



Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia

Juli 2024



Daftar Isi

- 01 **Latar Belakang dan Tujuan Penelitian**
- 02 **Metodologi Penelitian**
- 03 **Hasil Penelitian**
- 04 **Kesimpulan**





01

Latar Belakang dan Tujuan Penelitian



1.1 Latar Belakang

Pemanfaatan teknologi di bidang layanan keuangan telah membawa perubahan signifikan pada industri perbankan. Perubahan pola konsumsi masyarakat ke arah digital mendorong akselerasi dan transformasi sektor perbankan menuju perbankan digital.

Studi ini dilakukan untuk memahami kebiasaan dan kebutuhan masyarakat terhadap bank digital, ditinjau dari berbagai segmen demografi. Selain itu, Populix juga melakukan analisis persepsi untuk mengikuti tren terkini dan memenuhi kebutuhan para nasabah.



1.2 Tujuan Penelitian

- 01 Memahami profil pelanggan bank digital dari sisi demografi, pendidikan, pekerjaan, usia, jenis kelamin, alokasi tabungan, rencana keuangan, dll.
- 02 Memahami lanskap pasar termasuk pengetahuan akan merek dan penggunaan merek bank digital, beserta persepsi terhadap setiap merek bank digital
- 03 Mengidentifikasi pemicu, hambatan, dan kebutuhan akan bank digital





02

Metode Penelitian



Pengumpulan Data



Kami menggunakan **survei online dari panel Populix** untuk mendistribusikan survei. Selanjutnya, responden mengisi survei menggunakan laptop atau *smartphone* pribadi mereka.



Studi ini adalah **survei yang dikelola sendiri**, melalui tautan yang kami bagikan.



Durasi survei sekitar 15 menit dengan 2 pertanyaan terbuka.



Kriteria Responden

Kami menggunakan *random sampling* dari panel Populix untuk mengetahui kondisi pasar sebenarnya.

Kriteria	Target
Jumlah sampel	250
Area	Secara acak dari Panel Populix
Jenis kelamin	• Laki-laki • Perempuan
Usia	• Gen Z (17-27 tahun) • Gen Y (28-39 tahun)
SEC	• Upper • Middle • Lower
Skrining Kategori	Pengguna bank digital dalam satu bulan terakhir



03

Hasil Penelitian

The background is a light gray collage featuring various digital and financial elements. On the left, there are faint icons of a cube and a network diagram. In the center, a large blue rectangle with a yellow border contains the title text. To the right, there are faint images of a person's hand holding a credit card, a stack of US dollar bills, and a laptop. The top right corner features a stylized 'AI' logo with a network of nodes and lines. The bottom of the image shows a person's hands typing on a laptop keyboard.

Pemahaman Mengenai Penggunaan Kategori Bank Digital

This presentation has been specifically assembled by Populix. The contents of this presentation may not be used, duplicated, or transmitted in any form without a written consent from Populix. All rights reserved.



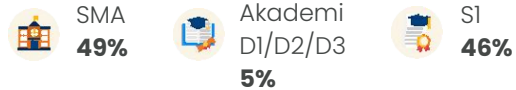
Profil Demografi

Sebaran demografi responden penelitian ini tersebar secara alami kecuali pada wilayah yang telah menjadi sasaran sebelumnya. Kebanyakan dari mereka adalah Gen Z, lajang, dan pekerja.

Jenis Kelamin*



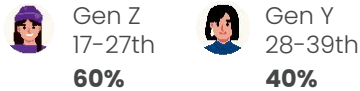
Tingkat Pendidikan



Status Ekonomi Sosial



Kelompok Usia



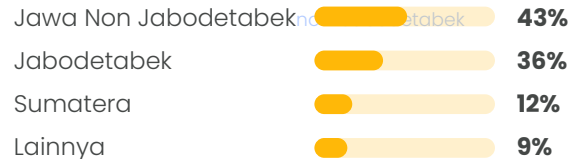
Pekerjaan



Status Pernikahan



Area*





Di kalangan pengguna bank digital, banyak yang memanfaatkan *e-wallet* dan mobile banking untuk bertransaksi dengan pendapatan bulanan rata-rata sekitar 5 juta rupiah.

Produk Finansial yang Dimiliki	Total
Basis (seluruh responden)	250
Bank digital*	100%
E-wallet	95%
Mobile banking	87%
E-commerce	86%
Online banking	50%
Investasi	40%
Reksa dana	39%
Kartu kredit	20%
Pinjaman P2P	16%
Pinjaman tunai langsung dari lembaga bisnis	14%
Rata-rata produk finansial yang dimiliki	5.4

Pendapatan/Uang Saku per Bulan (IDR)	Total
Basis (seluruh responden)	250
> Di bawah 2 juta	21%
Rp2.000.000 – Rp3.999.999	27%
Rp4.000.000 – Rp5.999.999	22%
Rp6.000.000 – Rp7.999.999	13%
Rp8.000.000 – Rp9.999.999	8%
Rp10.000.000 – Rp19.999.999	7%
Rp20.000.000 – Rp29.999.999	2%
Rp.30.000.000 – Rp49.000.000	0%
Rp50.000.000 atau lebih	1%
Rata-rata produk finansial yang dimiliki	5,858,016

Didominasi oleh Gen Z (32%) dan SES bawah (45%)

Didominasi oleh Gen Y (12%) dan SES atas (14%)



Snapshot on Behavior

Tujuan dan Rencana Keuangan

Masyarakat cenderung memprioritaskan pencapaian stabilitas keuangan dan pengembangan pribadi, dengan fokus pada pendekatan pengelolaan keuangan yang berpusat pada tabungan rutin, investasi, dan penggunaan produk keuangan digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mempersiapkan masa depan.

