

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Bank SeaBank Indonesia merupakan bank digital yang merupakan bagian dari Sea Limited, perusahaan teknologi asal Singapura yang juga mengelola Shopee dan Garena. SeaBank adalah aplikasi perbankan digital yang bertujuan untuk membuat kehidupan finansial pengguna lebih mudah. Nasabah dapat melakukan berbagai kegiatan keuangan, mulai dari menabung hingga bertransaksi, dengan menggunakan telepon genggam mereka kapan pun dan di mana pun mereka inginkan melalui platform ini. SeaBank berusaha memberikan akses yang lebih luas, cepat, dan efisien bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan finansial sehari-hari, menjadi bagian dari transformasi digital di sektor perbankan Indonesia.



Gambar 2.1 Logo SeaBank

Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:SeaBank.svg>

2.1.1 Profil Perusahaan

SeaBank adalah aplikasi perbankan digital yang dirancang untuk mempermudah orang-orang dalam mengelola keuangan mereka. Segala sesuatu, mulai dari menabung hingga melakukan transaksi, dapat dilakukan melalui ponsel anda kapan pun dan di mana pun. SeaBank berkomitmen untuk meningkatkan kehidupan masyarakat Indonesia dengan memberikan layanan perbankan yang lebih praktis dan mudah diakses bagi mereka yang belum terlayani. Prinsip kami membantu, kami menyesuaikan, kami berjalan, kami

berkomitmen, dan kami tetap rendah hati adalah dasar dari setiap inovasi dan layanan yang ditawarkan kepada klien SeaBank. SeaBank menawarkan berbagai keuntungan, termasuk bunga tabungan yang kompetitif hingga 6% per tahun, bebas biaya transaksi tertentu, dan pengalaman perbankan yang lebih efisien di era digital. Selain itu, SeaBank menawarkan layanan transaksi online yang cepat, aman, dan mudah diakses oleh nasabah kapan saja dan di mana saja. Sistem digital yang digunakan telah didukung oleh teknologi keamanan yang canggih untuk melindungi data serta informasi pribadi pengguna, sehingga nasabah dapat melakukan berbagai transaksi dengan rasa aman dan nyaman. Dengan tampilan aplikasi yang user-friendly, SeaBank juga memudahkan pengguna dalam mengelola keuangan, mulai dari transfer dana, pembayaran, hingga pemantauan aktivitas transaksi secara real time.

Selain itu, SeaBank terus meningkatkan fitur dan layanan untuk memenuhi kebutuhan finansial saat ini. SeaBank tidak hanya menjadi aplikasi perbankan digital tetapi juga mitra finansial yang mendukung pertumbuhan bisnis melalui berbagai layanannya, seperti Bayar Instan, integrasi dengan ShopeePay, dan produk simpanan seperti tabungan dan deposito. Untuk memenuhi kebutuhan pendanaan, mereka menawarkan fasilitas pinjaman seperti SeaBank Pinjam dan Pinjaman Modal Usaha SeaBank.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Salah satu fenomena penting dalam perkembangan industri perbankan Indonesia adalah pergeseran dari bank konvensional ke bank digital. Pergeseran ini mencerminkan perubahan kebutuhan masyarakat dan kemajuan teknologi. SeaBank Indonesia adalah salah satu bank yang juga mengalami perjalanan panjang. Sebagai institusi digital, bank ini tumbuh melalui proses pertumbuhan dan perubahan identitas hingga mampu menyesuaikan diri dengan tantangan di era digital. Untuk memahami posisi SeaBank Indonesia saat ini sebagai salah satu bank digital terkenal di Tanah Air, penting untuk melihat sejarahnya dari awal berdirinya hingga bentuk saat ini.

SeaBank Indonesia pertama kali didirikan di Jakarta pada tanggal 4 Oktober 1991 sebagai PT Bank Kesejahteraan Ekonomi (Bank BKE). Sejak awal, Bank BKE berfokus pada memberikan pembiayaan kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) melalui Koperasi Primer Pegawai Negeri (KP-RI) dengan menggunakan pola *executing*. Posisi ini membuat Bank BKE dekat dengan sektor koperasi dan memainkan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan pegawai negeri di Indonesia.

