

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>10</b>
<b>1.3 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.6 Lingkup Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.7 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>13</b>
<b>BAB II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>16</b>
2.1.1 Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	17
2.1.2 Lingkungan Internal Perusahaan.....	29
<b>2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>38</b>
<b>2.3 Kerangka Penelitian.....</b>	<b>40</b>
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
<b>3.1 Desain Penelitian .....</b>	<b>42</b>
<b>3.2 Sumber Data .....</b>	<b>44</b>
<b>3.3 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>46</b>
3.3.1 Observasi Non Perilaku (Record Analysis) .....	47

3.3.2 Wawancara Mendalam.....	47
<b>3.4 Instrumen penelitian .....</b>	<b>49</b>
<b>3.5 Metode Analisis Data .....</b>	<b>49</b>
3.5.1 Analisis Lingkungan Eksternal .....	51
3.5.2 Analisis Lingkungan Internal .....	53
3.5.3 Analisis Strategi Bersaing .....	54
<b>3.6 Profil Perusahaan.....</b>	<b>55</b>
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
<b>4.1 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan</b> Error! Bookmark not defined.	
4.1.1 Analisis Lingkungan Makro Perusahaan (PESTEL).....	57
4.1.2 Analisis Kekuatan Industri (Porter’s Five Forces).....	86
<b>4.2 Analisis Lingkungan Internal Perusahaan .....</b>	<b>116</b>
<b>4.3 Analisis Strategi Bersaing Perusahaan .....</b>	<b>133</b>
4.3.1 Analisis SWOT .....	133
4.3.2 Analisis Five Generic Competitive Strategy.....	142
<b>BAB V. SIMPULAN .....</b>	<b>145</b>
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>145</b>
<b>5.2 Implikasi.....</b>	<b>151</b>
<b>5.3 Keterbatasan.....</b>	<b>152</b>
<b>5.4 Saran.....</b>	<b>152</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>154</b>
<b>LAMPIRAN I. PANDUAN WAWANCARA .....</b>	<b>160</b>
<b>LAMPIRAN II. TRANSKRIP WAWANCARA.....</b>	<b>164</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Aplikasi Keuangan Gratis Paling Populer pada Play Store.....	7
Tabel 1.2 Koleksi Aplikasi Keuangan Gratis Paling Populer Pada App Store 2023).....	7
Tabel 2.1 Kajian penelitian sebelumnya terkait strategi bersaing.....	39
Tabel 3.1 Faktor Analisis PESTEL.....	52
Tabel 3.2 Faktor Analisis Kekuatan Industri.....	53
Tabel 3.3 Analisis VRIO.....	54
Tabel 4.1 Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Umur atau Generasi.....	74
Tabel 4.2 Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Sebaran Pulau Hingga Tahun 2024.....	74
Tabel 4.3 Berbagai Macam Aktivitas Cybercrime dan Cyberattack.....	76
Tabel 4.4 Perusahaan Dompot Digital yang Memfasilitasi Judi Online.....	78
Tabel 4.5 Hasil Analisis PESTEL PT Dompot Digital Indonesia.....	86
Tabel 4.6 Perbandingan Fitur dan Layanan Aplikasi PT Dompot Digital Indonesia dengan Kompetitor Utama.....	89
Tabel 4.6 Perbandingan Fitur dan Layanan Aplikasi PT Dompot Digital Indonesia dengan Kompetitor Utama (Lanjutan).....	90
Tabel 4.7 Peringkat Aplikasi PT Dompot Digital Indonesia dan Kompetitor Utama.....	92
Tabel 4.8 Ukuran Aplikasi PT Dompot Digital Indonesia dan Kompetitor.....	93
Tabel 4.9 Perbandingan Nilai Valuasi PT Dompot Digital Indonesia dengan Kompetitor.....	93
Tabel 4.10 Perbandingan Kualitas Fitur Aplikasi PT Dompot Digital Indonesia dengan Kompetitor.....	95
Tabel 4.11 Perbandingan Biaya Beberapa Layanan atau Harga Produk PT Dompot Digital Indonesia dan Kompetitor.....	96
Tabel 4.12 Hasil Analisis <i>Porter's Five Forces</i> PT Dompot Digital Indonesia.....	116
Tabel 4.13 Hasil Analisis VRIO PT Dompot Digital Indonesia.....	133
Tabel 4.14 Pembobotan SWOT Peluang dan Ancaman Perusahaan.....	138



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Analisis Strategi Bersaing PT Dompot Digital Indonesia menjadi Market Leader di Industri Dompot Digital Indonesia**

Winni Septiani Lubis, Prof. Wakhid Slamet Ciptono, M.B.A., M.P.M., Ph.D.

