

MEMBEDAH DNA KEBERHASILAN ALLO BANK: EKOSISTEM CT CORP DAN RAHASIA PERTUMBUHAN BANK DIGITAL DI INDONESIA

Metta Karunia¹, Bambang Permadiyansach², Suududdin³, Ovalia Rukmana⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bakrie

Email: mettakarunia40@gmail.com¹, n4n4nk@gmail.com², soehood@gmail.com³, ovalia.rukmana@bakrie.ac.id⁴

Abstrak

Transformasi digital di sektor perbankan telah mempercepat kemunculan layanan keuangan berbasis teknologi di Indonesia. PT Allo Bank Indonesia Tbk, sebagai bank digital yang beroperasi dalam ekosistem CT Corp, merupakan contoh menonjol dari perbankan digital berbasis ekosistem. Penelitian ini mengkaji strategi bisnis, model manajemen, dan kinerja keuangan Allo Bank untuk menilai perannya dalam keberhasilan transformasi perbankan digital di Indonesia. Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan dengan menerapkan analisis SWOT dan Matriks BCG, serta evaluasi terhadap rasio keuangan utama, yaitu ROA, ROE, BOPO, dan CAR, selama periode 2022–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif Allo Bank terutama berasal dari infrastruktur teknologi berbasis cloud dan analitik berbasis kecerdasan buatan (AI), yang diperkuat oleh sinergi ekosistem yang kuat dalam grup CT Corp. Strategi yang berorientasi pada ekosistem berkontribusi terhadap efisiensi operasional yang berkelanjutan (BOPO sebesar 34,10%) dan tingkat kecukupan modal yang kuat (CAR di atas 80%), sekaligus mendorong perluasan basis nasabah aktif hingga sekitar 10 juta pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa model bisnis terintegrasi berbasis ekosistem, yang mengombinasikan inovasi digital, manajemen risiko yang efektif, dan kolaborasi lintas industri, dapat menjadi kerangka kerja yang layak bagi transformasi perbankan digital di pasar berkembang, khususnya di kawasan Asia Tenggara.

Kata Kunci: Perbankan Digital; Strategi Bisnis; Analisis SWOT; Matriks BCG; Transformasi Digital.

Abstract

Digital transformation in the banking sector has accelerated the emergence of technology-driven financial services in Indonesia. PT Allo Bank Indonesia Tbk, a digital bank operating within the CT Corp ecosystem, represents a prominent example of ecosystem-based digital banking. This study examines Allo Bank's business strategy, management model, and financial performance to assess its role in the success of digital banking transformation in Indonesia. A qualitative descriptive approach is employed, utilizing SWOT analysis and the BCG Matrix, alongside an evaluation of key financial ratios, namely ROA, ROE, BOPO, and CAR, over the 2022–2024 period. The results indicate that Allo Bank's competitive advantage is primarily derived from its cloud-based technological infrastructure and AI-driven analytics, reinforced by strong ecosystem synergies within the CT Corp group. The ecosystem-oriented strategy contributes to sustained operational efficiency (BOPO of 34.10%) and robust capital adequacy (CAR exceeding 80%),

while facilitating the expansion of the active customer base to approximately 10 million users. These findings suggest that an integrated ecosystem-based business model, combining digital innovation, effective risk management, and cross-industry collaboration, can serve as a viable framework for digital banking transformation in emerging markets, particularly in Southeast Asia.

Keywords: *Digital Banking; Business Strategy; SWOT Analysis; BCG Matrix; Digital Transformation.*

A. PENDAHULUAN

Kemunculan bank digital di Indonesia menandai transformasi struktural dalam lanskap keuangan nasional yang dipicu oleh kemajuan teknologi finansial, meningkatnya penetrasi ponsel pintar, serta tuntutan masyarakat terhadap layanan keuangan yang cepat, mudah diakses, dan inklusif (Suryajaya & Prasetyo, 2022). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2021), perbankan digital berperan penting dalam meningkatkan inklusi keuangan nasional, terutama dengan menjangkau kelompok unbanked dan underbanked yang hingga kini masih mewakili lebih dari 50% populasi dewasa Indonesia.