Tujuan Keuangan		
Hidup dengan baik		14%
Dana darurat		14%
Memenuhi kebutuhan primer dan sekunder		12%
Modal untuk memulai bisnis		10%
Memiliki investasi		10%
Menyiapkan dana pensiun, asuransi kesehatan		9%
Membeli rumah atau properti		7%
Alokasi kesehatan jangka panjang		6%
Menikah		6%
Pendidikan untuk diri sendiri		5%

Tujuan Masa Depan		
Penghasilan yang layak		32%
Pengembangan diri		24%
Kesehatan dan kesejahteraan (mental dan fisik)		19%
Pengalaman (perjalanan dan eksplorasi)		8%
Kebebasan dan kemerdekaan		8%
Teknologi dan inovasi		7%
Hubungan dan komunitas		3%

Rencana Keuangan		
Menyisihkan sejumlah uang untuk ditabung secara rutin		72%
Kontrol pengeluaran berdasarkan skala prioritas		70%
Mencari penghasilan tambahan		67%
Memilih gaya hidup hemat/frugal living		66%
Berinvestasi		61%
Mencari promosi dan diskon		61%
Berhati-hati saat meminjam dana		52%



Penting bagi individu untuk memiliki situasi keuangan yang stabil. Menariknya, sebagian besar Gen Z mengutamakan peningkatan keterampilan dan pengetahuan, sedangkan Gen Y lebih fokus pada kemajuan teknologi.

Tujuan Masa Depan	Total	Area				Jenis Kelamin		Kelompok Usia		SES		
		Jabodetabek	Java non Jabodetabek	Sumatera	Lainnya	Laki-laki	Perempuan	Gen Z	Gen Y	Atas	Menengah	Bawah
		(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)
Basis (Seluruh responden)	250	90	107	30	23 *low based	106	144	149	101	107	105	38
Penghasilan yang layak	32%	32%	29%	31%	43%	31%	32%	30%	34%	30%	31%	39%
Pengembangan diri	24%	23%	26%	17%	26%	22%	26%	33% B	11%	22%	26%	26%
Kesehatan dan kesejahteraan (mental dan fisik)	19%	21%	18%	21%	17%	17%	21%	17%	22%	22%	17%	18%
Pengalaman (perjalanan dan eksplorasi)	8%	8%	6%	14%	4%	8%	7%	7%	8%	8%	7%	8%
Kebebasan dan kemerdekaan	8%	9%	8%	7%	4%	13% B	4%	5%	12%	8%	9%	5%
Teknologi dan inovasi	7%	4%	9%	7%	4%	6%	8%	4%	11% A	7%	10%	0%
Hubungan dan komunitas	3%	2%	4%	3%	0%	3%	3%	3%	3%	4%	2%	3%

**Uji sig terhadap kategori HURUF KAPITAL menunjukkan signifikansi pada tingkat kepercayaan 95% terhadap kolom yang diberi label.*



Stabilitas kehidupan dan kemampuan menciptakan keamanan finansial kini menjadi tujuan utama masyarakat. Tidak ada perbedaan yang signifikan antar kelompok usia, hanya Generasi Y memiliki kesadaran lebih tinggi akan kebutuhan investasi.

Tujuan Keuangan	Total	Area				Jenis Kelamin		Kelompok Usia		SES		
		Jabodetabek	Java non Jabodetabek	Sumatera	Lainnya	Laki-laki	Perempuan	Gen Z	Gen Y	Atas	Menengah	Bawah
		(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)
Basis (Seluruh responden)	250	90	107	30	23 *Low based	106	144	149	101	107	105	38
Hidup dengan baik	14%	17%	9%	7%	30%	12%	15%	15%	12%	16%	9%	18%
Dana darurat	14%	13%	18%	7%	13%	13%	15%	15%	14%	12%	15%	18%
Memenuhi kebutuhan primer dan sekunder	12%	17%	9%	10%	13%	11%	13%	15%	9%	11%	11%	18%
Modal untuk memulai bisnis	10%	9%	11%	14%	9%	12%	9%	10%	11%	9%	12%	8%
Memiliki investasi	10%	11%	13%	0%	4%	11%	9%	7%	15% A	14% C	9%	0%
Menyiapkan dana pensiun, asuransi kesehatan	9%	8%	8%	10%	17%	10%	8%	8%	11%	7%	11%	11%
Membeli rumah atau properti	7%	8%	6%	10%	0%	7%	7%	7%	6%	7%	7%	8%
Alokasi kesehatan jangka panjang	6%	4%	4%	17%	4%	3%	8%	6%	5%	8%	6%	0%
Menikah	6%	3%	7%	10%	4%	9%	3%	6%	6%	7%	6%	5%
Pendidikan untuk diri sendiri	5%	3%	5%	10%	4%	4%	6%	6%	3%	4%	7%	3%

**Uji sig terhadap kategori HURUF KAPITAL menunjukkan signifikansi pada tingkat kepercayaan 95% terhadap kolom yang diberi label.*



Banyak orang yang mengutamakan tabungan rutin dari gaji dan mengatur pengeluaran sesuai kebutuhan. Sebagian Gen Z memilih hidup hemat, sementara perempuan cenderung memanfaatkan promosi dan diskon.

