ANALISIS STATEGI YANG DILAKUKAN OLEH PT FINNET INDONESIA UNTUK MENJADI MARKET LEADER DI INDUSTRI E-PAYMENT
(Studi kasus PT Finnet Indonesia)

METODOLOGI PENELITIAN

Disusun oleh :
Dineke Kusumawati
1401140229

MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2017

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
DAFTAR ISI ii
DAFTAR GAMBAR iii

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1Gambaran Umum Objek Penelitian 1
1.1.1 Profil Perusahaan PT Finnet Indonesia 1
1.1.2 Visi dan Misi PT Finnet Indonesa 1
1.1.3 Logo dan Arti perusahaan 1
1.1.4 Struktur Organisasi PT Finnet Indonesia 2
1.2 Latar Belakang Penelitian 2
1.3 Perumusan Masalah 4
1.4 Pertanyaan Penelitian 4
1.5 Tujuan Penelitian 5
1.6 Manfaat Penelitian 5
1.7 Ruang Lingkup Penelitian 5

DAFTAR PUSTAKA 6
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Logo perusahaan PT Finnet Indonesia..... 1
GAMBAR 1.2 Struktur Organisasi PT Finnet Indonesia “data telah di oleh”..... 2
GAMBAR 1.3 Grafik jumlah transaksi e-Money pada tahun 2016 “data telah di olah”..... 3
GAMBAR 1.4 Grafik penggunaan e-Money pada tahun 2016 “data telah diolah”..... 3
GAMBAR 1.5 Grafik Jumlah trasaksi e-Money pada tahun sebelumnya “data telah diolah” 3
GAMBAR 1.6 Grafik volume transaksi e-Money pada tahun 2016 “data telah diolah”..... 3

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1Profil Perusahaan PT Finnet Indonesia

PT Finnet Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa Pembayaran Elektronik, e-money dan Remittance. Kegiatan usaha yang dilakukan PT. Finnet Indonesia adalah perdagangan barang dan jasa. PT Finnet Indonesia didirikan pada tanggal 31 Oktober 2005. PT Finnet Indonesia telah beroperasi selama 12 tahun. Kepemilikan PT. Finnet Indonesia adalah 60% dimiliki oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Cq, PT. Multimedia Nusantara) dan Yayasan Kesejahteraan Karyawan Bank Indonesia (PT cq. Mekar Prana Indah) sebesar 40%.

Fokus bisnis awal PT Finnet Indonesia adalah penyedia infrastruktur TI, aplikasi dan konten untuk melayani kebutuhan sistem informasi dan transaksi keuangan untuk industri perbankan dan jasa keuangan lainnya. Pada tahun 2006 merupakan tonggak sejarah dalam kegiatan usahanya mulai PT. Finnet Indonesia secara operasional. bekerjasama dengan Beberapa kemitraan dengan BNI untuk mengorganisir TelkomVision pembayaran online dengan Host system. PT. Finnet Indonesia Mulai membentuk portofolio produk dan memperluas kerjasama Beberapa mitra dan Memanfaatkan sinergi kerjasama Telkom Group. Tujuan membuat transaksi pembayaran PT Finnet Indonesia adalah mampu membawa produk dalam rangka menciptakan sistem pembayaran yang terintegrasi, dengan tujuan untuk memfasilitasi masyarakat dalam berbagai transaksi pembayaran elektronik, yang memiliki cakupan, aman dan sederhana.

1.1.2Visi dan Misi PT Finnet Indonesia

1.1.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi Penyelenggara Layanan Sistem Pembayaran Elektronik yang terkemuka di Indonesia dan Berskala Global.

1.1.2.2 Misi Perusahaan

Menyediakan Layanan Solusi Terpadu Transaksi Finansial Elektronik Aman dan terpercaya Untuk Sektor Keuangan dan Sektor Lainnya yang Berkaitan.