Salah satu aktor utama dalam transformasi ini adalah PT Allo Bank Indonesia Tbk (BBHI), yang berada di bawah naungan CT Corp, sebuah konglomerasi besar Indonesia dengan portofolio bisnis yang luas meliputi ritel, media, dan jasa keuangan. Sebelumnya, bank ini beroperasi sebagai PT Bank Harda Internasional, kemudian diakuisisi dan direbranding oleh CT Corp pada tahun 2021 dengan nilai investasi sekitar Rp 1,2 triliun sebagai bagian dari strategi diversifikasi digital perusahaan (Widodo, 2021). Proses transisi ini tidak hanya melibatkan migrasi sistem selama enam bulan, tetapi juga restrukturisasi besar terhadap sumber daya manusia untuk membangun kapabilitas digital yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan perilaku konsumen.

Transformasi menjadi Allo Bank tidak sekadar pergantian nama, tetapi merupakan langkah strategis untuk menyesuaikan diri dengan revolusi fintech dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Di era pascapandemi COVID-19, perilaku konsumen khususnya generasi milenial dan Gen Z semakin menunjukkan preferensi terhadap layanan keuangan berbasis mobile-first yang menekankan kecepatan, kemudahan, dan personalisasi layanan (Chairul Tanjung, 2022). Fenomena ini sejalan dengan tren global di mana neobank mengubah paradigma perbankan tradisional melalui pemanfaatan teknologi cloud computing, kecerdasan buatan (Artificial Intelligence atau AI), serta analisis data besar (big data analytics) untuk

menciptakan layanan keuangan yang adaptif dan efisien (Kurniawan, 2022). Dalam konteks tersebut, Allo Bank memposisikan diri sebagai bank digital tanpa cabang fisik (digital-only bank) yang mengintegrasikan layanan keuangan dengan ekosistem bisnis CT Corp. Ekosistem ini meliputi berbagai entitas seperti Transmart, Metro Department Store, Detikcom, dan Trans TV, yang bersama-sama membentuk konsep ecosystem banking. Pendekatan ini memungkinkan sinergi lintas platform untuk akuisisi pelanggan, integrasi layanan pembayaran, serta penyediaan nilai tambah dalam transaksi gaya hidup digital (Pangestu, 2023).

Dari perspektif akademik, studi terhadap Allo Bank menjadi penting karena menghadirkan model transformasi unik dari bank konvensional menjadi bank digital dengan dukungan konglomerasi besar. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya yang berfokus pada fintech startup atau bank milik negara, Allo Bank menawarkan pendekatan hybrid model, menggabungkan infrastruktur perbankan tradisional dengan inovasi digital (Hidayat, Andriani, & Pratama, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk menjawab kesenjangan literatur (research gap) tersebut dengan fokus pada tiga aspek utama yaitu yang pertama menganalisis kerangka operasional dan infrastruktur teknologi yang mendukung transformasi digital Allo Bank. kemudian mengevaluasi strategi manajemen dan pemasaran dalam menghadapi kompetisi ketat industri bank digital Indonesia. dan yang terakhir menilai kinerja keuangan dan prospek masa depan Allo Bank melalui indikator profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas.

Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai bank digital di Indonesia berfokus pada startup fintech seperti Jenius, SeaBank, atau Bank Jago. Namun, masih terbatas studi akademik yang meneliti transformasi digital bank konvensional menjadi digital-only tanpa dukungan ekosistem konglomerasi besar (seperti CT Corp). Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis Allo Bank sebagai studi kasus representatif dari model hibrida bank digital berbasis ekosistem, yang menggabungkan strategi korporasi, inovasi teknologi, dan efektivitas finansial.

Tinjauan Pustaka

Transformasi digital di sektor perbankan global didefinisikan sebagai proses adaptasi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, dan daya saing institusi keuangan (Bunea et al., 2021). Dalam konteks Indonesia, transformasi ini didorong oleh penetrasi internet yang mencapai lebih dari 77% populasi serta kebijakan regulator melalui

POJK No. 12/POJK.03/2021 yang memberikan ruang bagi bank digital untuk beroperasi tanpa cabang fisik (OJK, 2021).

Penelitian oleh Suryajaya dan Prasetyo (2022) menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan Indonesia bukan sekadar inovasi teknologi, tetapi juga perubahan model bisnis dan strategi akuisisi nasabah. Dalam konteks ini, Allo Bank menjadi contoh nyata digital incumbent bank lama yang berhasil mengonversi model konvensional menjadi digital-only bank dengan dukungan ekosistem korporasi besar.

