau tabungan. Penyajian data ini diperlukan untuk mengetahui dominasi berdasarkan salah satu kelompok rentang usia dalam suatu populasi penelitian dengan guna melihat pengaruh yang diberikan terhadap keputusan responden dalam cara menabung. Berikut ialah data perbandingan beberapa rentang usia :

**Tabel 2. 2 Komposisi Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
17-22 tahun	47 orang	47%
23-28 tahun	39 orang	39%
29-34 tahun	10 orang	10%
≥ 35 tahun	4 orang	4%
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100%</b>

Menurut hasil data Tabel 2.2 mengenai identitas responden berdasarkan usia, diketahui bahwa responden pada rentang usia 17-22 tahun lebih mendominasi dengan persentase sebanyak 47%, kemudian diikuti dengan frekuensi rentang usia 23-28 yang sebanyak 39% dan sisanya sebanyak 10% pada rentang usia 29-34 tahun, serta ≥ 35 tahun sebanyak 4%.

### 2.7.3 Responden Berdasarkan Domisili

Informasi berdasarkan domisili atau wilayah tempat tinggal responden disajikan untuk memberikan gambaran mengenai proporsi persebaran domisili atau wilayah responden. Penyajian data ini sangat diperlukan karena komposisi

berdasarkan domisili sering digunakan untuk melihat keseimbangan atau dominasi salah satu wilayah dalam suatu populasi penelitian. Berikut ialah data persebaran responden di beberapa domisili/wilayah :

**Tabel 2. 3 Komposisi Berdasarkan Domisili**

<b>Domisili (Kecamatan)</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Banyumanik	11 orang	11%
Candisari	7 orang	7%
Gajahmungkur	4 orang	4%
Gayamsari	3 orang	3%
Genuk	4 orang	4%
Gunungpati	4 orang	4%
Mijen	3 orang	3%
Ngaliyan	6 orang	6%
Pedurungan	6 orang	6%
Semarang Barat	4 orang	4%
Semarang Selatan	5 orang	5%
Semarang Tengah	7 orang	7%
Semarang Timur	5 orang	5%
Semarang Utara	6 orang	6%
Tembalang	23 orang	23%
Tugu	2 orang	2%
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100%</b>

Menurut hasil data tabel 2.3 mengenai persebaran responden berdasarkan domisili atau alamat, diketahui bahwa mayoritas responden adalah berdomisili Tembalang dengan angka sebesar 23% dari keseluruhan jumlah responden. Sementara Banyumanik di posisi kedua sebesar 11% dan Candisari serta Semarang Tengah berada di posisikan ketiga terbanyak yakni sebesar 7%. Adapun Tugu memiliki dominasi populasi paling sedikit yakni sebesar 2% dari jumlah total responden.

#### 2.7.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Informasi berdasarkan pendidikan terakhir responden disajikan untuk memberikan gambaran mengenai seberapa jauh responden menempuh pendidikan. Penyajian data ini diperlukan untuk mengetahui komposisi responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, yang digunakan untuk melihat cara berpikir dan bertindak bagaimana dari masing-masing responden melakukan keputusan dalam gaya menabung. Berikut ialah data responden di berdasarkan tingkat pendidikan :

**Tabel 2. 4 Komposisi Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
SMP/Sederajat	1 orang	1%
SMA/SMK/Sederajat	48 orang	48%
Diploma/Sarjana/Sederajat	49 orang	49%
Pascasarjana/Sederajat	2 orang	2%
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100%</b>

Menurut hasil data Tabel 2.4 mengenai identitas responden berdasarkan pendidikan terakhir, diketahui bahwa penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki tamatan pendidikan di jenjang Diploma/Sarjana/Sederajat dan SMA/SMK/Sederajat yang masing-masing memiliki angka sebesar 49% dan 48%. Sisanya adalah responden yang memiliki tamatan jenjang pendidikan di SMP/Sederajat sebesar 1% dan Pascasarjana/Sederajat sebesar 2%.

#### 2.7.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Informasi berdasarkan pekerjaan atau kegiatan responden disajikan untuk memberikan gambaran mengenai aktivitas keseharian responden dalam memenuhi kebutuhan hidup. Penyajian data ini diperlukan untuk mengetahui bagaimana responden menentukan keputusan dalam menabung dan melihat dominasi salah

satu pekerjaan atau kegiatan yang dijalankan responden dalam suatu populasi penelitian. Berikut ialah data responden berdasarkan dari beberapa jenis pekerjaan atau kegiatan :

**Tabel 2. 5 Komposisi Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Pegawai Negeri Sipil	6 orang	6%
Karyawan Swasta	26 orang	26%
Wirausaha	8 orang	8%
Pelajar/Mahasiswa	58 orang	58%
Ibu Rumah Tangga	2 orang	2%
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100%</b>

Menurut hasil data Tabel 2.5 mengenai identitas responden berdasarkan pekerjaan, diketahui bahwa penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan atau kegiatan dengan status Pelajar/Mahasiswa yang memiliki jumlah angka sebesar 58% dari jumlah keseluruhan responden. Hasil ini teridentifikasi bahwa mayoritas pengguna merupakan pelajar atau mahasiswa yang memiliki kepentingan untuk menabung dikarenakan akses yang mudah dan fleksibel untuk keseharian.

### **2.7.6 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan**

Informasi berdasarkan pendapatan per bulan responden disajikan untuk memberikan gambaran mengenai berapa besar pemasukan uang responden dalam bentuk pendapatan pribadi maupun uang saku per bulan. Penyajian data ini diperlukan untuk melihat kemampuan finansial responden yang berpengaruh terhadap frekuensi mereka menabung setiap bulannya. Berikut ialah data responden berdasarkan pendapatan per bulan :

**Tabel 2. 6 Komposisi Berdasarkan Pendapatan Per Bulan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
< Rp. 1.000.000	9 orang	9%
Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	49 orang	49%
Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	27 orang	27%
> Rp. 5.000.000	15 orang	15%
<b>Jumlah</b>	<b>100 orang</b>	<b>100%</b>

Menurut hasil data Tabel 2.6 mengenai identitas responden berdasarkan pendapatan, diketahui bahwa penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pendapatan di rentang angka pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 49% dari jumlah keseluruhan responden.