(*Annual Report Book* PT Finnet Indonesia 2016, 2017)

1.1.3Logo dan Arti Perusahaan

Gambar 1.1 Logo perusahaan PT Finnet Indonesia

Sumber **:** http://indigo.poteam.id/partner/detail/FINNET.html

1.1.5.1 Filosofi

Arti dari warna logo :

- Merah : Berani, Cinta Energi, Ulet
  Mencerminkan spirit kami untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dari perusahaan.
- Abu : Warna Transisi
  Melambangkan Teknologi.

1.1.5.2 Tagline

Electronic Payment Provider

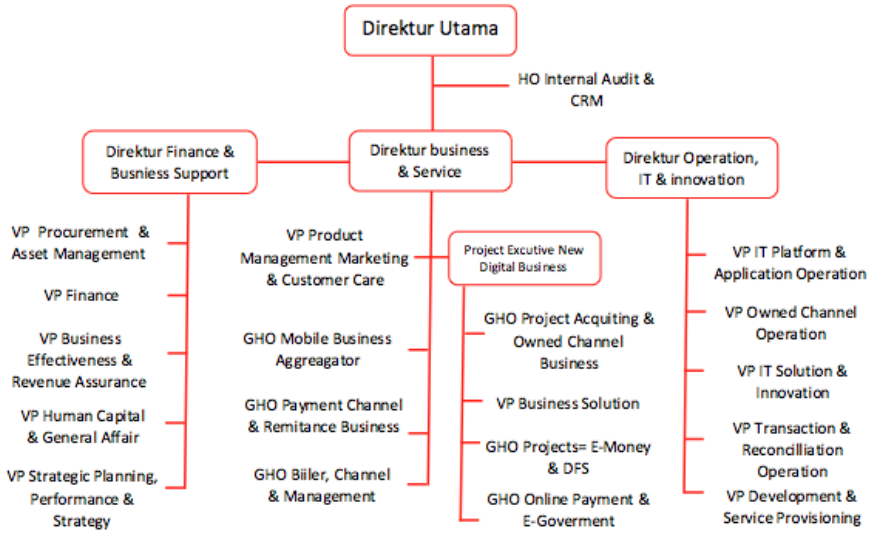
Yang bermakna "Penyedia Layanan Pembayaran Secara Electronik"

Dimana pesan yang ingin disampaikan adalah Finnet mampu memberikan solusi dan menyediakan jasa pembayaran elektronik.

1.1.5.3 Makna Logo

Mengacu pada filosofi *Telkom Corporate*, yaitu *Always The Best* – sebuah keyakinan dasar untuk memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang bisa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik. Dan pada akhirnya akan membawanya menjadi yang terbaik. (*Annual Report Book* PT. Finnet Indonesia 2016, 2017)

1.1.4Struktur Organisasi PT Finnet Indonesia



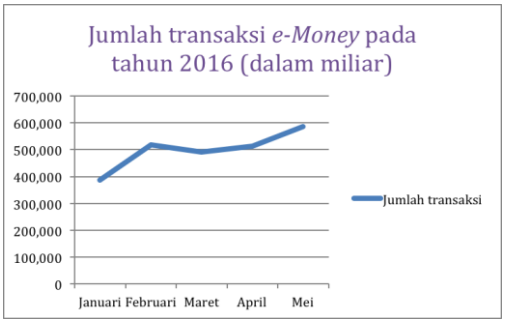
Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT Finnet Indonesia "data telah di oleh"

Sumber : Annual Report Book 2016

1.2latar Belakang Penelitian

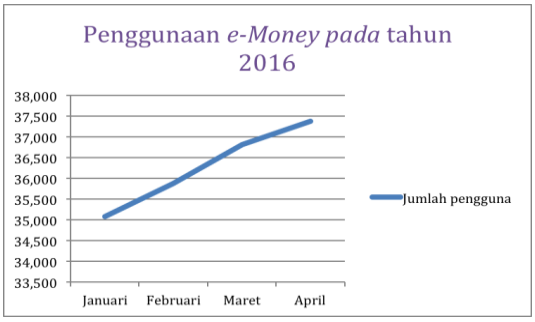
Bank Indonesia (BI) telah mencatat semakin banyaknya alat pembayaran *e-Money* atau *e-Payment* yang tersebar di seluruh Indonesia, ini menjunjukkan adanya peningkatan pesat dan persaingan ketat yang sudah mulai terjadi. Sampai saat ini telah terdaftar lebih dari 15 perusahaan penerbit yang bermain di layanan ini, diataranya BPD DKI Jakarta, Bank Mandiri,BCA, Telkom, Telkomsel, Bank Mega, Skye Sab Indonesia, Indosat, BNI, BRI, XL Axiata, Finnet, Artajasa,