Menurut Teece (2018), keunggulan kompetitif perusahaan digital bergantung pada kemampuan dinamis (*dynamic capabilities*), yakni kemampuan mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang sumber daya untuk merespons perubahan lingkungan bisnis. CT Corp memanfaatkan prinsip ini melalui strategi *ecosystem integration*, di mana Allo Bank tidak hanya beroperasi sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai simpul layanan di seluruh rantai nilai grup mulai dari ritel, media, hingga gaya hidup.

Pangestu (2023) menekankan bahwa model neobank seperti Allo Bank berfokus pada efisiensi biaya operasional dan pengalaman pengguna (*user experience*) sebagai kunci pertumbuhan. Sinergi lintas bisnis CT Corp memungkinkan Allo Bank untuk mengakuisisi nasabah secara cepat melalui kanal non-tradisional (misalnya, pengguna Transmart, Detikcom, atau Allo Fresh).

Kinerja keuangan dalam industri bank digital biasanya diukur melalui rasio profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas. Menurut Kurniawan (2022), efisiensi biaya (*cost-to-income ratio*) dan rasio BOPO menjadi indikator utama efektivitas transformasi digital. Penelitian oleh Hidayat et al. (2024) juga menunjukkan bahwa bank digital yang berfokus pada segmen *underbanked* memiliki potensi pertumbuhan laba lebih tinggi karena pangsa pasar yang belum tergarap optimal.

Dalam konteks Allo Bank, laporan tahunan 2024 mencatat peningkatan laba bersih sebesar 5%, rasio CAR di atas 80%, dan BOPO hanya 35,71% menunjukkan efisiensi tinggi dan manajemen risiko yang kuat. Hal ini sejalan dengan temuan *The Asian Banker* (2024) yang menyebutkan bahwa penerapan AI dalam analisis kredit membantu Allo Bank menjaga tingkat NPL di bawah 1%.

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja organisasi (Kotler & Keller, 2016). Sementara itu, BCG Matrix berperan sebagai alat untuk mengelola portofolio produk berdasarkan dua dimensi: laju pertumbuhan

pasar dan pangsa pasar relatif (Belvedere, 2020). Kedua pendekatan ini saling melengkapi dalam perumusan strategi bisnis: SWOT memberikan pemetaan posisi strategis makro, sementara BCG memberikan panduan mikro terhadap investasi dan divestasi unit bisnis. Dalam konteks Allo Bank, penggunaan kombinasi SWOT–BCG penting untuk memahami bagaimana produk seperti Allo Pay, PayLater, dan Allo Prime berkontribusi terhadap pertumbuhan dan profitabilitas bank. Strategi ini memungkinkan manajemen untuk menyeimbangkan antara inovasi dan stabilitas keuangan.

Transformasi digital dalam industri perbankan merupakan respons strategis terhadap perkembangan teknologi, perubahan perilaku konsumen, serta kebijakan regulator yang mendorong digitalisasi layanan keuangan. Di Indonesia, dukungan regulasi OJK dan tingginya penetrasi internet mempercepat munculnya bank digital, termasuk Allo Bank sebagai hasil transformasi bank konvensional menjadi digital-only bank. Keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh adopsi teknologi, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam membangun *dynamic capabilities*, yaitu kemampuan mengintegrasikan dan mengonfigurasi ulang sumber daya secara adaptif. Dalam hal ini, CT Corp memanfaatkan strategi *ecosystem integration* dengan menjadikan Allo Bank sebagai simpul keuangan dalam ekosistem ritel, media, dan gaya hidup, sehingga memperkuat akuisisi nasabah dan meningkatkan pengalaman pengguna.

Implementasi transformasi digital dan integrasi ekosistem tersebut berdampak pada kinerja keuangan Allo Bank, yang tercermin dalam peningkatan laba bersih, efisiensi operasional (BOPO rendah), rasio permodalan (CAR tinggi), serta kualitas aset (NPL rendah). Fokus pada segmen *underbanked* dan pemanfaatan teknologi seperti AI dalam analisis kredit semakin memperkuat potensi pertumbuhan dan keberlanjutan kinerja keuangan bank.

