

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modernisasi di dunia, semua aktifitas produsen dan konsumen cenderung mengarah ke program digital untuk memenuhi kebutuhannya khususnya di layanan digital. Layanan keuangan memiliki peran penting bagi kelancaran pembayaran yang mempermudah masyarakat dalam bertransaksi dengan adanya layanan keuangan digital seperti GO-PAY, OVO, DANA dan LINKAJA menjadi alat pembayaran dan mempunyai penggunaan yang sama dengan uang tunai. Dengan melakukan transfer ke rekening aplikasi, uang yang sudah disetorkan atau di transfer ke aplikasi bukanlah bersifat simpanan, sesuai dengan peraturan perundang-undangan perbankan di Indonesia, karena itu aplikasi tidak memberikan bunga sehingga tidak dijamin lembaga penjamin simpanan di Indonesia. Dompet digital tersebut selalu memberikan cukup banyak pilihan alat pembayaran, cashback, dan promo yang menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan dompet digital tersebut.

Dengan adanya “LINKAJA” pembaruan fitur dari TCASH, dengan sebuah layanan keuangan dompet digital *e-wallet* Telkomsel anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia. “LINKAJA” yang diluncurkan pada 30 Juni 2019. “LINKAJA” merupakan penggabungan dari layanan keuangan elektronik milik PT Bank Mandiri dengan *e-cash*, PT Bank Negara Indonesia atau BNI dengan *unikqu*, dan PT Bank Rakyat Indonesia atau BRI dengan *t-bank*. Di mana nilai uang elektronik setara dengan jumlah dan nilai uang tunai yang telah disetorkan atau di transfer ke rekening “LINKAJA”. Jenis layanan “LINKAJA” Basic Service (isi saldo cash in / top up, pembayaran transaksi, pembayaran tagihan, fasilitas lain berdasarkan persetujuan bank Indonesia) dan Full Service (isi saldo cash in / top up, pembayaran transaksi, pembayaran tagihan, transfer dana, tarik

tunai, penyaluran dana pihak ketiga, fasilitas lain berdasarkan persetujuan bank indonesia). Dan masih banyak fitur layanan yang di sajikan di aplikasi “LINKAJA”.

Perusahaan “LINKAJA” yang berorientasi di bisnis berbasis digital tentunya menghasilkan suatu produk jasa untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Tetapi perusahaan harus, berhadapan dengan selera konsumen yang sering berubah-ubah dan tidak tentu pada saat ini. Maka dengan ini, perusahaan perlu melakukan strategi yang baik agar memenangkan persaingan bisnis ini. Pertahanan yang kuat dan meningkatkan reputasi perusahaan, dimana perusahaan harus bisa melihat serangan dan mengatasi dengan kekuatan yang dimiliki perusahaan.

Selain menerapkan strategi yang telah disusun sebelumnya oleh perusahaan, akan ada evaluasi untuk bersaing dengan posisi perusahaan yang sekarang sehingga penerapan strategi SWOT. Sehingga perusahaan dituntut untuk selalu melakukan inovasi strategi bersaing, dengan cara mencari kekuatan internal perusahaan dan kekuatan eksternal. Membaca situasi di lingkungan internal perusahaan, dengan melihat kekuatan dan kelemahan. Faktor internal perusahaan ditunjukkan dari kekuatan perusahaan dapat dilihat apakah perusahaan mempunyai produk berkualitas tinggi, sisi kelemahan perusahaan dapat dilihat apakah perusahaan tersebut mempunyai produk berkualitas rendah. Faktor eksternal perusahaan yaitu peluang dan ancaman peluang adalah keadaan dimana ada permintaan yang di inginkan oleh konsumen, sehingga perusahaan mengambil keuntungan dari kondisi yang terjadi. Ancaman adalah sebuah kondisi yang bersifat negatif terhadap perusahaan yang tidak dapat di prediksi perusahaan, sehingga mengganggu sebuah usaha ataupun keberlangsungan perusahaan.

Terkait dengan perkembangan usaha berbasis digital penulis ingin memilih “LINKAJA” di kota Malang sebagai objek penelitian. Melihat bidang usaha berbasis digital sedang ramai sehingga memerlukan sebuah

strategi yang efektif dan tepat sasaran yang harus dilakukan “LINKAJA” di kota Malang. Sehingga produk yang di tawarkan bisah bersaing di pasar dompet digital.

Dengan adanya ini perusahaan dapat menerapkan strategi yang dimiliki dengan melihat faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan untuk menentukan strategi yang akan digunakan oleh “LINKAJA” untuk memenangkan persaingan. Melihat pentingnya analisis SWOT untuk menentukan strategi, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul tentang. “Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Yang Efektif (Studi Pada “LINKAJA” Di Kota Malang)” .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakan penelitian sebelumnya maka dapat dirumuskan perumusan masalah: “Dari analisis SWOT untuk menentukan strategi yang efektif diterapkan oleh perusahaan sebagai upaya untuk menenentukan strategi”?.?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latarbelakan penelitian diatas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah;

1. Untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan “LINKAJA”.
2. Untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman pada “LINKAJA”.
3. Untuk mengidentifikasi SWOT dalam menetapkan strategi yang efektif
4. Untuk menganalisis strategi pada “LINKAJA”.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan yang diharapkan oleh penulis dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Diharapkan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan dayasaing LINKAJA.
2. Diharapkan dapat mengetahui peluang dan ancaman apa saja dalam dayasaing LINKAJA.
3. Diharapkan dapat mengetahui strategi yang efektif.
4. Diharapkan strategi yang digunakan dapat menjadi referensi perusahaan.
5. Hasil penelitian dapat digunakan bahan referensi dalam upaya mengembangkan hasil penelitian di lingkungan akademik.

Diharapkan dapat menambah ilmu, wawasan serta pengalaman menulis terutama yang berkaitan dengan analisis SWOT untuk menentuka strategi pada suatu perusahaan.