CIMB Niaga, Nusa Satu Inti Artha (Doku), Smartfren Telecom, *MVCOMMERCE* Indonesia, dan Witami Tunai Mandiri (*Truemoney*). Berikut ini adalah data yang di dapatkan mengenai data pengunaan *e-Money* pada tahun 2016, jumlah transaksi *e-Money* pada tahun 2016, jumlah transaksi di tahun 2013, 2014 dan 2015 serta data volume transaksi *e-Money* pada tahun 2016. Terlihat bahwa terjadi kenaikan pada penggunaan *e-Money* pada tahun 2016, Jumlah transaksi *e-Money* di tahun sebelumnya dan volume transaksi pada tahun 2016. Pada data jumlah transaksi pada tahun 2016 mengalami peningkatan tetapi terjadi penurunan dibulan maret sebesar 27,198 miliar. (detikinet, 2016)



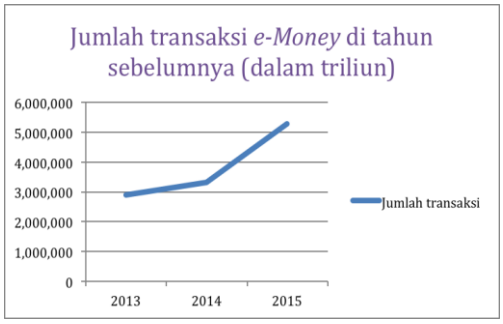
Gambar 1.3 Grafik jumlah transaksi e-Money pada tahun 2016 "data telah di olah"

Sumber : detikinet, 2016



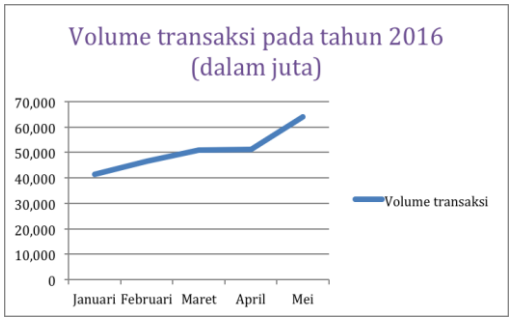
Gambar 1.4 Grafik penggunaan e-Money pada tahun 2016 "data telah diolah"

Sumber : detiknet, 2016



Gambar 1.5 Grafik Jumlah trasaksi e-Money pada tahun sebelumnya "data telah diolah"

Sumber : detiknet, 2016



Gambar 1.6 Grafik volume transaksi e-Money pada tahun 2016 "data telah diolah"

Sumber : detiknet, 2016

Bank Indonesia (BI) akan berencana merevisi peraturan Layanan Keuangan Digital (LKD) atau e-Money. Revisi itu berisi Bank Indonesia (BI) menginginkan bahwa para operator telekomunikasi tidak lagi memposisikan penjualan Layanan Keuangan Digital (LKD) atau e-Money sebagai unit bisnis mereka lagi tetapi harus dipisahkan dari perusahaan telekomunikasi agar dapat menjalankan seperti adanya peraturan perbankan.(mastel.id, 2015)

Dimulainya perdagangan bebas Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), Perusahaan Perusahaan dari negara ASEAN ini akan masuk dan berbisnis di Indonesia. Sehingga akan menambah peta persaingan di Indonesia. Maka Indonesia akan segera menuju ke dalam babak baru, menuju ke era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang dimulai pada akhir tahun 2015. Indonesia harus siap bersaing dengan negara lain seperti Thailand, Vietnam, Myanmar dan Kamboja. Sasmito mengatakan bahwa Pesaing yang harus diwaspadai adalah Negara Thailand karena produk produk dari negara Thailand sebagian besar serupa dengan indonesia. (liputan6, 2015)

