

Analisis Manajemen Strategi Perbandingan Manajemen Strategi Antara Ovo dan Dana

Missi Yanti.s Mayline Elisabeth Nainggolan¹, Renata², Sari Yuinda Putri³, Fitri Ayu Nofirda⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

Email: missiyanti@gmail.com

Abstrak

Pengguna telepon pintar di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya sehingga banyak perusahaan pengembang aplikasi menciptakan layanan pembayaran non tunai berbasis aplikasi guna memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran non tunai. Banyaknya aplikasi dompet digital yang bermunculan, diantaranya yaitu aplikasi ovo dan dana. Tujuan didalam penelitian ini adalah untuk membandingkan 2 aplikasi dompet digital yang mempunyai proses bisnis maupun karakteristik yang hampir sama dalam pengalaman penggunaan kedua aplikasi dompet digital tersebut. Penelitian ini memberikan perbandingan dari analisis strategi perbandingan manajemen antara ovo dan dana. Hasil dari pengujian tugas atau *scenario* menunjukkan keberhasilan yang dilakukan oleh responden yang cukup tinggi . aplikasi dana memiliki nilai lebih tinggi didalam dua parameter yaitu parameter *error duringtask performance* dan *number of clicks during taskcompletion* dan aplikasi ovo lebih baik di parameter *time per completed task* dan aspek parameter *task success rate* kedua aplikasi memiliki nilai yang sama baiknya.

Kata kunci: Analisis, Strategi, Ovo, Dana

Abstract

Smartphone users in Indonesia are increasing every year, so many application development companies are creating application-based non-cash payment services to make it easier for users to make non-cash payments. Many digital wallet applications have emerged, including the OVO and Dana applications. The aim of this research is to compare 2 digital wallet applications that have almost the same business processes and characteristics in the experience of using the two digital wallet applications. This research provides a comparison of comparative management strategy analysis between OVO and Dana. The results of testing tasks or scenarios show that the success of respondents is quite high. The Dana application has a higher score in two parameters, namely the error parameters during task performance and number of clicks during task completion and the OVO application is better in the time per completed task parameter and the task success rate parameter aspect of both applications has the same good value.

Keywords : Analysis, Strategy, Ovo, Funds

PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup konsumen yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi menuntut hidup menjadi serba cepat, sehingga sistem ekonomi juga mengalami perubahan. Dampak dari perubahan ekonomi ke arah digital yaitu pesatnya pertumbuhan dan perkembangan startup berbasis teknologi digital di bidang keuangan yang disebut *financial technology (fintech)*. *Financial technology / Fintech* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari

konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Keberadaan fintech diharapkan dapat mendatangkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis dan aman. *Fintech* tidak hanya terjadi di negara maju, tetapi juga tumbuh dengan pesat di negara berkembang seperti Indonesia. Saat ini jumlah *fintech* yang sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ada 258 *fintech* .

Financial technology terdiri dari 5 (lima) kategori, yaitu sistem pembayaran; pendukung pasar; manajemen investasi dan manajemen risiko; pinjaman, pembiayaan, dan penyediaan modal; dan jasa finansial lainnya . Perusahaan *fintech* yang ada di Indonesia yaitu LinkAja, DOKU, GO-PAY, DANA, Investree, OVO, dan lain-lain. iPrice Group berkolaborasi dengan perusahaan analisis data App Annie, Semakin banyak pertumbuhan *fintech* di Indonesia, maka semakin tinggi juga persaingan antar *fintech*. Agar perusahaan tersebut bisa terus tumbuh dan berkembang, maka masing-masing perusahaan harus memperkirakan strategi pemasaran terbaiknya. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menganalisa strategi pemasaran tersebut adalah dengan menggunakan teori permainan. Teori permainan membahas perilaku dua orang atau lebih yang sedang terlibat dalam adu strategi di mana pilihan strategi salah satu pemain akan mempengaruhi pilihan strategi pemain yang lain hingga masing-masing pemain menemukan pilihan strategi yang akan memaksimalkan kesejahteraan masing-masing pemain . Dalam permainan, peserta adalah pesaing. Keuntungan bagi yang satu (pemain baris) merupakan kerugian bagi yang lain (pemain kolom). Tiap peserta memilih dan melaksanakan strategi-strateginya yang dipercaya akan menghasilkan kemenangan.

Loyalitas konsumen dipengaruhi banyak faktor salah satunya kepuasan konsumen, jika konsumen merasa puas terhadap suatu barang atau jasa, maka dapat membentuk kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut sehingga konsumen ingin membeli produk tersebut atau menggunakan jasa perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen merupakan kunci untuk menjaga dan memelihara hubungan jangka panjang antara konsumen dan perusahaan. Menurut Richard Oliver, kepuasan konsumen adalah tanggapan konsumen atas terpenuhinya kebutuhannya.

