

BAB I

PENDAHULUAN

I.1.Latar Belakang

Bank bersifat kelembagaan yang menawarkan jasa serta memberi fasilitas kepada masyarakat berupa pinjaman dan simpanan (Saputro, 2022). Industri perbankan merupakan sektor jasa keuangan yang berperan dalam mengumpulkan dana dari masyarakat melalui berbagai bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kembali kepada pihak yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman atau kredit. Penghimpunan dana dilakukan melalui berbagai produk simpanan seperti, tabungan, deposito dan giro. Setelah dana terkumpul, bank menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat melalui kredit. Melalui proses ini, bank berperan sebagai perantara keuangan yang membantu masyarakat mengelola dana sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memberikan akses pembiayaan kepada pihak yang membutuhkan. Namun, seiring berjalannya waktu, fungsi dan layanan perbankan turut berkembang berkat kemajuan teknologi.

Perkembangan teknologi perbankan mengalami transformasi digital. Industri perbankan telah mengalami perubahan yang signifikan sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (Lestari & Fauji, 2023). Di era digital ini, transformasi ekonomi yang berbasis teknologi semakin berkembang, didorong oleh meningkatnya penggunaan internet dan gadget. Tidak dipungkiri, digitalisasi dalam dunia perbankan memungkinkan mengakses keuangan menjadi cepat dan mudah. Kemajuan teknologi dapat dilihat dari meningkatnya fitur-fitur yang semakin memudahkan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya secara mudah dan cepat.

Perkembangan teknologi mendorong layanan keuangan untuk terus bertransformasi secara digital guna menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Dalam beberapa tahun terakhir, bank digital mulai berkembang pesat dan menawarkan berbagai inovasi yang mempermudah akses layanan keuangan bagi masyarakat. Terlihat pada grafik yang terdapat pada gambar 1 menunjukkan bank digital yang sering digunakan di Indonesia pada tahun 2022.



Sumber : Populix, 2022

Gambar 1. Grafik Bank Digital yang Sering Dipakai di Indonesia

Gambar 1 diatas menunjukkan daftar bank digital yang paling sering dipakai oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2022. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh populix pada tahun 2022, grafik diatas menunjukkan tingkat daftar bank digital yang paling sering digunakan adalah Bank Jago, yaitu sebesar 46%. Bank Neo Commerce dan Bank Jenius menyusul di tiga besar dengan persentase masing-masing 40% dan 32%. Di posisi keempat, terdapat Seabank dengan 27% pengguna.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna Seabank besar, tingkat penggunaan aktif masih rendah dibandingkan beberapa bank digital. Blu by BCA menyusul di posisi kelima dengan presentase 25%. Posisi keenam hingga sepuluh diisi oleh Line Bank (16%), TMRW by UOB (13%), Digibank by DBS (11 persen), PermataME (10%), dan Allobank (7%).

Seabank merupakan aplikasi perbankan digital yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan berbagai aktifitas finansial. Sebelumnya, SeaBank bernama PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (BKE) yang didirikan pada tahun 1991. Pada tahun 2021, SeaBank mulai diakuisisi oleh Sea Group, induk perusahaan shopee. Setelah diakuisisi, nama BKE berubah menjadi nama baru yaitu PT Bank Seabank Indonesia. Berdasarkan informasi dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), PT Bank Seabank Indonesia telah terdaftar sebagai bank peserta penjamin simpanan dan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Seabank menawarkan banyak keunggulan seperti kemudahan registrasi melalui aplikasi, bebas biaya admin perbulan dan transfer, bunga tabungan 5x lebih tinggi (3,50%) didapatkan tiap harinya, menawarkan deposito dengan bunga hingga 6% per tahun serta banyak promo dan cashback yang diberikan. Dengan berbagai keunggulan tersebut, penting untuk mengetahui sejauh mana fitur layanan seabank mampu memenuhi harapan dan kepuasan pengguna.