Rencana Keuangan	Total	Area				Jenis Kelamin		Kelompok Usia		SES		
		Jabodetabek	Java non Jabodetabek	Sumatera	Lainnya	Laki-laki	Perempuan	Gen Z	Gen Y	Atas	Menengah	Bawah
		(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)
Basis (Seluruh responden)	250	90	107	30	23 *Low based	106	144	149	101	107	105	38
Menyisihkan sejumlah uang untuk ditabung secara rutin	72%	77%	70%	59%	83%	76%	69%	72%	73%	75%	72%	66%
Kontrol pengeluaran berdasarkan skala prioritas	70%	70%	69%	76%	56%	68%	72%	73%	65%	71%	72%	60%
Mencari penghasilan tambahan	67%	64%	68%	69%	70%	64%	69%	67%	66%	62%	73%	63%
Memilih gaya hidup hemat frugal living	66%	70%	68%	52%	61%	64%	67%	74% B	54%	64%	65%	74%
Berinvestasi	61%	72% B	57%	41%	61%	68%	56%	59%	64%	66%	58%	55%
Mencari promosi dan diskon	61%	60%	69%	31%	70%	52%	69% A	65%	56%	65%	60%	55%
Berhati-hati saat meminjam dana	52%	52%	55%	41%	57%	51%	53%	54%	50%	51%	57%	42%

*Uji sig terhadap kategori **HURUF KAPITAL** menunjukkan signifikansi pada tingkat kepercayaan **95%** terhadap kolom yang diberi label.



Snapshot on Behavior

Penggunaan Bank Digital

Masyarakat mencari keamanan data ketika mulai menggunakan perbankan digital, mereka juga mencari fitur transfer dana yang cepat dan mudah.

Pendorong Penggunaan Bank Digital		
Transfer dana cepat dan mudah		66%
Integrasi dengan e-wallet dan layanan pembayaran lain		64%
Transaksi mudah di mana saja		64%
Biaya transaksi dan admin lebih terjangkau		64%
Mendukung banyak transaksi dalam satu aplikasi		59%
Pembuatan akun mudah		55%
Banyak promosi yang tidak tersedia di mobile banking		48%
Keamanan transaksi yang lebih baik		46%
Program loyalitas atau reward		36%
Memiliki fitur investasi dan manajemen keuangan		32%

Kebutuhan dan Manfaat yang Dicari		
Keamanan data dan transaksi		31%
Akses mudah kapan pun dan di mana pun		12%
Fitur lengkap		12%
Integrasi dengan layanan keuangan lain		11%
Promosi dan penawaran khusus		10%
Transaksi cepat		8%
Pembukaan akun baru secara online		5%
Layanan dukungan pelanggan yang responsif		4%
Informasi dan laporan transaksi mudah diakses		3%
Kemampuan mengelola dan memantau investasi		2%



Masyarakat sangat menyukai kemudahan transfer dana dengan perbankan digital. Program loyalitas dan fitur pengelolaan keuangan menarik perhatian, khususnya bagi masyarakat Jabodetabek. Selain itu, aplikasi dengan fitur lengkap juga menjadi daya tarik besar bagi calon nasabah yang memasuki perbankan digital.

Pendorong Penggunaan Bank Digital	Total	Area				Jenis Kelamin		Kelompok Usia		SES		
		Jabodetabek	Java non Jabodetabek	Sumatera	Lainnya	Laki-laki	Perempuan	Gen Z	Gen Y	Atas	Menengah	Bawah
		(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)
Basis		90	107	30	23 *Low based	106	144	149	101	107	105	38
Transfer dana cepat dan mudah	66%	76%	69%	38%	52%	65%	67%	68%	63%	63%	70%	63%
Integrasi dengan e-wallet dan layanan pembayaran lain	64%	70%	64%	48%	57%	61%	65%	66%	60%	61%	68%	60%
Transaksi mudah di mana saja	64%	64%	68%	52%	57%	61%	65%	65%	61%	59%	65%	74%
Biaya transaksi dan admin lebih terjangkau	64%	70%	66%	48%	52%	64%	64%	68%	58%	63%	64%	68%
Mendukung banyak transaksi dalam satu aplikasi	59%	61%	59%	52%	61%	63%	56%	61%	56%	56%	60%	66%
Pembuatan akun mudah	55%	59%	56%	41%	57%	54%	56%	56%	54%	54%	57%	52%
Banyak promosi yang tidak tersedia di mobile banking	48%	47%	55%	24%	48%	52%	44%	44%	52%	56% C	43%	37%
Keamanan transaksi yang lebih baik	46%	53%	44%	34%	35%	46%	45%	46%	45%	49%	43%	42%
Program loyalitas atau reward	36%	46%	33%	24%	26%	33%	38%	39%	32%	38%	37%	26%
Memiliki fitur investasi dan manajemen keuangan	32%	41% B	26%	24%	35%	39%	27%	29%	36%	39% C	29%	18%

**Uji sig terhadap kategori HURUF KAPITAL menunjukkan signifikansi pada tingkat kepercayaan 95% terhadap kolom yang diberi label.*



Pengguna mencari aplikasi dengan kemudahan akses dan transaksi yang aman. Segmen SES menengah cenderung memanfaatkan fitur dan promosi, sedangkan segmen SES atas juga menggunakannya untuk pemantauan investasi.

