

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada jaman yang serba digital ini, kehidupan terus berkembang tanpa henti untuk menemukan hal baru yang dapat memudahkan kehidupan manusia dalam menjalankan aktivitasnya. Adanya perubahan yang terus-menerus membuat segala sesuatu menjadi sangat canggih, khususnya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang. Hal ini terlihat pada proses jual beli yang semakin canggih dalam memanfaatkan kemajuan teknologi. Proses jual beli merupakan salah satu aktivitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari, sehingga kita tidak akan pernah lepas dari proses transaksi pembayaran.

Saat ini selain transaksi pembayaran secara konvensional, masyarakat melakukan transaksi pembayaran, pembelian, maupun belanja secara digital. Dompot digital atau e-wallet adalah salah satu contoh dari kemajuan teknologi dalam proses transaksi pembayaran. Dompot digital ialah sistem pembayaran secara online yang dalam proses transaksinya hanya memanfaatkan telepon genggam dan jaringan internet (Rembulan dan Firmansyah., 2020). Hal ini memudahkan masyarakat karena transaksi yang dilakukan tidak melibatkan langsung uang tunai (kertas atau logam) maupun kartu atau sebuah cek.

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 18/40/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Dompot Elektronik (*e-wallet*) merupakan layanan berbentuk digital yang berfungsi untuk menyimpan data instrumen pembayaran dan menampung dana yang digunakan sebagai alat pembayaran. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk memanfaatkan keuntungan dari berkembangnya dompet digital. Salah satu contoh signifikannya adalah dengan banyaknya perusahaan di bidang platform belanja digital (*e-commerce*) yang menggunakan dompet digital sebagai salah satu alat pembayaran.

Tidak hanya platform belanja digital yang memanfaatkan kemudahan dan keuntungan dari adanya dompet digital ini, bahkan bidang transportasi umum juga menggunakan dompet digital sebagai alat pembayarannya. Dengan adanya perkembangan dompet digital ini membuat masyarakat sangat dimu-

dahkan dalam melakukan transaksi sehari - hari karena prosesnya yang mudah dan cepat. Selain itu, dompet digital yang tersebar pada masyarakat harus memberikan sifat yang aman karena perusahaan sudah berada dalam pengawasan Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Pada awal tahun 2020, Indonesia menghadapi pandemi (*Coronavirus Disease That Was Discovered In 2019*) atau biasa disebut COVID-19 yang mengharuskan masyarakat untuk mengurangi kontak fisik secara langsung demi mengurangi penyebaran virus. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah agar penyebaran virus dapat terkendali adalah dengan menghimbau seluruh industri di bidang makanan, pakaian, serta industri elektronik untuk berpindah dari pembayaran tunai ke pembayaran non-tunai menggunakan dompet digital. Penggunaan dompet digital ini sesuai dengan penelitian yang menyatakan bahwa virus Corona dapat bertahan hidup paling lama pada plastik dan stainless steel selama 7 hari, di kayu dan kain selama 2 sampai 3 hari, uang kertas selama 4 hari, serta kertas atau tisu selama 3 jam (Rahmawati dan Maika., 2021). Oleh karena itu, uang kertas adalah salah satu resiko paling besar dalam penyebaran virus antar masyarakat. Kondisi ini menciptakan kebiasaan baru masyarakat, yaitu gaya hidup tanpa uang tunai (*cashless society*) atau biasa disebut dengan Gerakan Non Tunai. Menurut (Katon dan Yuniati., 2020), *cashless society* merupakan kebiasaan sehari - hari masyarakat yang beralih dari penggunaan uang tunai ke penggunaan uang digital dalam bertransaksi.