Dalam lanskap perbankan digital Indonesia, SeaBank tampil sebagai salah satu bank digital yang menonjol berkat fitur-fiturnya yang terintegrasi secara langsung dengan ekosistem digital milik Sea Group, terutama Shopee. Beberapa fitur unggulan seperti proses pembukaan rekening yang mudah melalui sistem e-KYC, bunga tabungan harian hingga enam persen, serta program cashback dari transaksi di e-commerce menjadikan SeaBank bukan sekadar penyedia layanan finansial, melainkan juga bagian dari gaya hidup digital masyarakat.

Kehadiran fitur-fitur ini menarik perhatian generasi muda yang menginginkan akses keuangan yang cepat, fleksibel, dan terhubung langsung dengan kebutuhan sehari-hari.

Keberhasilan ini diperkuat oleh hasil laporan tugas akhir yang menunjukkan bahwa kinerja aplikasi SeaBank dinilai sangat baik oleh sebagian besar penggunanya. Studi (Apriliansah et al, 2024) menunjukkan bahwa pengguna memberikan skor rata-rata 4,19 terhadap aspek kecepatan respon, kemudahan akses, dan efisiensi sistem aplikasi SeaBank. Selain itu, laporan tugas akhir yang dilakukan oleh Puspadewi et al. pada tahun 2025 membuktikan bahwa literasi keuangan dan kemudahan fitur teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan SeaBank. Literasi keuangan memiliki koefisien pengaruh sebesar 0,872 sedangkan fitur teknologi memiliki koefisien 0,346.

Namun demikian, tidak semua segmen pengguna merespons fitur-fitur SeaBank secara positif. Laporan tugas akhir Oktaviani et al. 2024) menunjukkan bahwa pada kalangan mahasiswa FEBI UIN SMH Banten, fitur promosi dan layanan digital SeaBank tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan fitur digital tidak dapat digeneralisasi begitu saja. Efektivitas fitur sangat bergantung pada segmentasi pengguna dan relevansi penawaran terhadap kebutuhan aktual mereka.

Situasi ini membuka peluang bagi peneliti untuk menggali lebih jauh fenomena yang ada. Walaupun data menunjukkan pertumbuhan pengguna yang pesat dan pencapaian kinerja keuangan yang positif, terdapat perbedaan persepsi dan kepuasan di antara berbagai kelompok pengguna. Oleh karena itu, penting untuk memahami secara lebih dalam bagaimana fitur digital SeaBank

memengaruhi perilaku konsumen, tidak hanya dalam konteks jumlah pengguna tetapi juga dalam hal loyalitas dan kepuasan jangka panjang.

Dalam beberapa tahun terakhir, SeaBank Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam ekosistem perbankan digital nasional. Fenomena ini ditandai dengan lonjakan jumlah pengguna aktif, peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK), dan kinerja laba yang terus membaik. Salah satu faktor pendorong utama kesuksesan SeaBank adalah integrasinya yang kuat dengan ekosistem digital milik Sea Group, terutama Shopee. Kolaborasi ini mempermudah masyarakat untuk mengakses layanan keuangan langsung melalui aplikasi e-commerce yang sudah mereka gunakan sehari-hari.

Menurut laporan dari Tech in Asia, SeaBank berhasil mencatatkan lebih dari 13 juta nasabah hingga kuartal II tahun 2024, melonjak dari hanya sekitar 2 juta pengguna pada 2021. Angka ini diprediksi terus meningkat seiring dengan strategi pemasaran agresif dan kolaborasi lintas platform milik Sea Group (TechInAsia, 2024). Penetrasi ini juga didorong oleh kemudahan proses pembukaan rekening melalui fitur electronic Know Your Customer (eKYC), di mana sekitar 70% pembukaan akun baru dilakukan secara digital (Asian Banking and Finance, 2024).