Kebutuhan dan Manfaat yang Dicari	Total	Area				Jenis Kelamin		Kelompok Usia		SES		
		Jabodetabek	Java non Jabodetabek	Sumatera	Lainnya	Laki-laki	Perempuan	Gen Z	Gen Y	Atas	Menengah	Bawah
		(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)
Basis (Seluruh responden)	250	90	107	30	23 *Low based	106	144	149	101	107	105	38
Keamanan data dan transaksi	31%	30%	30%	21%	52%	26%	34%	33%	28%	33%	29%	29%
Akses mudah kapan pun dan di mana pun	12%	14%	14%	7%	4%	10%	14%	12%	13%	15%	9%	16%
Fitur lengkap	12%	10%	10%	28%	9%	10%	13%	13%	11%	10%	12%	18%
Integrasi dengan layanan keuangan lain	11%	11%	10%	17%	9%	8%	13%	10%	13%	11%	11%	13%
Promosi dan penawaran khusus	10%	12%	10%	3%	13%	12%	9%	10%	11%	7%	15%	5%
Transaksi cepat	8%	10%	8%	7%	4%	13% B	5%	7%	11%	10% C	10%	0%
Pembukaan akun baru secara online	5%	6%	6%	3%	0%	8% B	3%	7%	3%	6%	4%	8%
Layanan dukungan pelanggan yang responsif	4%	3%	5%	10%	0%	6%	4%	3%	6%	2%	7%	5%
Informasi dan laporan transaksi mudah diakses	3%	1%	5%	3%	0%	2%	3%	3%	2%	1%	5%	3%
Kemampuan mengelola dan memantau investasi	2%	2%	2%	0%	9%	3%	2%	2%	3%	5% B	0%	3%

**Uji sig terhadap kategori HURUF KAPITAL menunjukkan signifikansi pada tingkat kepercayaan 95% terhadap kolom yang diberi label.*

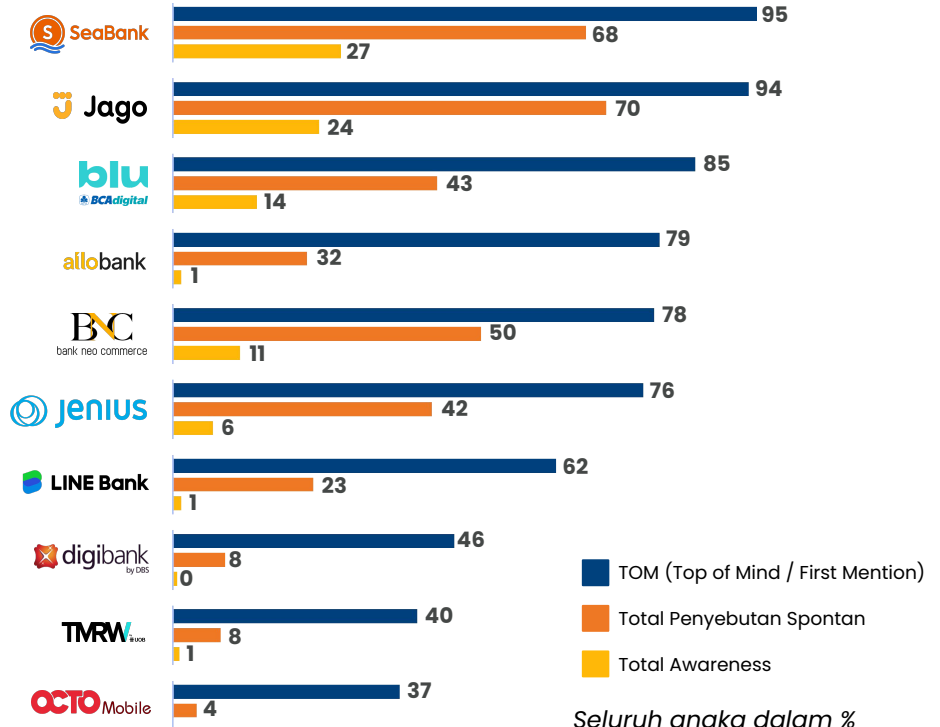


Identifikasi Performa Merek dalam Kategori Bank Digital

This presentation has been specifically assembled by Populix. The contents of this presentation may not be used, duplicated, or transmitted in any form without a written consent from Populix. All rights reserved.

Pada kategori perbankan digital, SeaBank saat ini menduduki posisi terdepan, disusul Bank Jago sebagai bank digital yang mendapatkan jumlah penyebutan merek secara spontan tertinggi.

Merek yang Diketahui



Seluruh angka dalam %



Secara spontan, Seabank berada di posisi pertama, disusul Bank Jago.