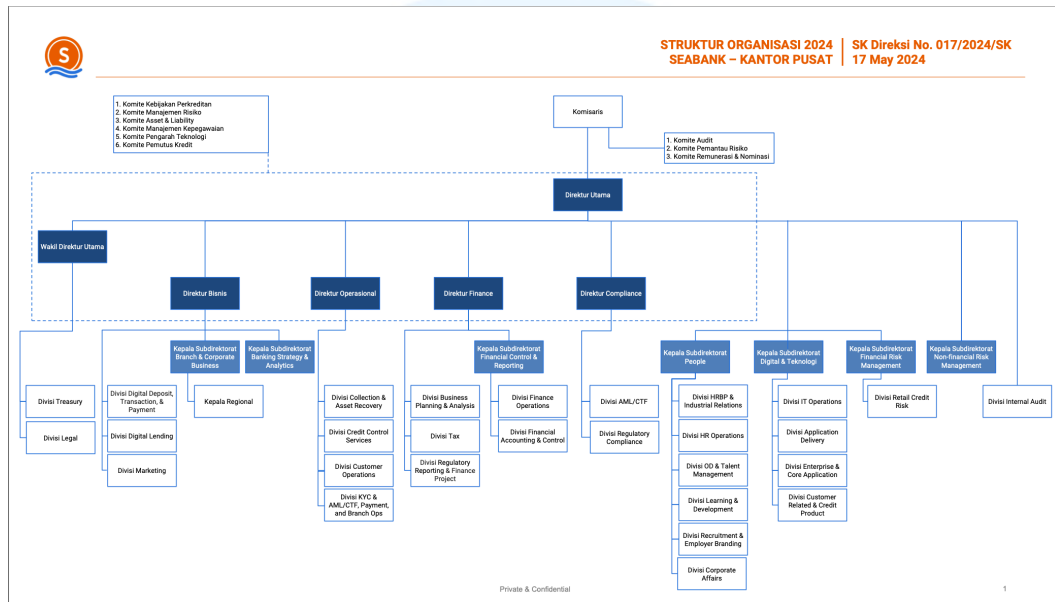
Dengan aset mencapai Rp3,5 miliar, lebih dari 300 karyawan, dan 12 kantor layanan, Bank BKE menunjukkan perkembangan yang luar biasa pada tahun 2020. Namun, ketika Bank BKE resmi berganti nama menjadi PT Bank Seabank Indonesia (SeaBank) pada tahun 2021, itu mengambil langkah besar dalam kemajuan bisnis ini. Surat Keputusan Deputi Komisioner Pengawas Perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor KEP-12/PB.1/2021 tanggal 10 Februari 2021 mengesahkan perubahan tersebut. Sejak saat itu, SeaBank telah meluncurkan layanan dan produk berbasis aplikasi untuk memantapkan identitasnya sebagai bank digital.

Terbukti bahwa transformasi digital yang dilakukan SeaBank berdampak positif. SeaBank mencatat keuntungan sebesar Rp269,2 miliar pada akhir 2022, meskipun pada akhir 2021 masih mencatat kerugian sebesar Rp313,4 miliar. Keberhasilan ini mendorong SeaBank untuk terus memperluas ekosistem layanan keuangannya, termasuk mempromosikan ritel dan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. SeaBank menegaskan perannya sebagai salah satu bank digital yang berkembang pesat di Indonesia dengan aset sebesar Rp28 triliun dan kredit sebesar Rp18 triliun pada tahun 2023.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk mendukung pengelolaan dan pengawasan yang efektif di seluruh lini bisnis, SeaBank menyusun struktur organisasinya secara sistematis. Susunan ini memberikan kejelasan peran mulai dari tingkat komisaris hingga divisi operasional, sehingga setiap bagian dapat berkontribusi secara optimal dalam

mencapai tujuan perusahaan. Berikut merupakan gambaran struktur organisasi SeaBank yang memperlihatkan alur tanggung jawab, koordinasi, serta keterkaitan antarbagian dalam mendukung kinerja perusahaan.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan SeaBank Indonesia
Sumber: <https://www.seabank.co.id/perusahaan/info/seabank>

Bagan struktur organisasi SeaBank tahun 2024 menunjukkan alur yang jelas dari tingkat komisaris hingga divisi pelaksana. Pada tingkat tertinggi, ada Komisaris yang bertanggung jawab atas tiga komite Komite Audit, Komite Pemantau Risiko, dan Komite Remunerasi dan Nominasi. Di bawahnya, Direktur Utama bertindak sebagai pimpinan perusahaan dan bertanggung jawab langsung atas operasi bank. Dia dibantu oleh wakil direktur utama dan didukung oleh beberapa komite strategis, termasuk Komite Kebijakan Perkreditan, Komite Manajemen Risiko, Komite Aset & Liabilitas, Komite Manajemen Kepegawaian, Komite Pengarah Teknologi, dan Komite Pemutus Kredit.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing

Selama menjalani program magang, penulis ditempatkan di divisi marketing, tepatnya pada tim creative. Tim ini bertanggung jawab dalam memenuhi berbagai kebutuhan desain grafis, baik yang bersifat statis maupun dinamis (*motion*), untuk mendukung strategi pemasaran yang dijalankan secara online maupun offline. Dalam proses magang ini, saya berada di bawah pengawasan seorang *Head Of Graphic Design* yang memantau hasil kerja saya secara keseluruhan. Sementara untuk kegiatan harian, dikarenakan *jobdesc* saya social media, saya dibimbing langsung oleh Lead Social Media Designers, yaitu Amadea Shabira Devi yang bertanggung jawab di bagian media social.

Struktur organisasi yang komprehensif SeaBank memastikan bahwa setiap aspek perbankan digital, termasuk kepatuhan, bisnis, operasional, keuangan, teknologi, dan manajemen risiko, berjalan secara efektif dan terintegrasi. Struktur ini menunjukkan pembagian tanggung jawab yang jelas, mulai dari pengawasan di level komisaris hingga pelaksanaan operasional di berbagai divisi.

2.3 Portofolio Perusahaan

Berikut merupakan beberapa dokumentasi perusahaan yang telah dikembangkan sejak PT SeaBank Indonesia resmi ketika penulis menjalani program magang. Terdapat kampanye bersama dengan Hokben, giveaway, penghargaan, waspada dan promo yang diadakan langsung oleh PT SeaBank Indonesia. Dokumentasi ini mencerminkan berbagai aktivitas pemasaran dan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam upaya memperkuat citra merek.

2.3.1 Campaign Referral User



Gambar 2. 4 Campaign SeaBank bersama dengan Hokben

Sumber : https://www.instagram.com/p/DPf9CQUjDCI/?img_index=1

Campaign diatas merupakan salah satu kampanye yang dibuat oleh PT SeaBank Indonesia dengan salah satu brand makanan fastfood di Indonesia yang bernama “Hokben”. Kampanye ini akan berlangsung dimulai pada tanggal 15 September 2025 hingga 30 Juni 2026. Kampanye ini memiliki tema “Buka Rekening dan Transaksi, Bonus Hoka Hemat” yang dimana secara tidak langsung mengajak masyarakat untuk membuka rekening baru dan melakukan transaksi menggunakan QRIS SeaBank.

Dengan kampanye ini, pengguna yang ikut berpartisipasi berkesempatan untuk mendapatkan bonus paket hoka hemat dari Hokben dengan menggunakan kode refferal SEAHOKBEN. Program ini berlaku tanpa minimal transaksi dan hanya dapat digunakan selama satu kali per-*user* selama masa periode promosi berlangsung, dengan pengawasan langsung dari OJK dan Bank Indonesia serta Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Mekanisme kampanye ini yang dibuat oleh SeaBank Indonesia dan HokBen, sangat mudah digunakan dan mudah diikuti oleh pengguna. Dengan menggunakan kode referral SEAHOKBEN, nasabah baru dapat membuka rekening SeaBank. Pengguna akan menerima pesan pop-up di halaman utama dan notifikasi promo HokBen di aplikasi setelah pendaftaran rekening berhasil. Bonus dapat ditukar di gerai HokBen terdekat dengan menunjukkan pesan promo kepada kasir. Kasir kemudian akan menghapus pesan promo untuk memverifikasi penukaran. Dengan menggunakan QRIS SeaBank, pelanggan berhak mendapatkan bonus Hoka Hemat setelah melakukan pembelian menu apa pun di HokBen tanpa minimum transaksi. Promo ini hanya berlaku untuk 30.846 pelanggan pertama yang membuka rekening dengan kode referral tersebut. Program ini hanya berlaku untuk makan di tempat (*dine-in*) dan tidak berlaku di Hokben Kitchen, Hokben Express, maupun gerai HokBen yang berada di wilayah Bandung, Cimahi, Padalarang, Purwakarta, dan Subang.