Fenomena lonjakan pengguna ini tidak berdiri sendiri. SeaBank juga mencatatkan peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) yang signifikan. Data dari Prosiding SNAM PNJ menyebutkan bahwa per Februari 2023, DPK SeaBank naik sebesar 97% dibandingkan tahun sebelumnya, mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap bank digital ini (PNJ, 2023). Bahkan pada kuartal II tahun 2024, DPK SeaBank kembali mengalami peningkatan sebesar 13% secara year-on-year (Heaptalk, 2024).

Tak hanya dari sisi jumlah pengguna dan dana simpanan, kinerja keuangan SeaBank juga menunjukkan tren positif. SeaBank mencatatkan laba

bersih sebesar Rp378,8 miliar pada tahun 2024, meningkat 57% dari tahun sebelumnya sebesar Rp241,4 miliar (ObserverID, 2024). Selain itu, laba sebelum pajak pada kuartal II 2024 mencapai US\$12,7 juta atau sekitar Rp204 miliar, meningkat lebih dari 350% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Sementara itu, pada kuartal pertama 2025, SeaBank melaporkan laba sebelum pajak sebesar US\$168 juta atau sekitar Rp2,7 triliun, naik hampir 189% year-on-year (PRNewswire, 2025).

Pertumbuhan pesat ini juga didukung oleh strategi digitalisasi yang menyeluruh. SeaBank mencatat lebih dari 52 juta transaksi digital sepanjang 2024, meningkat 160% dibanding tahun sebelumnya, menandakan tingginya tingkat adopsi layanan digital di kalangan pengguna (Asian Banking and Finance, 2024). Program-program seperti bunga tabungan harian hingga 6% per tahun, cashback Shopee, dan integrasi ShopeePay membuat SeaBank sangat kompetitif di pasar perbankan digital Indonesia.

SeaBank mencerminkan fenomena bank digital yang sukses mengintegrasikan layanan finansial dengan platform gaya hidup digital masyarakat, khususnya generasi muda dan pengguna aktif e-commerce. Dengan strategi yang adaptif dan responsif terhadap kebiasaan digital masyarakat, SeaBank berhasil memposisikan diri sebagai bank masa depan yang tidak hanya menawarkan layanan keuangan, tetapi juga kenyamanan dan efisiensi digital dalam satu ekosistem.

Perkembangan SeaBank sebagai salah satu bank digital terkemuka di Indonesia tidak hanya ditandai oleh peningkatan jumlah pengguna, namun juga oleh penerimaan positif dari masyarakat pengguna layanan finansial berbasis aplikasi. Data grafik menunjukkan peningkatan jumlah pengguna dari 10 juta pada 2021, menjadi 13 juta pada 2022, dan melonjak menjadi 17 juta pada akhir 2024. Peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi pertumbuhan SeaBank yang

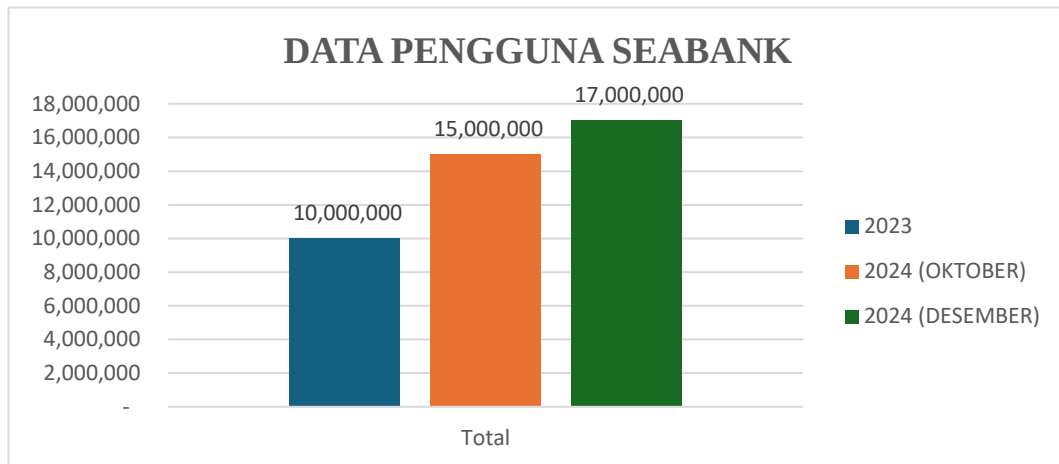
terintegrasi dengan ekosistem digital Shopee berhasil menarik perhatian masyarakat luas.