Top of Mind	Total	Area				Jenis Kelamin		Kelompok Usia		SES		
		Jabodetabek	Java non Jabodetabek	Sumatera	Lainnya	Laki-laki	Perempuan	Gen Z	Gen Y	Atas	Menengah	Bawah
		(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)
Basis (Seluruh responden)	250	90	107	30	23 *Low based	106	144	149	101	107	105	38
 SeaBank	27%	23%	27%	34%	35%	19%	33% A	26%	30%	25%	28%	32%
 Jago	24%	22%	22%	34%	22%	31% B	18%	25%	22%	24%	26%	16%
 blu BCAdigital	14%	21% B	9%	7%	13%	18%	10%	15%	11%	13%	12%	18%
 BC bank neo commerce	11%	12%	13%	7%	4%	14%	9%	9%	15%	13%	10%	8%
 livin' mandiri	9%	9%	8%	0%	26%	9%	9%	11%	6%	8%	9%	13%
 jenius	6%	7%	6%	10%	0%	6%	7%	5%	9%	8%	7%	0%
 TMRW by BRI	1%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	2%	1%	0%	3%
 allobank	1%	1%	1%	3%	0%	0%	2%	1%	1%	0%	2%	3%
 LINE Bank	1%	1%	2%	0%	0%	0%	2%	1%	2%	1%	2%	0%

**Uji sig terhadap kategori HURUF KAPITAL menunjukkan signifikansi pada tingkat kepercayaan 95% terhadap kolom yang diberi label.*



Mayoritas responden mengetahui bank digital dari media online, di mana SeaBank dikenal dengan kehadirannya dalam aplikasi belanja online, sementara Allobank dikenal karena banyaknya kemitraan yang dijalankan dengan para pedagang.

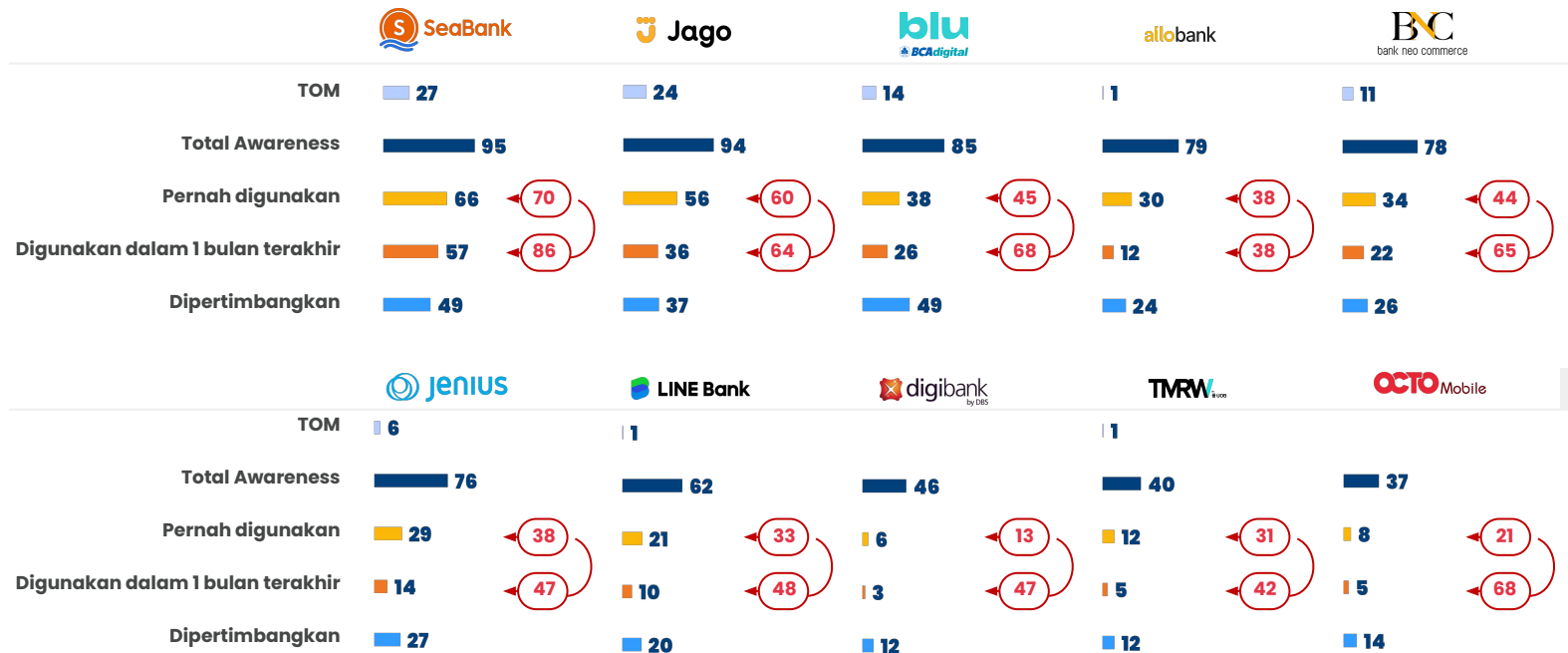
Merek yang Diketahui										
Sumber Pengetahuan Merek	 SeaBank	 digibank by DBS	 Jenius	 Jago	 TMRW	 BC bank neo commerce	 blu BCDigital	 allobank	 bank saqu	 LINE Bank
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)
Basis (Seluruh responden)	236	112	184	231	97	185	210	197	60	151
Jumlah penyebutan secara rata-rata	4.9	4.1	4.1	4.2	3.8	3.7	4.6	3.8	3.4	3.4
YouTube	38% IJ	39%	44% IJ	40% J	37%	42% J	38%	35%	28%	28%
Instagram	33% BCEFIJKLM	31%	30%	38% EH	25%	32%	41% CEHIJKLM	28%	25%	30%
TikTok	27% BCEFGHIJKLM	26% LM	28% LM	31% EILM	19%	28% LM	29% LM	26% LM	17%	24% LM
Dari teman	23% BHM	14%	26% B	22%	21%	22%	34% BDEFHIJKLM	18%	17%	19%
Influencer di media sosial	22% CHLM	25% HM	20%	24% HM	22%	24% HM	25% HM	15%	18%	21%
Twitter (x)	21% H	20%	19%	22%	20%	18%	25%	17%	20%	26%
Dalam aplikasi belanja online	20% BCDEFGHIJKLM	20%	17%	23% EHJKLM	10%	16%	17%	13%	18%	15%
Baliho/spanduk	19%	18% F	21% F	20% F	22%	13%	22% FJ	18%	15%	14%
Di toko/ dari pedagang	17%	17%	15%	18%	12%	14%	18% EFJ	23%	17%	13%
Televisi	17%	17%	17%	17%	15%	16%	17%	16%	13%	13%