Hasil survei yang dilakukan oleh lembaga riset pasar Kadence International dengan judul "*Digital Payment and Financial Services Usage and Behavior in Indonesia*" dalam periode survei bulan Juli 2021 dan dirilis pada bulan Agustus 2021 menyatakan bahwa terdapat 5 dompet digital yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2021. Ovo memegang peringkat pertama menjadi *e-wallet* yang paling banyak digunakan untuk pembayaran *online* maupun *offline* oleh masyarakat Indonesia dengan perolehan sebanyak 31%. Sementara itu untuk peringkat kedua dengan perolehan sebesar 25% dipegang oleh Go-Pay. Dompet digital yang dikeluarkan oleh aplikasi Go-Jek ini merupakan aplikasi anak bangsa yang sudah berdiri sejak tahun 2010. Selanjutnya, dompet digital yang menduduki peringkat ketiga adalah ShopeePay yang berbasis pada aplikasi belanja *online* Shopee dengan perolehan sebesar 20%. Peringkat keempat didapatkan oleh DANA yang merupakan aplikasi dompet digital pertama di Indonesia dengan perolehan sebesar 19%. Peringkat terakhir ditempati oleh sebuah keuangan

digital yang dikeluarkan oleh Telkomsel dan Badan Usaha Milik Negara, yaitu Link Aja dengan perolehan 4%.

Hasil survei yang dilakukan oleh lembaga riset pasar Kadence International membuat setiap perusahaan harus bersaing untuk terus melakukan perubahan dan menciptakan inovasi yang semakin baik agar dapat mempertahankan perusahaannya. Untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan kriteria atau penilaian dari pengguna secara langsung untuk mengetahui kriteria yang sesuai dalam memilih pelayanan transaksi terbaik. Selain itu, dalam persaingan antar perusahaan dompet digital sebuah perusahaan perlu mengetahui siapa lawan terberatnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui urutan dompet digital terbaik berdasarkan penilaian dari pengguna.

Sebuah perusahaan selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya, hal ini merupakan salah satu tujuan utama dari perusahaan agar dapat terus bertahan di tengah persaingan yang sengit. Langkah perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan cara mengetahui strategi terbaik yang terjadi pada persaingan dompet digital. Dalam matematika banyak teori untuk menganalisis strategi terbaik pada persaingan suatu produk, salah satunya adalah teori permainan (*game theory*) yang dapat menganalisis dan menentukan strategi pemasaran terbaik (Simonara, dkk., 2013).

Teori permainan (*game theory*) merupakan teori matematis yang berhubungan erat dengan pengambilan suatu keputusan ketika terdapat dua pihak atau lebih yang berada dalam keadaan persaingan atau menghadapi suatu konflik. Pihak - pihak yang berada dalam persaingan ini disebut pemain, dimana pemain ini dapat diartikan sebagai suatu kelompok, perusahaan, produk, dan lain sebagainya. Setiap pemain di persaingan ini diasumsikan bersifat rasional dan cerdas, artinya tiap pemain akan melakukan strategi tindakan yang rasional dan tiap pemain memiliki pikiran yang cerdas agar dapat memenangkan persaingan tersebut.

Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) merupakan suatu metode yang digunakan untuk menentukan bobot suatu kriteria yang berguna dalam proses pengambilan keputusan pada suatu kriteria tertentu. Metode WP (*Weighted Product*) adalah metode yang digunakan untuk melakukan perbandingan dengan cara menghubungkan antar bobot kriteria menggunakan teknik perkalian. Dibutuhkan waktu yang lebih singkat dalam perhitungan menggunakan metode WP, sehingga metode ini dapat dikatakan lebih efisien (Mahendra dan Nugraha., 2020).

Mahendra dan Nugraha pada tahun 2020 melakukan penelitian untuk membandingkan metode AHP-WP dan AHP-SAW dalam menentukan *e-commerce* terbaik yang ada di Indonesia. Pada penelitian tersebut menyatakan bahwa metode AHP-WP dan AHP-SAW merupakan metode yang dapat digunakan dalam menentukan *e-commerce* terbaik di Indonesia. Hasil ini ditentukan berdasarkan dari nilai pembobotan kriteria yang didapatkan menurut penilaian dari lima narasumber yang aktif atau biasa menggunakan *e-commerce*. Berdasarkan penelitian ini, *e-commerce* terbaik untuk peringkat pertama ditempati oleh Bukalapak dengan nilai preferensi sebesar 0,1711 menggunakan metode AHP-WP.