Menurut Maman Hendarman Komisaris Utama PT. Finnet indonesia Finnet harus bersiap untuk tetap fokus kedepan pada Portofolio *Electonic Payment Platform* dan Portofolio *Online*

Payment Solution, selain itu juga harus diperhatikan sumber daya manusia untuk menghadapi peluang dan tantangan yang ada pada industri pembayaran elektronik yang menjadi bagian penting pertumbuhan bisnis di Indonesia. Selain itu beliau juga memaparkan bahwa melemahnya perekonomian global di Indonesia secara umum tetapi itu tidak begitu berpengaruh terhadap pertumnuhan ekonomi Indonesia karena lebih dari separuh nilai bruto produk domestik bruto (PDB) dipotong dari komisi domestik. Di tengah melambatnya ekonomi domestik, sektor telekomunikasi justru mencatat pertumbuhan yang cukup baik. Hal itu ditunjukkan oleh meningkatnya pengguna smartphone san layanan internet (komunikasi data). (*Annual Report Book* PT Finnet Indonesia 2016, 2017 : 14)

Kepedepannya PT Finnet Indonesia dalam mewujudkan visinya "Menjadi Penyelenggara Layanan Sistem Pembayaran Elektronik yang terkemuka di Indonesia dan Berskala Global" dan misinya "Menyediakan Layanan Solusi Terpadu Transaksi Finansial Elektronik Aman dan terpercaya Untuk Sektor Keuangan dan Sektor Lainnya yang Berkaitan" yang terlihat dari permasalahan yang ada untuk menjadikan PT Finnet Indonesia sebagai perusahaan yang menjadi *Market Leader* di industri *e-Payment* maka PT. Finnet Indonesia harus mengetahui model bisnis dan strategi apa yang seharusnya di terapkan pada perusahaan untuk kedepannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model bisnis apa yang digunakan oleh PT Finnet Indonesia kedepannya agar PT Finnet Indonesia dapat menjadi *Market Leader* di industry *e-payment* menggunakan analisis SWOT melalui *Business Model Canvas.* Menilai sebuah integritas secara keseluruhan model bisnis secara detail dari sebuah perusahaan itu penting karena itu dapat memperlihatkan bagaimana inovasi dan pembaharuan yang digunakan perusahaan untuk kedepannya.(Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012 : 216) Ada beberapa definisi mengenai pengertian model bisnis, satu diantaranya adalah *"Sebuah model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai."*(Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012:14) *Business model canvas* merupakan bagaimana sebuah perusahaan meningkatkan kekuatannya dalam sembilan komponen *building blocks*, diantaranya adalah *customer segments, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activites, key partnerships,* dan *cost structure* .(Osterwalder dan Yves prigneur, 2012 : 17) Cara yang paling efektif untuk melakukan analisa *business model canvas* adalah dengan menggunakan analisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) di dalamnya. (Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012 : 216)

1.3Perumusan Masalah

Strategi bisnis adalah suatu hal yang penting karena strategi bisnis dari sebuah perusahaan adalah penentu bagaimana perusahaan kedepannya. Dengan semakin ketatnya persaingan di industri *e-payment* dan beberapa faktor lainnya yang telah dipaparkan pada latar belakang penelitian maka peneliti berpendapat bahwa PT Finnet Indonesia harus menerapkan strategi baru untuk merespon permasalahan tersebut. Oleh karena itu perlu dilakukannya analisis bagaimana strategi yang seharusnya digunakan PT Finnet Indonesia untuk menjadi *market leader* di industry *e-Payment*..

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan deskripsi yang sudah dijelaskan sebelumnya pada latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka ini adalah pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Bisnis Model yang dilakukan oleh PT Finnet Indonesia?
2. Strategi apa yang digunakan PT Finnet Indonesia untuk meningkatkan value dalam rangka menjadi market leader di industri *e-payment*?