Hal ini berarti penilaian istimewa terhadap suatu bentuk barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan . Menurut Andaiyani dalam Firmansyah, menyatakan bahwa strategi pemasaran memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen. Ia menyatakan bahwa dimensi-dimensi strategi produk, harga, promosi, lokasi dan fasilitas dapat mempengaruhi variabel strategi pemasaran diuji secara parsial terhadap keputusan konsumen, maka hal ini terbukti bahwa variabel strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen . Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis akan melakukan penelitian terhadap permasalahan strategi perbandingan manajemen antara ovo dan dana .Dengan mengangkat penelitian yang berjudul “Analisis Manajemen Strategi Perbandingan Manajemen Strategi Antara Ovo Dan Dana”. Agar mengetahui seperti apa strategi perbandingan manajemen antara ovo dan dana tersebut.

METODE

Mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai teknik dimana peneliti berfungsi sebagai alat utama untuk menganalisis keadaan suatu hal yang wajar (Sugiyono, 2014). Penelitian ini bersifat fleksibel mengikuti kondisi objek penelitian dengan memanfaatkan metode wawancara, observasi partisipatif maupun non partisipatif yang selanjutnya disajikan dalam bentuk tulisan deskriptif. Dengan penyesuaian demikian, dengan ini penulis menggunakan jenis penelitian yang signifikan yaitu menggunakan penelitian dengan metode kualitatif deskriptif. Data yang diperoleh dari penelitian ini bersumber dari: Data Primer, Data Sekunder, Key Informan. Teknik pengumpulan data merupakan hal yang penting bagi orang yang sedang melakukan sebuah penelitian karena ini menyangkut bagaimana kita bisa memperoleh data yang baik saat melakukan wawancara maupun observasi. Metode

kualitatif dengan mendekati deskriptif di mana data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dianalisis secara terus-menerus selama proses pengumpulan data di lapangan berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan-penerapan teori permainan dan kepuasan konsumen dalam menentukan strategi pemasaran

Teori permainan membahas perilaku dua orang atau lebih yang sedang terlibat dalam adu strategi di mana pilihan strategi salah satu pemain akan mempengaruhi pilihan strategi pemain yang lain sehingga masing-masing pemain menemukan pilihan strategi yang akan memaksimalkan kesejahteraannya. Teori ini terutama menekankan pada proses pengambilan keputusan pada pihak-pihak yang berlawanan. Dalam permainan, peserta adalah pesaing. Keuntungan bagi yang satu merupakan kerugian bagi yang lain. Tiap peserta memilih dan melaksanakan strategi-strateginya yang dipercaya akan menghasilkan kemenangan. Teori permainan dapat diklasifikasikan berdasarkan jumlah pemain, nilai permainan, dan strategi permainan.

1. Jumlah pemain

Dalam sebuah permainan paling sedikit dua orang atau dua kelompok sehingga teori ini membedakan jenis permainan menjadi permainan dua orang (*two person games*) dan permainan orang (*one person games*).

2. Nilai permainan

Jika nilai permainan pemain yang memaksimalkan kemenangan sama dengan nilai pemain yang meminimumkan kekalahan, maka permainan dikenal sebagai nilai permainan jumlah nol (*zero sum games*). Sebaliknya, jika nilai permainan antara dua pemain berbeda, maka permainan itu dikenal sebagai nilai permainan jumlah bukan nol (*non zero sum games*).

3. Strategi permainan

Strategi permainan dipilih oleh pemain. Terdapat 2 jenis strategi permainan pada teori permainan, yaitu strategi permainan murni (*pure strategy games*) dan strategi permainan campuran (*mixed strategy games*). Strategi permainan murni (*pure strategy games*) digunakan jika nilai permainan memiliki titik pelana maka nilai permainan menjadi maksimum. Titik pelana terjadi ketika nilai maksimin dan minimaks sama. Jika nilainya positif, maka yang memenangkan permainan adalah pemain pertama, dan jika nilainya negatif, maka yang memenangkan permainan adalah pemain kedua. Sebaliknya, jika nilai permainan tidak mengandung titik pelana maka kedua pemain tidak mungkin memiliki nilai yang sama, maka strategi permainan yang akan dipilih adalah strategi permainan campuran (*mixed strategy games*).

Analisis Strategi Perbandingan Manajemen Antara Ovo Dan Dana

Analisis strategi pemasaran pada penelitian Tugas Akhir ini yang menjadi saran untuk perusahaan DANA dan OVO, dilakukan berdasarkan hasil dari Analytical Hierarchy Process, analisis kepuasan konsumen dan analisis teori permainan. Berdasarkan hasil dari Analytical Hierarchy Process, atribut yang diprioritaskan oleh konsumen dalam menggunakan fintech yaitu promo. Untuk perusahaan DANA, strategi yang diprioritaskan oleh konsumen yaitu iklan yang menarik dan tampilan aplikasi. Untuk perusahaan OVO, strategi yang diprioritaskan oleh konsumen yaitu promo, keamanan, kemudahan transaksi, dan jumlah merchant / perusahaan yang bekerjasama banyak. Pada analisis kepuasan konsumen, terdapat dua metode analisis yaitu *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. sehingga strategi-strategi yang digunakan oleh DANA sudah tepat. Namun, ada strategi yang harus ditingkatkan lagi kinerjanya, yaitu strategi promo dan strategi jumlah merchant / perusahaan yang bekerjasama banyak, karena kepuasan konsumennya masih rendah, padahal strategi ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi konsumen. Kemudian, untuk strategi keamanan dan kemudahan transaksi, kinerja dari strategi tersebut sudah sangat baik dan sesuai dengan harapan konsumen, sehingga harus dipertahankan.