*Uji sig terhadap kategori HURUF KAPITAL menunjukkan signifikansi pada Tingkat kepercayaan 95% terhadap kolom yang diberi label.



Performa Merek

Berdasarkan performa merek, SeaBank memimpin sebagai perbankan digital yang paling banyak digunakan, diikuti dengan Bank Jago dan Blu by BCA yang juga menunjukkan tingkat konversi penggunaan yang cukup baik.



Seluruh angka dalam %



Masyarakat di Jabodetabek cenderung menggunakan sekitar 2-3 aplikasi untuk kebutuhan sehari-hari. Terlihat bahwa SeaBank adalah merek yang digunakan oleh semua orang, sementara Blu by BCA menunjukkan daya tarik yang kuat di area Jabodetabek dan masyarakat dari SES atas. Di sisi lain, pengguna Bank Jago dan BNC didominasi laki-laki.

		Area				Jenis Kelamin		Kelompok Usia		SES		
Merek digunakan dalam 1 bulan terakhir	Total	Jabodetabek	Java non Jabodetabek	Sumatera	Lainnya	Laki-laki	Perempuan	Gen Z	Gen Y	Atas	Menengah	Bawah
		(A)	(B)	(C)	(D)	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)
Basis Jumlah brand yang digunakan secara rata-rata	90	107	30	23	*Low based	106	144	149	101	107	105	38
	2.4	1.8	1.7	1.8		2.2	1.8	1.9	2.1	2.2	1.9	1.6
 SeaBank	57%	59%	58%	52%	48%	50%	62%	61%	50%	55%	55%	66%
 Jago	36%	39%	36%	38%	26%	46% B	29%	32%	44%	41% C	39% C	16%
 blu by BCA digital	26%	36%	23%	14%	17%	28%	24%	26%	26%	33% B	18%	29%
 BNC bank neo commerce	22%	22%	22%	21%	22%	30% B	16%	15%	32% A	23%	22%	18%
 jenius	14%	16%	10%	21%	13%	11%	15%	14%	13%	17%	13%	5%
 allobank	12%	14%	8%	7%	22%	12%	11%	11%	13%	16%	9%	8%
 LINE Bank	10%	13%	6%	10%	13%	11%	9%	11%	9%	11%	10%	8%
 TMRW by BRI	5%	7%	4%	3%	9%	6%	5%	4%	7%	6%	5%	5%
 OCTO Mobile	5%	8%	5%	3%	0%	8%	3%	5%	5%	7%	4%	3%
 digibank by DBS	3%	6%	2%	0%	0%	4%	2%	2%	4%	5%	2%	0%

*Uji sig terhadap kategori **HURUF KAPITAL** menunjukkan signifikansi pada Tingkat kepercayaan **95%** terhadap kolom yang diberi label.



*responden berdasarkan merek bank yang digunakan dalam 1 bulan terakhir

Rekening SeaBank populer karena biaya transfERNYA yang rendah dan promosi yang menarik, daya tarik Bank Jago terletak pada integrasinya yang mulus dengan aplikasi lain, dan Blu by BCA digunakan karena layanan pelanggannya yang responsif.

Merek yang Digunakan Dalam 1 bulan Terakhir														
Alasan Penggunaan Merek dalam 1 Bulan Terakhir														
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	
Basis (respon)	142	7 *Low based	34	91	13 *Low based	55	65	29 *Low based	8 *Low based	25 *Low based	8 *Low based	13 *Low based	8 *Low based	
Biaya admin dan transfer rendah atau gratis	56%	65% CG	57%	44%	61%	62%	62%	51%	35%	37%	52%	50%	39%	50%
Memberikan banyak promo/ diskon/cashback	52%	55%	43%	62%	43%	38%	64% D	48%	66%	50%	44%	38%	62%	25%
Keamanan terjamin	50%	44%	100%	44%	53%	46%	47%	58%	41%	37%	52%	75%	62%	50%
Aplikasi sederhana dan mudah digunakan	49%	51%	71%	41%	43%	61%	42%	51%	45%	50%	52%	75%	69%	38%
Memudahkan pembayaran kebutuhan sehari-hari	47%	50%	57%	47%	39%	38%	44%	49%	48%	75%	44%	63%	54%	50%
Aplikasi cepat dan lancar	44%	46%	71%	41%	38%	46%	42%	40%	48%	37%	44%	63%	61%	25%
Terhubung dengan aplikasi lain	39%	42% F	57%	41%	49% F	38%	22%	35%	41%	37%	28%	50%	46%	25%
Membantu mengelola keuangan lebih baik	37%	31%	57%	29%	36%	46%	40%	48% A	38%	75%	32%	50%	46%	25%
Suku bunga tinggi	35%	39%	43%	32%	29%	31%	38%	28%	45%	75%	32%	38%	23%	25%
Layanan pelanggan yang cepat tanggap	33%	25%	43%	26%	27%	54%	25%	49% ACDF	55%	50%	28%	63%	46%	25%