Untuk merumuskan strategi bisnis yang optimal, diperlukan analisis komprehensif terhadap faktor internal dan eksternal. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi posisi strategis Allo Bank, sedangkan BCG Matrix digunakan untuk mengevaluasi kontribusi masing-masing produk digital (Allo Pay, PayLater, Allo Prime) terhadap pertumbuhan dan profitabilitas. Kombinasi kedua alat analisis ini memungkinkan manajemen menentukan prioritas investasi, inovasi produk, serta strategi pengembangan bisnis yang seimbang antara pertumbuhan dan stabilitas keuangan

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus pada PT Allo Bank Indonesia Tbk. (BBHI) sebagai objek penelitian utama. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara mendalam strategi bisnis, kinerja keuangan, serta dinamika transformasi digital yang dijalankan perusahaan (Creswell, 2018). Data dalam penelitian ini sepenuhnya bersumber dari data sekunder yang diperoleh melalui berbagai publikasi dan laporan resmi. Sumber utama meliputi laporan tahunan Allo Bank tahun 2022–2024, laporan CT Corp (2021), publikasi dari *The Asian Banker*, serta artikel ilmiah nasional dan internasional yang relevan (Hidayat et al., 2024; Pangestu, 2023).

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan mengombinasikan pendekatan manajemen strategis dan analisis keuangan untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai kinerja dan posisi kompetitif Allo Bank Indonesia. Pendekatan manajemen strategis digunakan melalui analisis SWOT guna mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi strategi bisnis perusahaan. Selanjutnya, analisis BCG Matrix diterapkan untuk menentukan posisi portofolio produk berdasarkan pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan, sehingga dapat diketahui prioritas strategi pengembangan produk yang optimal. Dari sisi keuangan, penelitian ini menggunakan analisis rasio keuangan, meliputi ROA, ROE, BOPO, CAR, NIM, dan LDR, untuk menilai stabilitas keuangan, profitabilitas, serta efisiensi operasional bank dalam menghadapi dinamika industri perbankan digital.

Proses analisis dilakukan secara bertahap melalui empat langkah utama, yaitu reduksi data untuk memilih informasi yang relevan terkait strategi, kinerja, dan posisi kompetitif Allo Bank; analisis tematik guna mengelompokkan data ke dalam tema besar seperti transformasi digital, strategi manajemen, dan kinerja keuangan; analisis deskriptif untuk menafsirkan hasil berdasarkan kerangka teori manajemen strategis dan teori pertumbuhan perusahaan (Grant, 2016); serta validasi hasil melalui metode cross-check terhadap data sekunder dari lembaga terpercaya seperti OJK, Infobanknews, dan Bisnis.com guna memastikan keakuratan, objektivitas, dan kredibilitas hasil penelitian. Kerangka konseptual penelitian ini didasarkan pada hubungan antara transformasi digital perbankan, strategi manajemen berbasis ekosistem, dan kinerja keuangan berkelanjutan

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri perbankan digital di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya adopsi teknologi finansial dan perubahan perilaku nasabah menuju layanan berbasis digital. Kondisi inilah yang mendorong persaingan yang semakin ketat antar bank digital, termasuk Allo Bank yang merupakan hasil transformasi dari bank konvensional.

Sebagai bagian dari ekosistem CT Corp, Allo Bank memiliki keunggulan dalam integrasi layanan dan akuisisi nasabah melalui kanal non-tradisional. Namun, ketergantungan terhadap ekosistem tersebut serta keterbatasan diferensiasi produk menjadi tantangan strategis di tengah dinamika regulasi, risiko keamanan siber, dan tekanan persaingan. Oleh karena itu, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi kompetitif Allo Bank dalam industri perbankan digital Indonesia.

Berdasarkan latar belakang dan analisis kontekstual tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang memengaruhi daya saing Allo Bank sebagai bank digital di Indonesia?
2. Apa saja faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi Allo Bank dalam industri perbankan digital Indonesia?
3. Bagaimana posisi strategis Allo Bank berdasarkan hasil analisis SWOT dalam menghadapi persaingan perbankan digital?