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Tabel 4.15 Pembobotan SWOT Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan.....139

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Penggunaan Dompot Digital Indonesia dari tahun 2020 hingga 2023.....	2
Gambar 1.2 Persentase Penggunaan Metode Pembayaran di Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Dompot Digital dengan Frekuensi Penggunaan Paling Tinggi di Indonesia.....	8
Gambar 1.4 Jumlah Unduh dan Peringkat Lima Besar Dompot Digital.....	9
Gambar 2.1 Proses mengembangkan strategi bersaing perusahaan.....	17
Gambar 2.2 Komponen Lingkungan Eksternal Perusahaan.....	17
Gambar 2.3 Analisis <i>Porter's Five Forces</i> .....	22
Gambar 2.4 Analisis VRIO.....	31
Gambar 2.5 Analisis SWOT.....	34
Gambar 2.6 Five Generic Competitive Strategies.....	37
Gambar 2.7 Kerangka Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Trend inflasi Indonesia dari 2024 hingga 2025.....	63
Gambar 4.2 Pergerakan suku bunga BI dari Feb 2024 hingga Jan 2025.....	65
Gambar 4.3 Trend GMV Ekonomi internet Indonesia.....	66
Gambar 4.4 Jumlah Penduduk Indonesia (Juta Jiwa) dari Tahun 1961 – 2040.....	66
Gambar 4.5 Sebaran Jumlah Penduduk Indonesia berdasarkan Umur pada Tahun 2024.....	67
Gambar 4.6 Jumlah Angkatan Kerja dan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Indonesia.....	68
Gambar 4.7 Persentase Literasi Keuangan 2024 Berdasarkan Kelompok Umur....	70
Gambar 4.8 Persentase Literasi Keuangan 2024 Berdasarkan Kelompok Pekerjaan.....	70
Gambar 4.9 Indeks Literasi Digital Indonesia.....	71
Gambar 4.10 Sebaran Pengguna Layanan Fintech berdasarkan Kelompok Usia....	72
Gambar 4.11 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia (2016-2024).....	73
Gambar 4.12 Median Kecepatan Internet di Negara ASEAN.....	75
Gambar 4.13 Jenis Kecerdasan Buatan yang Digunakan Perusahaan.....	80

Gambar 4.14 Perusahaan yang memiliki Laporan Environmental, Social, and Governance (ESG) (n=131).....	82
Gambar 4.15 Kegiatan ESG yang dilakukan perusahaan (n=131).....	83
Gambar 4.16 Ulasan Pengguna Terkait Kualitas Aplikasi.....	94
Gambar 4.17 Persentase Penggunaan Metode Pembayaran di Indonesia pada E-Commerce.....	102
Gambar 4.18 Metode Pembayaran Paling Sering digunakan saat Membayar Makanan.....	103
Gambar 4.19 Tampilan aplikasi BNI.....	104
Gambar 4.20 Tampilan aplikasi Livin' by Mandiri.....	105
Gambar 4.21 Ulasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital pada Play Store.....	112
Gambar 4.22 Sebaran Pangsa Pasar Perusahaan Fintech Tahun 2024.....	114
Gambar 4.23 Sebaran Segmen Pengguna Layanan Fintech tahun 2024.....	114
Gambar 4.24 Sebaran Jumlah Penghasilan Angkatan kerja Indonesia tahun 2024.....	115
Gambar 4.25 Contoh Edukasi Perusahaan kepada Pengguna Lewat Media Sosial.....	130
Gambar 4.26 Komentar Pengguna terhadap Konten Edukasi Perusahaan di Instagram.....	131
Gambar 4.27 Analisis SWOT PT Dompot Digital Indonesia.....	141

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Panduan Wawancara.....	160
Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	164