*Uji sig terhadap kategori HURUF KAPITAL menunjukkan signifikansi pada tingkat kepercayaan 95% terhadap kolom yang diberi label.



Secara keseluruhan, pengguna bank digital memanfaatkan aplikasinya untuk mengisi ulang saldo e-wallet dan mentransfer dana. Uniknya, SeaBank diasosiasikan sebagai brand yang bisa dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, mulai dari pengisian saldo e-wallet hingga pembayaran di situs e-commerce.

Merek yang Digunakan Dalam 1 bulan Terakhir														
Penggunaan Aplikasi	 SeaBank	 digibank by DBS	 Jenius	 Jago	 TMRW	 BC bank neo commerce	 blu BCDigital	 allobank	 bank saju	 LINE Bank	 Nipala by OCBC	 OCTO Mobile	 me	
	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)	(K)	(L)	(M)	
Basis (respon)	142	7 *Low based	34	91	13 *Low based	55	65	29 *Low based	8 *Low based	25 *Low based	8 *Low based	13 *Low based	8 *Low based	
Isi ulang saldo e-wallet	54%	62% C	43%	35%	59% C	31%	73% CG	49%	38%	62%	28%	38%	46%	50%
Transfer antar bank	49%	58% CD	43%	32%	42%	31%	64% CD	49%	34%	50%	56%	38%	31%	50%
Belanja di e-commerce atau toko online	48%	63% DFG	43%	47%	38%	46%	44%	45%	31%	37%	28%	50%	46%	63%
Transfer antar rekening	47%	54% CG	57%	26%	45%	31%	55% C	38%	41%	50%	64%	38%	31%	63%
Bertransaksi	37%	40%	43%	29%	33%	31%	42%	38%	41%	50%	36%	38%	31%	25%
Menabung	36%	32%	57%	32%	35%	31%	38%	40%	34%	38%	40%	50%	38%	25%
Pembelian paket data atau pulsa	35%	35%	57%	23%	26%	23%	53% ACD	37%	21%	50%	32%	38%	46%	50%
Belanja di toko offline	33%	26%	57%	44% ADF	25%	23%	22%	40% AF	45%	50%	56%	38%	38%	50%
Investasi	33%	27%	71%	23%	36%	15%	34%	32%	38%	50%	32%	38%	38%	63%
Pembayaran token atau tagihan listrik bulanan	28%	23%	43%	18%	29%	31%	33%	29%	28%	62%	32%	38%	23%	38%

*Uji sig terhadap kategori **HURUF KAPITAL** menunjukkan signifikansi pada tingkat kepercayaan 95% terhadap kolom yang diberi label.



Identifikasi Faktor Pendorong dalam Kategori Bank Digital

This presentation has been specifically assembled by Populix. The contents of this presentation may not be used, duplicated, or transmitted in any form without a written consent from Populix. All rights reserved.



Penjelasan

Analisis Faktor Pendorong





Saat memilih platform perbankan digital, penting untuk memprioritaskan legalitas yang jelas, keamanan, dan fitur yang mudah digunakan. Selain itu, layanan pelanggan yang responsif dan menawarkan promosi yang baik sangat penting. Berkolaborasi dengan beragam merchant dan aplikasi yang menawarkan manfaat dapat membuka peluang menarik.

Paling Kurang Penting

Paling Penting

Prioritas Rendah

- Bank yang digunakan semua orang
- Menawarkan produk keuangan lengkap (pinjaman / investasi)
- Suku bunga tinggi
- Membantu mengelola keuangan lebih baik
- Bank yang terkesan mewah, elit dan berkelas
- Bank yang mempunyai nama besar dan sejarah yang panjang

Motivasi Terpendam

- Terhubung dengan aplikasi lain

Faktor Dasar

- Memberikan banyak promo/diskon/cashback
- Bank yang cocok untuk menabung
- Layanan pelanggan yang cepat tanggap

Faktor Pendorong

- Bank yang dianggap aman
- Bank yang cocok untuk bertransaksi
- Aplikasi sederhana dan mudah digunakan
- Memudahkan pembayaran kebutuhan sehari-hari
- Biaya admin dan transfer rendah atau gratis
- Aplikasi cepat dan lancar

Apa itu Analisis ZIP?

Analisis ZIP adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan relatif suatu merek dengan membandingkannya dengan merek-merek lain dalam kategori yang sama, bukan mengevaluasinya secara terpisah. Metode ini membantu menghilangkan "efek dominasi," di mana kekuatan suatu merek dianggap lebih tinggi dari yang sebenarnya karena dibandingkan dengan merek-merek yang lebih lemah.