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi kompetitif Allo Bank di industri perbankan digital Indonesia. Berdasarkan laporan tahunan Allo Bank (2022–2024), publikasi *The Asian Banker* (2024), dan studi akademik (Hidayat et al., 2024; Pangestu, 2023), hasil analisis SWOT dapat dijabarkan sebagai berikut:

Faktor	Uraian Strategis
Strengths (Kekuatan) 	<ul style="list-style-type: none"> - Dukungan ekosistem CT Corp yang kuat (ritel, media, dan gaya hidup). - Infrastruktur digital berbasis cloud dan AI analytics. - Brand awareness tinggi melalui kolaborasi dengan artis K-pop dan event digital. - Tingkat efisiensi biaya (BOPO 35,71%) dan CAR > 80% menunjukkan ketahanan keuangan yang kuat.
Weaknesses (Kelemahan) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ketergantungan tinggi pada ekosistem CT Corp. - Keterbatasan diferensiasi produk dibandingkan pesaing seperti Jago dan SeaBank. - Masih terbatasnya fitur investasi dan asuransi digital.
Opportunities (Peluang) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pertumbuhan populasi digital-native (Gen Z & Milenial). - Regulasi OJK yang mendukung inovasi perbankan digital. - Potensi kolaborasi dengan e-commerce dan fintech nasional.
Threats (Ancaman) 	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan ketat antar bank digital (Jago, SeaBank, Line Bank). - Risiko keamanan siber dan penyalahgunaan data. - Fluktuasi suku bunga dan perubahan regulasi BI yang dapat menekan margin bunga.

Berdasarkan hasil tersebut, Allo Bank memiliki kekuatan utama pada **kapabilitas teknologi dan dukungan ekosistem bisnis**, namun perlu memperluas portofolio layanan agar tidak terlalu bergantung pada sektor ritel CT Corp.

Analisis BCG Matrix - Portofolio Produk Allo Bank

BCG Matrix membantu Allo Bank memahami posisi setiap produk dan layanan berdasarkan pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan pasar (Belvedere, 2020). Pemetaan berikut diadaptasi dari data keuangan Allo Bank (2023–2024) dan observasi pasar digital banking Indonesia.

Produk / Layanan	Pangsa Pasar	Pertumbuhan Pasar	Kategori BCG	Strategi yang Disarankan
Allo Pay & Allo Pay+	Tinggi	Tinggi	Stars	Investasi pada ekspansi ekosistem QRIS, peningkatan UX/UI, dan fitur

				loyalty integration.
Allo Prime & Allo Grow (Tabungan Digital)	Tinggi	Rendah	Cash Cow	Pertahankan profitabilitas melalui efisiensi biaya dan peningkatan nilai bunga simpanan.
PayLater & Instant Cash	Menengah	Tinggi	Question Mark	Evaluasi portofolio risiko, investasi terukur dengan dukungan AI credit scoring.
Deposito Digital	Rendah	Rendah	Dog	Reposisi produk menjadi micro-investment atau rebranding ke <i>smart deposit</i> .
Program Loyalitas MPC (CT Corp Rewards)	Tinggi	Menengah	Hybrid	Monetisasi data pelanggan dan integrasi lintas platform CT Corp.

Berdasarkan hasil analisis BCG Matrix, portofolio produk Allo Bank menunjukkan keseimbangan antara lini pertumbuhan dan sumber pendapatan stabil. Allo Pay dikategorikan sebagai Star karena menjadi penggerak utama pertumbuhan melalui volume transaksi tinggi dan sinergi kuat dengan merchant dalam ekosistem CT Corp. Allo Prime berperan sebagai Cash Cow yang menghasilkan arus kas stabil dengan margin bunga dan biaya operasional rendah. Sementara itu, PayLater berada pada posisi Question Mark karena memiliki potensi besar untuk naik menjadi Star jika manajemen risiko kredit dan sistem penilaian berbasis AI dapat diperkuat. Di sisi lain, Deposito Digital tergolong Dog karena pertumbuhannya stagnan dan

berisiko menjadi beban modal apabila tidak diadaptasi menjadi produk investasi yang lebih fleksibel. Adapun Program Loyalitas MPC menempati posisi Hybrid antara Star dan Cash Cow, karena berhasil menggabungkan strategi engagement dan monetization melalui pendekatan personalisasi berbasis data pelanggan. Secara keseluruhan, struktur portofolio ini menggambarkan bahwa Allo Bank memiliki fondasi pertumbuhan digital yang kuat dengan strategi diversifikasi yang seimbang antara inovasi, efisiensi, dan profitabilitas jangka panjang.