strategi-strategi yang digunakan oleh OVO sudah tepat. Namun, ada strategi yang harus ditingkatkan lagi kinerjanya, yaitu strategi jumlah *merchant* / perusahaan yang bekerjasama banyak, karena kepuasan konsumennya masih rendah, padahal strategi ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi konsumen. Kemudian, untuk strategi promo, strategi keamanan dan strategi kemudahan transaksi, kinerja dari strategi tersebut sudah sangat baik dan sesuai dengan harapan konsumen, sehingga harus dipertahankan. Berdasarkan hasil analisis teori permainan, strategi yang digunakan oleh DANA dalam menghadapi OVO yaitu menggunakan strategi iklan yang menarik dan media iklan yang sebaiknya digunakan yaitu melalui media elektronik seperti tv, radio, sosial media, dan lain-lain. Strategi yang digunakan OVO dalam menghadapi DANA yaitu menggunakan strategi promo. Karena studi kasusnya adalah masyarakat, hampir sebagian besar masih belum hidup mandiri sehingga secara finansial masih dibantu, maka sangat banyak masyarakat yang mengandalkan promo untuk menghemat pengeluarannya. Oleh karena itu, OVO bisa memberikan promo melalui kerjasama dengan merchant makanan dan minuman serta perusahaan transportasi *online*, karena berdasarkan karakteristik responden, sebagian besar dari responden menggunakan *fintech* untuk membeli makanan dan minuman, dan membayar transportasi *online*..

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa adanya aplikasi dompet digital yang bermunculan, diantaranya yaitu aplikasi ovo dan dana. 2 aplikasi dompet digital ini mempunyai proses bisnis maupun karakteristik yang hampir sama. Hasil dari pengujian tugas atau *scenario* menunjukkan keberhasilan yang dilakukan oleh responden yang cukup tinggi. Aplikasi dana memiliki nilai lebih tinggi didalam dua parameter yaitu parameter *error duringtask performance* dan *number of clicks during taskcompletion* dan aplikasi ovo lebih baik di parameter *time per completed task* dan *danaspekparametertask success rate* kedua aplikasi memiliki nilai yang sama baiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- CNBC Indonesia. (2019). Kata OJK Soal Bunga Fintech yang Tinggi di Atas Perbankan. <https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20190520220522-37-73740/kata-ojk-soal-bunga-fintech-yang-tinggi-di-atas-perbankan>. [Diakses 18 Juli 2019].
- Bank Indonesia. FAQ Teknologi Finansial. <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/fintech/faq/Contents/default.aspx>. [Diakses 18 Juli 2019].
- IPRICE. (2019). Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?. <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>. [Diakses 20 Agustus 2019].
- Siswanto. (2006). Operation Research Jilid II. Jakarta: Erlangga.
- Aminudin. (2005). Prinsip-prinsip Riset Operasi. Jakarta: Erlangga.
- Barnes, J.G. (2003). Secrets Of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan. Yogyakarta: ANDI.
- Firmansyah. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada STIE Mahaputra Ria. Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis 10(1): 54-68.
- Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Pt. Cst Indonesia (Studi Pada Cst English Center Krendang Kelas Fce1-Ge1 Periode Januari 2015) (skripsi). Jakarta: Bina Nusantara.
- Harahap, B. A., dkk. (2017). Perkembangan Financial Technology Terkait Central Bank Digital Currency (CBDC) Terhadap Transmisi Kebijakan Moneter Dan Makroekonomi. Jakarta: Bank Indonesia.
- OVO. About Us. <https://www.ovo.id/about>. [Diakses 22 Juli 2019].

- Movanita, A. N. K. (2018). DalamSetahun, Pengguna OVO Melonjak 400 Persen.[https:// ekonomi. kompas.com/read/2018/ 12/20/15360032 6/dalam-setahun-pengguna-ovo-melonjak-400-persen](https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/20/153600326/dalam-setahun-pengguna-ovo-melonjak-400-persen). [Diakses 22 Juli 2019].
- Nasution, R. (2003). Teknik Sampling.Medan: Universitas Sumatera Utara,.
- Sujarweni, V. W. dan Poly E. (2012). Statistika untuk Penelitian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suliyanto. (2009). Metode Riset Bisnis. Yogyakarta: ANDI