Laporan tugas akhir oleh (Apriliansah et al. 2024) mengungkapkan bahwa kinerja aplikasi SeaBank dievaluasi secara positif oleh penggunanya, terutama dalam hal kecepatan respon, efisiensi sistem, dan kemudahan akses informasi keuangan. Menggunakan pendekatan PIECES Framework, aplikasi SeaBank memperoleh skor rata-rata 4,19 dari pengguna aktif, yang menunjukkan tingkat kepuasan tinggi terhadap performa aplikasi tersebut.

Dari sisi perilaku pengguna, studi yang dilakukan oleh (Puspadewi et al. 2025) pada mahasiswa FEB Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan fitur digital SeaBank secara signifikan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan bank digital. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki koefisien pengaruh sebesar 0,872, sedangkan fitur teknologi memiliki koefisien 0,346. Hal ini menandakan bahwa peningkatan pemahaman finansial dan fitur aplikasi yang efisien sangat krusial untuk memperkuat adopsi SeaBank di kalangan generasi muda.

Lebih lanjut, laporan tugas akhir oleh (Oestary et al, 2024) juga menyoroti bahwa kepercayaan (trust) dan persepsi nilai (perceived value) terhadap aplikasi SeaBank secara bersama-sama menyumbang 82,9% variabilitas terhadap tingkat kepuasan pengguna ($R^2 = 0,829$). Hal ini menunjukkan bahwa SeaBank dinilai tidak hanya aman dan dapat dipercaya, tetapi juga memberikan manfaat yang nyata dalam kehidupan finansial sehari-hari mahasiswa. Faktor-faktor seperti efisiensi biaya transfer, bunga tabungan harian, serta fitur top-up dan pembayaran digital menjadi daya tarik utama bagi pengguna. Namun demikian, tidak semua responden menanggapi fitur promosi SeaBank secara positif. Berdasarkan (Oktaviani et al, 2024) terhadap mahasiswa FEBI UIN SMH

Banten, promosi dan fitur yang ditawarkan SeaBank tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pengguna. Laporan tugas akhir ini menunjukkan bahwa keberhasilan fitur digital tidak bisa digeneralisasi, melainkan harus mempertimbangkan segmentasi pengguna dan relevansi penawaran terhadap kebutuhan aktual mereka



Sumber: www.kompas.com

Gambar 2. Data Pengguna Seabank 2023-2024

Grafik menampilkan distribusi jumlah pengguna SeaBank dari tahun 2023 hingga tahun 2024 menunjukkan adanya peningkatan signifikan jumlah nasabah dari tahun ke tahun. Pada tahun 2023, SeaBank berhasil mencapai pertumbuhan pesat mengakuisisi 10 juta nasabah dalam tahun ketiga. Kepercayaan nasabah ini dibuktikan dengan rata-rata 2,5 juta transaksi harian yang dilakukan melalui aplikasi seabank (Kompas.com, 2024).