Integrasi SWOT–BCG: Formulasi Strategi SWOT

Untuk memperkuat analisis, digunakan model SWOT Matrix (Wehrich, 1982) guna mengidentifikasi strategi yang menggabungkan faktor internal (S–W) dan eksternal (O–T) yang dianalisa oleh penulis.

Strategi	Formulasi	Implementasi Allo Bank
SO (<i>Strength–Opportunity</i>)	Memanfaatkan kekuatan ekosistem CT Corp untuk memperluas sinergi digital.	Integrasi Allo Pay dengan Transmart, Allo Fresh, dan Detikcom untuk memperkuat penetrasi pasar.
WO (<i>Weakness–Opportunity</i>)	Mengurangi ketergantungan ekosistem internal dengan kolaborasi lintas industri.	Menjalin kerja sama dengan fintech atau marketplace eksternal seperti Tokopedia atau Blibli.
ST (<i>Strength–Threat</i>)	Menggunakan AI dan <i>real-time monitoring</i> untuk menghadapi risiko keamanan siber.	Penerapan sistem keamanan <i>multi-layer authentication</i> dan <i>fraud detection</i> berbasis machine learning.
WT (<i>Weakness–Threat</i>)	Diversifikasi produk dan reposisi brand untuk menanggapi persaingan ketat.	Pengembangan layanan investasi digital dan produk keuangan hijau (ESG finance).

Pendekatan SWOT ini membantu Allo Bank merancang strategi pertumbuhan berkelanjutan yang bersifat proaktif, bukan reaktif terhadap perubahan lingkungan eksternal (Grant, 2016).

Analisis Kinerja Keuangan 2022–2024

Analisis rasio keuangan digunakan untuk menilai efektivitas strategi Allo Bank. Berdasarkan laporan keuangan (Allo Bank, 2024), berikut hasil perbandingannya:

Tabel analisis Kinerja Keuangan

Indikator	2022	2023	2024	Interpretasi
ROA	3.49%	3.34%	3.31%	Menunjukkan stabilitas profitabilitas aset.
ROE	6.46%	6.43%	6.40%	Konsisten, profitabilitas ekuitas stabil meski ekspansi digital meningkat.
BOPO	46.22%	35.71%	34.10%	Efisiensi operasional meningkat secara signifikan.
CAR	82.3%	81.7%	80.5%	Ketahanan modal tinggi di atas ketentuan OJK (>10%).
NPL	0.08%	0.59%	0.81%	Risiko kredit terjaga di bawah 1%.

Sumber: Allo Bank

Data tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital yang dilakukan oleh Allo Bank telah berhasil meningkatkan efisiensi operasional dan menjaga stabilitas keuangan perusahaan, meskipun terjadi sedikit kenaikan rasio NPL akibat ekspansi kredit (Hartono, 2023). Peningkatan efisiensi ini terutama dipicu oleh penerapan sistem core banking berbasis cloud yang mampu menekan biaya transaksi hingga 25-30%, diikuti dengan otomatisasi proses kredit dan analisis risiko menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI) yang mempercepat pengambilan keputusan serta meminimalkan kesalahan manusia (The Asian Banker 2024). Selain itu, sinergi antarunit bisnis dalam ekosistem CT Corp turut berkontribusi besar dalam memperkuat likuiditas, memperluas basis pelanggan, dan meningkatkan integrasi layanan keuangan dengan sektor ritel dan media grup tersebut. Secara keseluruhan, kombinasi antara efisiensi teknologi, integrasi ekosistem, dan inovasi berbasis data menjadikan Allo Bank salah satu contoh paling sukses dari transformasi digital perbankan di Indonesia.