Secara visual, kampanye ini berdominan warna oranye yang merupakan ciri khas dari SeaBank sendiri. Elemen – elemen desain yang digunakan juga sesuai dengan profil SeaBank. Tipografi yang digunakan juga menggunakan *font* khusus dari ciri khas SeaBank sendiri. Terdapat visual langsung Hoka Hemat untuk memperjelas maksud dan tujuan dari kampanye ini sehingga dapat membuat orang yang melihat kampanye ini untuk membuka rekening dan melakukan transaksi dengan SeaBank. Melalui kampanye ini, SeaBank tidak hanya meningkatkan jumlah nasabah baru tetapi juga memperluas penggunaan transaksi digital melalui QRIS.

2.3.2 Pesta Untung



Gambar 2.5 *Campaign* Pesta Untung SeaBank

Sumber : <https://www.instagram.com/p/DODCFPYkirt/>

Campaign salah satu kampanye yang berlangsung pada tahun ini. Kampanye ini dinamakan “Pesta Untung SeaBank” yang diselenggarakan oleh SeaBank Indonesia. Kampanye ini berlangsung pada tanggal 8 Agustus hingga 30 September, dengan tujuan untuk mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi menggunakan QRIS Seabank serta mempromosikan SeaBank. Melalui kampanye ini, nasabah SeaBank berkesempatan langsung untuk meraih total hadiah senilai 1 miliar rupiah dengan berbagai hadiah menarik yang disediakan oleh PT SeaBank Indonesia.

Hadiah utama atau *Grand Prize* dari kampanye ini adalah mobil BYD Sealion 2025, disertai hadiah tambahan berupa 12 unit iPhone 16e dan 12 keping emas seberat 1 gram. Visual kampanye menonjolkan warna biru cerah khas identitas SeaBank yang dipadukan dengan elemen grafis berkilau untuk memberikan kesan mewah dan meriah. Kampanye ini menunjukkan upaya SeaBank dalam memperkuat penggunaan QRIS sekaligus meningkatkan loyalitas pengguna melalui hadiah bernilai tinggi.

2.3.3 Media Sosial



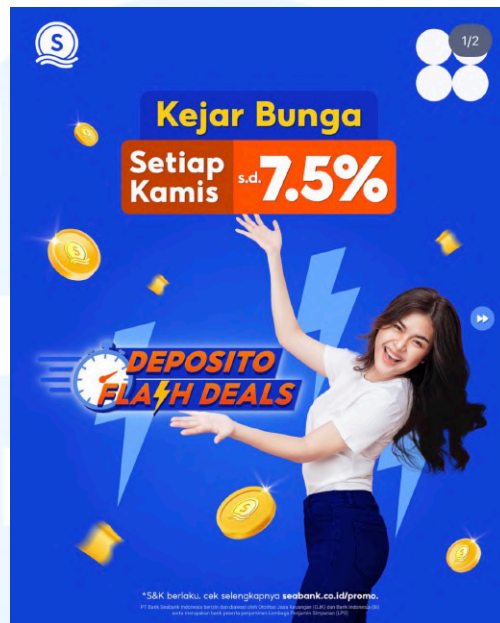
Gambar 2.6 Poster SeaBank “WASPADA”
Sumber : <https://www.instagram.com/seabank.id/>

SeaBank secara konsisten selalu membuat konten edukatif yang bertema “Waspada” untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap berbagai bentuk kejahatan digital dan penipuan. Melalui visual yang menarik dan pesan yang tegas, SeaBank mengingatkan pengguna agar lebih berhati-hati dalam bertransaksi secara online. Salah satu contohnya adalah poster dengan pesan “Jangan Berikan Qris Bayar ke Pembeli” untuk mencegah modus penipuan yang sering terjadi di kalangan penjual dan pembeli. Dalam poster tersebut, menggunakan visual seseorang yang terkejut dengan QR code bertanda silang merah memberikan pesan yang kuat agar pengguna tidak sembarangan membagikan Qris miliknya. Dengan poster dari kampanye ini, menunjukkan kepedulian SeaBank dalam melindungi nasabah dari potensi kerugian akibat penyalahgunaan sistem pembayaran digital.