Selanjutnya, (Windasari dan Zakiyah., 2020) melakukan analisis menggunakan teori permainan pada strategi persaingan yang terjadi antara Grab dan Go-Jek di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa strategi campuran yang digunakan Grab adalah kriteria kenyamanan dan promo kupon dimana masing - masing mendapat nilai 50%. Sedangkan strategi yang diterapkan oleh pesaingnya, yaitu Go-Jek adalah kategori hemat biaya dan keamanan dengan masing - masing memperoleh nilai sebesar 20% dan 80%.

Selanjutnya, (Windasari & Zakiyah, 2020) melakukan analisis menggunakan teori permainan pada strategi persaingan yang terjadi antara Grab dan Go-Jek di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa strategi campuran yang digunakan Grab adalah kriteria kenyamanan dan promo kupon dimana masing - masing mendapat nilai 50%. Sedangkan strategi yang diterapkan oleh pesaingnya, yaitu Go-Jek adalah kategori hemat biaya dan keamanan dengan masing - masing memperoleh nilai sebesar 20% dan 80%.

Berdasarkan penelitian – penelitian sebelumnya, pada penelitian ini akan melakukan perbandingan pada keempat dompet digital di Indonesia, yaitu OVO, DANA, ShopeePay, dan Go-Pay. Dari keempat dompet digital tersebut akan dianalisis dan akan diurutkan kriteria penilaiannya berdasarkan nilai pembobotan tiap kriteria menggunakan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Berikutnya, untuk mengetahui urutan dompet digital terbaik pilihan pengguna diperlukan metode *Weighted Product* (WP). Dalam hal ini, pembobotan akan didapatkan berdasarkan metode AHP kemudian dilanjutkan perbandingan dengan metode WP. Selanjutnya, mencari indikator terbaik yang diterapkan oleh masing - masing produk menggunakan Teori Permainan (*Game Theory*). Dalam penelitian ini akan dibandingkan strategi 7P dari

bauran pemasaran yaitu *Product, Place, Price, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*. Pada tiap variabel akan dilihat beberapa kriteria yang sesuai dengan penilaian pengguna dompet digital. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah “Penentuan Bauran Pemasaran Terbaik pada Persaingan Dompet Digital di Indonesia menggunakan metode AHP-WP dan Teori Permainan.”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana menentukan urutan indikator terbaik pada keempat dompet digital di Indonesia menggunakan metode AHP?
2. Bagaimana menentukan urutan keempat dompet digital di Indonesia menggunakan metode WP?
3. Bagaimana menentukan strategi terbaik pada masing – masing keempat dompet di Indonesia menggunakan metode Teori Permainan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Dapat menentukan urutan indikator pada keempat dompet digital di Indonesia menggunakan metode AHP.
2. Dapat menentukan urutan keempat dompet digital terbaik di Indonesia menggunakan metode WP.
3. Dapat menentukan strategi terbaik dari masing – masing dompet digital terbaik di Indonesia untuk bersaing di pasaran menggunakan metode Teori Permainan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi peneliti dapat mengetahui dan menyelesaikan kasus yang nyata dalam menentukan produk terbaik pilihan pengguna dan dapat menentukan bauran pemasaran terbaik pada tiap produk menggunakan metode AHP-WP dan teori permainan. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas kepada peneliti.
2. Bagi perusahaan terkait dapat mengetahui kriteria pilihan pengguna dalam memilih dompet digital, mengetahui strategi pemasaran tiap dompet digital, dan menjadikan hal itu sebagai pertimbangan dalam menentukan bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengguna aplikasi dompet digital.