Prospek Masa Depan Allo Bank

Melihat tren pesat pertumbuhan bank digital di Indonesia, Allo Bank memiliki potensi besar untuk memperluas pangsa pasar melalui tiga arah strategis utama yang saling melengkapi. Pertama, melalui diversifikasi produk finansial, Allo Bank dapat mengembangkan fitur investment hub dan digital wealth management untuk menarik segmen nasabah menengah ke atas yang membutuhkan solusi investasi terpadu. Kedua, dengan integrasi open banking, bank ini dapat memperkuat kolaborasi melalui application programming interface (API) dengan berbagai startup fintech dan platform e-commerce, sehingga menciptakan jaringan layanan keuangan yang lebih luas, fleksibel, dan inklusif. Ketiga, melalui penerapan konsep sustainability banking, Allo Bank dapat mengembangkan produk berbasis keuangan hijau dan layanan perbankan syariah guna mendukung agenda keuangan berkelanjutan yang sejalan dengan kerangka kerja ESG (Environmental, Social, and Governance). Dengan menjaga keseimbangan antara inovasi teknologi dan pengelolaan risiko yang prudent, Allo Bank diyakini mampu mempertahankan posisinya sebagai Star dalam BCG Matrix serta meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan investor di pasar modal Indonesia (The Asian Banker, 2024).

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis strategi bisnis, kinerja keuangan, serta prospek masa depan PT Allo Bank Indonesia Tbk (BBHI) sebagai salah satu pelopor bank digital di Indonesia yang beroperasi dalam ekosistem CT Corp. Melalui pendekatan analisis SWOT, BCG Matrix, dan rasio keuangan, diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu Allo Bank berhasil mentransformasi diri dari bank konvensional menjadi digital-only bank dengan infrastruktur berbasis cloud dan dukungan AI analytics. Sinergi dengan ekosistem CT Corp (ritel, media, dan gaya hidup) memungkinkan model bisnis ecosystem banking yang meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan (The Asian Banker, 2024).

Kinerja keuangan menunjukkan efisiensi dan ketahanan modal yang kuat, dengan rasio BOPO turun menjadi 34,10% dan CAR tetap di atas 80% pada tahun 2024. Profitabilitas tetap stabil meskipun terjadi ekspansi digital yang signifikan, mencerminkan efektivitas strategi operasional berbasis teknologi (Allo Bank, 2024). Berdasarkan analisis BCG Matrix, portofolio Allo Bank didominasi oleh kategori Stars (Allo Pay) dan Cash Cows (Allo Prime & Allo Grow),

yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan dan profitabilitas. Produk PayLater berpotensi menjadi Star baru apabila risiko kredit dapat dikelola dengan lebih baik, sedangkan Deposito Digital perlu direposisi agar lebih adaptif terhadap perubahan pasar (Belvedere, 2020).

Keunggulan utama Allo Bank terletak pada kemampuan mengintegrasikan teknologi dengan ekosistem bisnis. Namun, ketergantungan terhadap CT Corp, potensi risiko siber, dan tingkat kompetisi tinggi antar bank digital menjadi tantangan utama yang perlu diantisipasi (Hartono, 2023). Dengan meningkatnya literasi digital dan dukungan regulasi dari OJK, prospek pertumbuhan Allo Bank tetap kuat. Potensi ekspansi ke bidang digital investment dan green finance akan memperluas pangsa pasar dan memperkuat citra korporasi yang berkelanjutan (Hidayat et al., 2024).

Rekomendasi Strategis

Berdasarkan hasil analisis di atas, beberapa rekomendasi strategis yang disarankan bagi manajemen Allo Bank adalah sebagai berikut. Strategi Produk dan Inovasi mencakup diversifikasi layanan finansial seperti pengembangan produk micro-investment, wealth management digital, dan produk syariah untuk memperluas segmen nasabah, yang selaras dengan prinsip diversifikasi portofolio BCG guna memperkuat posisi Stars dan Cash Cows. Selain itu, diperlukan optimalisasi produk PayLater dengan meningkatkan algoritma kredit berbasis AI guna memperluas akses pembiayaan tanpa meningkatkan NPL, sekaligus mendorong peningkatan efisiensi risiko (Hartono, 2023).

Strategi Ekosistem dan Kolaborasi meliputi ekspansi ekosistem terbuka melalui integrasi sistem open API agar dapat bekerja sama dengan platform eksternal seperti Tokopedia, Blibli, dan Gojek untuk meningkatkan akuisisi pelanggan baru di luar ekosistem CT Corp, serta sinergi dengan fintech dan startup guna menciptakan layanan bersama seperti digital microloans atau BNPL (Buy Now Pay Later) lintas platform. Strategi Teknologi dan Operasional mencakup peningkatan keamanan siber dengan mengimplementasikan multi-layer authentication, fraud analytics, dan AI-driven intrusion detection sebagai bagian dari sistem keamanan berkelanjutan (Hartono, 2023), yang mendukung strategi ST dalam TOWS Matrix, serta pemanfaatan big data dan AI untuk analitik data guna segmentasi pelanggan, prediksi perilaku pengguna, dan penawaran personalisasi produk (Teece, 2018).