1.5Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menjawab permasalahan dari fenomena yang sudah ada. Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui model bisnis apa yang seharusnya digunakan oleh PT. Finnet Indonesia.
2. Untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh PT Finnet Indonesia dalam rangka menjadi market leader di industri *e-payment*.

1.6Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengharapkan penelitian ini dapat menghasilkan kegunaan dan manfaat baik secara teoritis maupun praktis yang berupa :

a. Teoritis
    1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna di bidang ilmu manajemen strategi.
    2. Diharapkan penelitian ini bis dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
    3. Untuk menambah informasi pengetahuan.
b. Praktis
    1. Sebagai sarana untuk menambah wawasan dalam menganalisis sebuah strategi perusahaan yang digunakan untuk kedepannya.
    2. Menjadikan sumber informasi yang bermanfaat untk perusahaan yang berkaitan.
    3. Sebagai sarana ilmu pengetahuan bagi peneliti.

1.7Ruang Lingkup Penelitian

Ruang Lingkup pada penelitian ini adalah :

1. Variable yang digunakan adalah strategi binis dari PT Finnet Indonesia untuk menjadi *market leader* di industry *e-Payment.*
2. Lingkup penelitian ini adalah untuk seluruh Indonesia karena target pasar dari PT Finnet Indonesia adalah wilayah Indonesia.
3. Penelitian pada PT Finnet Indonesia dilakukan pada tahun 2017.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyanti, Fiki. (2015, 1 Desember). Perdagangan Bebas ASEAN Dimulai, Ini Negara Pesaing Indonesia [online]. http://bisnis.liputan6.com/read/2379323/perdagangan-bebas-asean-dimulai-ini-negara-pesaing-indonesia [28 Februari 2017]

Annual Report Book PT Finnet Indonesia 2016. (2017). Struktur Organisasi. Jakarta : Finnet.

Annual Report Book PT Finnet Indonesia 2016. (2017). Laporan dewan komisaris. Jakarta : Finnet

Finnet (2017). Sekilas Perusahaan [online]. http://www.finnet-indonesia.com/home/corporate#sekilas-perusahaan [2 Maret 2017]

Finnet (2017). Visi & Misi [online]. http://www.finnet-indonesia.com/home/corporate#visi-misi [2 Maret 2017]

Mastel (2015, 11 Desember). Bagaimana Kabar Revisi Aturan eMoney? [online]. http://www.mastel.id/bagaimana-kabar-revisi-aturan-emoney/ [2 Maret 2017]

Noor, Achmad Rouzni (2016, 8 Juli). Bank Indonesia Catat Pertumbuhan Pesat e-Money [online]. http://inet.detik.com/business/d-3249623/bank-indonesia-catat-pertumbuhan-pesat-e-money [2 Maret 2017]

Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur (2012). *Business Model Generation.* Jakarta : Kompas Gramedia