Zona Indiferensi adalah rentang kinerja di mana konsumen bersikap netral terhadap suatu merek, artinya mereka tidak memiliki preferensi yang kuat untuk atau melawan merek tersebut. Kinerja yang Dirasakan adalah tingkat kinerja yang diyakini konsumen dimiliki oleh suatu merek. Dengan membandingkan kinerja aktual merek dengan kinerja yang dirasakan, kita dapat mengidentifikasi area di mana merek perlu melakukan perbaikan untuk meningkatkan nilai yang dirasakan di benak konsumen.





SeaBank menunjukkan persepsi positif dalam faktor pendorong kategori ini, yaitu diterima oleh konsumen karena aplikasi yang sederhana, mudah digunakan, dan bebas biaya transfer. Di sisi lain, Bank Jago menonjol sebagai bank digital yang terhubung dengan aplikasi lain, sedangkan Blu by BCA memiliki layanan yang sangat baik.

Analisis Persepsi Merek		Merek yang diketahui						
		SeaBank	Bank Jago	Blu by BCA	Bank Neo Commerce	Jenius	Allobank	TMRW
Basis (Aware Brands)		142	91	65	55	34	29	13
KD	Bank yang dianggap aman	-1,31	-0,80	1,13	-0,60	-0,08	0,53	0,74
KD	Bank yang cocok untuk bertransaksi	0,96	0,15	0,02	0,05	-0,45	-0,29	-0,37
KD	Aplikasi sederhana dan mudah digunakan	1,42	0,46	-1,00	0,07	-0,14	-0,12	-0,50
KD	Memudahkan pembayaran kebutuhan sehari-hari	1,42	0,32	-0,41	-0,23	-0,14	-0,57	-0,36
KD	Biaya admin dan transfer rendah atau gratis	2,60	1,20	-2,18	0,22	-0,73	0,17	-0,36
KD	Aplikasi cepat dan lancar	0,16	0,53	-0,05	0,28	-0,37	-0,35	-0,14
HF	Memberikan banyak promo/diskon/cashback	0,75	-0,35	-1,52	0,72	0,81	0,38	-0,58
HF	Bank yang cocok untuk menabung	-0,77	0,48	0,34	0,23	-0,27	-0,70	0,10
HF	Layanan pelanggan yang cepat tanggap	-1,15	-0,34	1,73	0,15	0,23	-0,04	-0,27
LM	Terhubung dengan aplikasi lain	1,67	2,48	-2,08	-0,42	0,10	-0,03	-0,70
LP	Bank yang digunakan semua orang	0,36	-0,45	1,33	-1,00	1,74	-0,45	-0,68
LP	Menawarkan produk keuangan lengkap (pinjaman/ investasi)	-1,07	0,04	-0,98	0,67	0,17	0,78	-0,34
LP	Suku bunga tinggi	1,39	-0,16	-2,51	1,07	-0,18	0,28	-0,68
LP	Membantu mengelola keuangan lebih baik	-0,20	0,61	-0,26	0,36	0,45	-0,27	-0,06
LP	Bank yang terkesan mewah, elit dan berkelas	-2,83	-2,02	2,70	-0,80	-0,72	0,63	2,31
LP	Bank yang mempunyai nama besar dan sejarah yang panjang	-3,41	-2,16	3,75	-0,78	-0,41	0,06	1,89

KD Pendorong Utama

HF Faktor Dasar

LM Motivasi Terpendam

LP Prioritas Rendah



04

Kesimpulan



Kesimpulan

Keterbukaan Gen Z terhadap internet dan teknologi mendorong generasi ini untuk memiliki ekspektasi berbeda terhadap produk dan layanan perbankan. Bank digital menjadi jawaban atas keinginan mereka terhadap kegiatan bertransaksi yang serba cepat, nyaman, dan aman.

Demografi Perbankan Digital

Pengguna bank digital sebagian besar adalah Gen Z (60%), disusul oleh generasi Milenial (40%). Mereka sebagian besar masih lajang dan bekerja, serta berasal dari kalangan kelas atas dan menengah.

Lanskap Kompetisi

Tiga merek bank digital yang memiliki tingkat familiaritas tertinggi adalah SeaBank, Bank Jago, dan Blu by BCA.

Pola Pemanfaatan Bank Digital

Bank digital kebanyakan digunakan untuk top-up e-wallet, transfer antar bank, dan transaksi e-commerce, Seabank lebih disukai untuk aktivitas ini, mengungguli bank digital lainnya.

Pertimbangan di Masa Depan

Banyak orang mempertimbangkan untuk menggunakan SeaBank dan Blu by BCA di masa depan.

Persepsi dan Reputasi

SeaBank menarik pengguna dengan tawaran bebas biaya admin dan transfer. Di sisi lain, Bank Jago memiliki ciri khas sebagai bank digital yang terhubung dengan aplikasi lain, sedangkan Blu by BCA memiliki layanan pelanggan yang sangat baik.



TERIMA KASIH

Kontak Kami

support@populix.co
+62 812 2175 5951

Indonesia

GoWork Central Park Mall, Level LG, Unit L-109-114
Letjen S. Parman No.Kav.28, Jakarta, 11470, Indonesia

Singapura

30 Cecil Street #19-08, Prudential Tower, 049712,
Singapore

info.populix.co | Instagram: @populix.co | LinkedIn: Populix