Memasuki tahun 2024, Seabank mencatatkan pertumbuhan jumlah nasabah yang signifikan di bulan oktober, jumlah pengguna meningkat menjadi 15 juta. Kemudian pada akhir tahun 2024, jumlah pengguna mencapai 17 juta, sebagaimana dikonfirmasi oleh laporan dari *Bisnis Indonesia* dan *Tempo*. Kenaikan signifikan ini menandakan keberhasilan SeaBank dalam mempertahankan strategi akuisisi pengguna yang agresif melalui promosi

berbasis aplikasi e-commerce dan program insentif bunga tabungan harian yang menarik. Menurut laporan Bisnis Indonesia, pertumbuhan pengguna ini sejalan dengan lonjakan Dana Pihak Ketiga (DPK) dan peningkatan jumlah transaksi digital dalam platform mereka (Bisnis.com, 2024).

Fenomena ini menunjukkan bagaimana model bisnis perbankan digital berbasis ekosistem dan integrasi layanan digital telah berhasil menarik kepercayaan masyarakat luas. SeaBank tidak hanya mengandalkan layanan digital, tetapi juga memperkuat aspek kepercayaan dan kenyamanan melalui simplifikasi proses pembukaan rekening, integrasi dengan ShopeePay, dan respons cepat terhadap kebutuhan generasi muda akan akses perbankan yang instan, tanpa kantor cabang fisik.

Kepuasan nasabah muncul dari bagaimana nasabah menilai kesesuaian antara harapan mereka dengan layanan yang diterima. Agar konsumen merasa puas dengan fitur layanan maka fitur tersebut harus mencakup kebutuhan para pengguna (Badaruddin & Risma, 2021). Jika fitur-fitur yang disediakan mampu memenuhi harapan nasabah, maka tingkat kepuasan akan meningkat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pengguna. Sebaliknya, jika nasabah mengalami kendala seperti gangguan sistem, kesulitan dalam navigasi aplikasi, atau layanan pelanggan yang kurang responsif, maka kepuasan mereka dapat menurun dan berpotensi beralih ke layanan bank digital lainnya.

Mahasiswa sebagai generasi muda yang akrab dengan teknologi menjadi salah satu bagian dalam penggunaan layanan perbankan digital. Seabank menawarkan berbagai fitur layanan perbankan yang menarik bagi nasabahnya. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ) merupakan kelompok yang memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan dan memahami pentingnya manajemen keuangan. Kemudahan akses melalui aplikasi seluler memungkinkan mahasiswa lebih

mudah dalam mengelola keuangannya dengan lebih fleksibel tanpa harus mengunjungi cabang bank, lebih efektif dan tidak terkendala oleh waktu dan juga lokasi. Dalam menghadapi kebutuhan transaksi harian, pembayaran kuliah, hingga menyimpan keuangan untuk kedepannya, mahasiswa FEB UPNVJ cenderung memilih solusi keuangan yang lebih efisien dan memberikan keuntungan lebih. Dengan demikian, laporan tugas akhir ini dilakukan untuk menganalisis kepuasan mahasiswa FEB UPNVJ terhadap fitur layanan Seabank. Berdasarkan penjelasan di atas tersebut, penyusun tertarik untuk menyusun Tugas Akhir dengan judul **“Analisis Kepuasan Mahasiswa FEB UPNVJ Terhadap Fitur Layanan Seabank.”**

I.2. Tujuan

Tujuan dari pembuatan TA ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan mendeskripsikan fitur layanan Seabank dalam menarik minat mahasiswa untuk transaksi.
2. Mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan terhadap fitur layanan Seabank di kalangan mahasiswa FEB UPNVJ.

I.3. Manfaat

Dalam penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberi manfaat dari kedua aspek yaitu :

1. Aspek Teoretis

Penulisan Tugas Akhir ini dapat menjadi referensi bagi penulis di masa depan terkait kepuasan nasabah terhadap fitur layanan bank digital seabank sebagai transaksi bank digital.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi Seabank

Hasil laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki fitur layanan Seabank agar lebih praktis, aman dan efisien.

b. Bagi Nasabah

Hasil laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang layanan seabank sehingga masyarakat dapat memahami kelebihan dan kekurangan fitur layanan Seabank.