LAMPIRAN

Table 1. Studi literatur

No	Judul penelitian	Penulis	Nama Jurnal, (beserta no Volume/Edisi dan halaman jika ada) Tahun dan penerbit	Perumusan Masalah	Metode/Teori yang digunakan	Variabel	Hasil Penelitian (Perumusan Masalah)	Persamaan	Perbedaan
1	*The business model in the practice of strategic decision making: insights from a case study*	Fredrik Hacklin and Maria Wallnofer	*Management Decision*, Vol. 50 Iss 2 pp. 166 - 188 (2012)	1. Bagaimana perspektif strategi sebagai praktek dan untuk mengeksplorasi implikasi dan keterbatasan menerapkan model bisnis sebagai perangkat strategi?	Menggunakan pendekatan kualitatif. Menggunakan analisis model bisnis.	*Variable : Business model, Strategic decision making.*	Memberikan kontribusi untuk memahami implikasi dan keterbatasan menggunakan kerangka model bisnis sebagai perangkat strategi	Sama-sama bertujuan untuk mengetahui model binis apa yang akan digunakan kedepannya.	Terletak pada objek yang di teliti. Objek yang diteliti adalah PT Finnet Indonesia.
2	*Strategic planning and foresight: the case of Smart Specialisation Strategy in Tuscany*	Emanuele Fabbri	*Foresight*,Vol. 18 Iss 5 pp. 491 - 508 (2016)	1. Metode apa yang digunakan untuk keputusan strategis perencanaan dalam administrasi publik?	Menggunakan pendekatan kualitatif. Mulai dari kontribusi literatur utama di Daerah Sistem Inovasi, pandangan ke depan dan proses pengambilan keputusan, metodologi inovatif telah diuraikan untuk perencanaan	*Variable : Strategic planning and foresigh, Smart Specialisation Strategy.*	Memperkenalkan skema metodologis yang inovatif untuk keputusan strategis perencanaan dalam administrasi publik, berdasarkan pandangan ke depan, roadmapping dan proses partisipasi yang besar.	Sama-sama bertujuan untuk perencanaan strategis yang digunakan kedepannya.	Terletak pada objek yang di teliti. Objek yang diteliti adalah PT Finnet Indonesia.

					strategis, berdasarkan inovasi dan proses partisipasi yang besar.				
3	*Sustainability as corporate mission and strategy*	Tore Mysen	*European Business Review*, Vol. 24 Iss 6 pp. 496 - 509 (2012)	1. Bagaimana sebuah perusahaan mengimplementasikan misi dan strateginya secara berkelanjutan?	Menggunakan pendekatan kualitatif. *The eden project strategy*.	*Variable : Corporate mission and strategy*	Pengimplementasian sebuah misi dan strategi perusahaan secara berkelanjutan untuk mempromosikan managemen CSRnya	Sama-sama bertujuan untuk mengiplementasikan misi dari sebuah perusahaan yang bertujuan untuk strategi perusahaan berkelanjutan.	Terletak pada objek yang di teliti. Objek yang diteliti adalah PT Finnet Indonesia.
4	*Strategic management model with lens of knowledge management and competitive intelligence*	Muhammad Shujahat and Saddam Hussain	*VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, Vol. 47 Iss 1 pp. 55 - 93 (2016)	1. Bagaimana pengetahuan dan kecerdasan, melalui manajemen pengetahuan dan kecerdasan kompetitif, masing-masing, dapat digunakan dalam cara yang sinergis dan terpisah di setiap tahap proses manajemen strategis? 2. Apa pandangan holistik dan terpadu dan implikasi untuk manajemen pengetahuan dan fungsi intelijen kompetitif dan strategi dari masing-masing tahap proses manajemen strategis dan sebaliknya?	Menggunakan pendekatan kualitatif. Strategic management model of Fred David.	*Variable : Strategic management model, knowledge management and competitive intelligence*	Hasil dari penelitian ini untuk membahas penggunaan sinergis dan pembeda dari pengetahuan dan kecerdasan, melalui manajemen pengetahuan dan kecerdasan kompetitif, dalam setiap tahap dari proses manajemen strategi.	Sama-sama bertujuan untuk menganalisa proses managemen strategi yang digunakan.	Terletak pada objek yang di teliti. Objek yang diteliti adalah PT Finnet Indonesia.

5	*Knowledge strategy and business model conditions for sustainable growth of SMEs*	JinHyo Joseph Yun, WooYoung Jung and JeongHo Yang	*Journal of Science & Technology Policy Management*, Vol. 6 Iss 3 pp. 246 - 262 (2015)	1. Mengapa beberapa perusahaan tumbuh secara berkelanjutan dan lainnya menghilang dalam jangka pendek?	Menggunakan pendekatan kualitatf. Menggunakan analisis model bisnis dan pengetahuan stategi.	*Variable : Knowledge strategy and business model, Sustainable growth*	Untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi pertumbuhan berkelanjutan dari sebuah perusahaan.	Sama-sama bertujuan untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi strategi berkelanjutan yang akan digunakan.	Terletak pada objek yang di teliti. Objek yang diteliti adalah PT Finnet Indonesia.