Poster kedua memiliki judul pesan “Data Rekening Bisa Disalahgunakan!” yang dimana mengingatkan masyarakat untuk menjaga kerahasiaan data pribadi dan informasi perbankan. Visual orang yang terlihat panik memperkuat pesan bahwa kebocoran data bisa berakibat fatal terhadap keamanan rekening. Melalui poster dari kampanye ini, SeaBank menunjukkan komitmen dalam mendukung Gerakan Nasional Cerdas Keuangan (GENCARKAN) dan Bulan Inklusi Keuangan (BIK) dengan

tujuan menciptakan masyarakat yang lebih sadar, cermat, dan aman dalam melakukan aktivitas transaksi digital.

2.3.4 Deposito Flash Deals



Gambar 2.7 KV Deposito *Flash Deals*

Sumber : https://www.instagram.com/p/DPiL11ktHL/?img_index=1

Gambar diatas merupakan materi promosi dari SeaBank Indonesia dengan tema “Deposito Flash Deals” yang menawarkan kesempatan bagi nasabah SeaBank untuk mendapatkan bunga deposito hingga 7,5% setiap hari Kamis. Kampanye ini dirancang untuk menarik perhatian masyarakat terhadap produk deposito Seabank dengan menunjukkan suku bunga yang kompetitif. Gambar seorang perempuan yang berpose ceria memperkuat kesan optimis dan menggambarkan rasa antusias dalam meraih keuntungan dari program deposito ini.

SeaBank secara konsisten menghadirkan desain baru setiap bulannya untuk kampanye *Deposito Flash Deals* ini. Selain ditampilkan di instagram pribadi milik SeaBank, KV Deposito *Flash Deals* ini secara rutin ditayangkan langsung di aplikasi SeaBank. Penempatan visual promosi di dalam aplikasi bertujuan untuk menjangkau pengguna secara langsung ketika melakukan aktivitas di aplikasi SeaBank. Strategi ini tidak hanya memperkuat *awareness* terhadap produk deposito, tetapi juga mendorong

pengguna aplikasi untuk lebih aktif berinvestasi dan memanfaatkan penawaran bunga menarik yang tersedia di SeaBank. SeaBank Terpilih sebagai Bank Berprestasi Terbaik oleh Media Bisnis Indonesia.



Gambar 2.8 SeaBank raih Penghargaan
sumber : <https://www.seabank.co.id/blog/seabank-raih>

SeaBank kembali menunjukkan kinerjanya dengan meraih penghargaan Best Performance Bank – KBMI 1 di ajang Bisnis Indonesia Financial Awards (BIFA) 2025. Penghargaan ini menjadi bukti bahwa performa keuangan SeaBank terus stabil dan kuat, sekaligus menegaskan komitmennya dalam menghadirkan layanan perbankan digital yang mudah, aman, dan dapat diandalkan oleh nasabah. BIFA 2025 yang digelar oleh Bisnis Indonesia Group pada 17 September 2025 merupakan ajang penghargaan tahunan yang sudah berjalan hingga tahun ke-17. Tahun ini, acara tersebut memberikan 60 kategori penghargaan kepada berbagai korporasi dan pemimpin di sektor perbankan, asuransi, dan pembiayaan yang dinilai unggul berdasarkan indikator keuangan, tata kelola, serta keberlanjutan. Para pemenang dipilih melalui penilaian kinerja keuangan sepanjang 2022–2024 oleh panel dewan juri. Prestasi ini semakin menegaskan komitmen SeaBank untuk terus menghadirkan layanan perbankan yang berkualitas, aman, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Melalui berbagai inovasi dan pengembangan layanan digital, SeaBank berupaya memberikan solusi keuangan yang tidak hanya mudah

diakses, tetapi juga memberikan pengalaman yang nyaman dan efisien bagi para penggunanya. Pencapaian ini menjadi bukti nyata atas kerja keras dan konsistensi SeaBank dalam menjaga kepercayaan nasabah serta menjawab tantangan di industri keuangan yang terus berkembang.

Dengan diraihnya prestasi tersebut, SeaBank semakin optimis dan percaya diri untuk melanjutkan pertumbuhan yang positif dan berkelanjutan. Ke depan, SeaBank berkomitmen untuk terus berinovasi, memperluas jangkauan layanan, serta berkontribusi lebih besar dalam mendorong literasi dan inklusi keuangan di Indonesia. Melalui langkah-langkah strategis ini, SeaBank berharap dapat turut mendukung terciptanya masa depan finansial masyarakat yang lebih stabil, cerah, dan inklusif bagi seluruh lapisan.