Strategi Keberlanjutan (Sustainability) diwujudkan melalui penerapan prinsip ESG (Environmental, Social, Governance) dengan mengintegrasikan kebijakan keberlanjutan dalam kredit dan investasi, termasuk green financing dan inclusive banking (Bappenas, 2022), serta penyelenggaraan program pendidikan literasi keuangan digital untuk mengedukasi masyarakat tentang keamanan transaksi digital dan pengelolaan keuangan pribadi berbasis aplikasi. Strategi Manajemen dan SDM meliputi penguatan kompetensi digital SDM melalui penyusunan digital leadership program dan AI upskilling training bagi seluruh lapisan karyawan agar dapat beradaptasi dengan perubahan teknologi (Grant, 2016), serta transformasi budaya dengan membangun budaya kerja yang kolaboratif, agile, dan berbasis inovasi melalui penerapan performance-based management system.

Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan tiga kontribusi utama, yang pertama adalah secara akademik dapat menambah literatur mengenai transformasi bank konvensional menuju digital-only bank berbasis ekosistem. Kemudian secara praktis dapat menyediakan panduan bagi manajemen Allo Bank dan bank digital lainnya untuk menyeimbangkan antara inovasi dan profitabilitas. Dan terakhir yaitu terkait kebijakan, dapat memberikan rekomendasi bagi regulator (OJK & BI) untuk memperkuat kerangka pengawasan bank digital dan kebijakan open banking nasional.

Keterbatasan dan Arah Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya yaitu keterbatasan data primer karena keterbatasan akses internal perusahaan. Selain itu, fokus penelitian masih pada aspek strategis dan keuangan, belum mendalam pada perilaku konsumen dan teknologi UX.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis data keuangan lintas tahun (time series). Selanjutnya juga dapat menganalisis perilaku nasabah digital menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM). dan yang terakhir dapat mengeksplorasi perbandingan kinerja antar bank digital seperti Jago, SeaBank, dan Line Bank untuk menilai posisi kompetitif Allo Bank secara lebih objektif

DAFTAR PUSTAKA

Allo Bank. (2024). *Annual report 2024*. Jakarta: PT Allo Bank Indonesia Tbk. Bappenas. (2022). *Financial inclusion index report*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.

- Belvedere, V. (2020). *Operations strategy: Principles and practice* (2nd ed.). Routledge.
- Chairul Tanjung. (2022). *Digital transformation in corporate banking ecosystems*. Jakarta: CT Corp.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Grant, R. M. (2016). *Contemporary strategy analysis* (9th ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Hartono, B. (2023). Cybersecurity challenges in digital banking. *Journal of Digital Security*, 9(1), 22–39.
- Hidayat, R., Andriani, F., & Pratama, A. (2024). Peran bank digital dalam mendukung keuangan berkelanjutan di Indonesia. *Journal Proficient*. Perbanas Institute. Retrieved from <https://journal.perbanas.id/index.php/Proficient/article/view/677>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kurniawan, D. (2022). Cloud computing adoption in Indonesian banks. *Technology in Finance*, 8(2), 112–130.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 12/POJK.03/2021 tentang Bank Umum*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id>
- Pangestu, R. (2023). Neobank business models. *Southeast Asian Banking Review*, 15(1), 78–95.
- Suryajaya, M., & Prasetyo, A. (2022). *Digital banking transformation in Indonesia*. Depok: Universitas Indonesia Press.
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49.
- The Asian Banker. (2024). Allo Bank harnesses AI for strategic digital expansion. Retrieved from <https://www.theasianbanker.com/updates-and-articles/allo-bank-harnesses-ai-for-strategic-digital-expansion>
- Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix: A tool for situational analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54–66.
- Widodo, J. (2021). Merger and acquisition in the banking sector. *Journal of Indonesian Finance*, 12(3), 45–67.

