

Bimonthly Brief

Struktur Pasar *Fintech E-Wallet* di Indonesia

Kimberly Tanos – Asisten Peneliti INDEF (Center of Innovation and Digital Economy)

Nur Komaria – Peneliti INDEF (Center of Innovation and Digital Economy)

Latar Belakang

Layanan keuangan semakin beragam jenisnya seiring dengan semakin berkembangnya inovasi dan penggunaan teknologi dalam industri keuangan, yang salah satunya adalah Teknologi Finansial atau *Financial Technology (fintech)*. Menurut ADB Institute (2019), *fintech* tumbuh karena erat kaitannya dengan perkembangan teknologi informasi yang mempermudah distribusi layanan keuangan.

Berdasarkan data dari Statista (2020), Indonesia merupakan negara tertinggi ke-4 dengan pengguna internet terbanyak. Data dari Survey Asosiasi Pengembangan Jasa Internet Indonesia (APJIII) pada tahun 2018 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki jumlah pengguna internet aktif yang mencapai 171,17 juta pengguna atau 64,8 persen dari jumlah penduduk 264,16 juta orang. Selain itu, pengguna internet terbesar berasal dari kelompok usia 15-19 dengan 91 persen, dan terbesar kedua di kelompok umur 20-24 dengan 88,5 persen.

Kelompok ini yang akan siap untuk menyerap digitalisasi. Selain itu, pada tahun 2024 sebanyak 190 juta orang Indonesia diproyeksikan akan belanja secara *online*. Ketiga fakta di atas merupakan faktor-faktor pendorong berkembangnya perusahaan *fintech*.

Salah satu sektor *fintech* yang berkembang pesat adalah *fintech* pembayaran atau dikenal sebagai dompet digital (*e-wallet*). Definisi *e-wallet* menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran. Saat ini sudah terdapat 42 perusahaan yang terdaftar sebagai penyedia layanan *e-wallet*.

Perkembangan dalam sektor *e-wallet* mendorong penyedia layanan *e-wallet* dalam berinovasi melalui integrasi dengan platform transportasi online, *e-commerce*, dan platform-platform digital lainnya. Pada tahun 2017, OVO melakukan

kolaborasi dengan GrabPay dan Tokopedia beserta 500.000 *merchant* lainnya sehingga perusahaan tersebut kini memiliki pangsa pasar terbesar di Indonesia. Sementara itu, Go-pay milik Gojek juga merupakan salah satu *e-wallet* yang populer di Indonesia (iPrice Group & App Annie 2020). Gojek yang berawal dari 3 fitur yaitu GoRide, GoSend dan Gomart pada 2015 kini telah berkembang menjadi 20 fitur. Semua fitur ini terintegrasi dengan sistem pembayaran *e-wallet* GoPay. Selain itu, GoPay juga terus melakukan inovasi dan terhubung dengan *merchant* ternama seperti Watson Indonesia, Alfamart, FamilyMart dan masih banyak warung pintar lainnya. Dalam perjalanannya, Gojek juga mengakuisisi 3 perusahaan *fintech* yaitu Kartuku, Midtrans dan Mapan pada 2017 yang mendukung berkembangnya GoPay dengan pesat.

Berkembangnya layanan *e-wallet* di Indonesia berpengaruh terhadap konsentrasi pasar persaingan *e-wallet*. Sehingga, struktur pasar *e-wallet* berpotensi hanya menguntungkan beberapa penyedia layanan terbesar. Hal ini patut menjadi perhatian karena harus dipastikan bahwa tidak terjadi pemusatan kekuasaan oleh suatu kelompok pelaku usaha yang menimbulkan persaingan usaha tidak sehat.

Dengan adanya potensi persaingan usaha tidak sehat dalam sektor *e-wallet*, INDEF melakukan kajian yang bertajuk 'Struktur Pasar *Fintech E-wallet* di Indonesia' dengan tujuan melihat struktur pasar dan mengevaluasi dampaknya pada persaingan usaha industri *e-wallet* di Indonesia.

Jenis-jenis Struktur Pasar

Pasar didefinisikan sebagai titik temu antara penjual dan pembeli untuk transaksi barang atau jasa. Menurut Rizkyanti (2009), struktur pasar merupakan suatu keadaan pasar yang dapat memberikan informasi tentang aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku usaha dan kinerja pasar. Struktur pasar dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 1: Struktur pasar dan karakteristiknya

Struktur pasar	Karakteristik
Persaingan sempurna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak penjual dan pembeli 2. Perusahaan merupakan penerima harga (<i>price taker</i>) 3. Hambatan masuk atau keluar pasar rendah (<i>low barriers to entry and exit</i>) 4. Ketersediaan informasi yang lengkap tentang pasar
Persaingan monopolistik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak penjual dan pembeli 2. Barang produksi terdiferensiasi 3. Produsen memiliki sedikit kekuatan untuk menentukan harga 4. <i>Low barriers to entry and exit</i>
Oligopoli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Barang standar / terdiferensiasi 2. Pelaku usaha saling merespon lawannya 3. Terdapat kompetisi non harga
Monopoli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satu produsen di dalam pasar 2. Tidak memiliki barang pengganti yang mirip 3. Hambatan yang tinggi bagi perusahaan lain untuk masuk ke dalam pasar 4. Produsen merupakan penentu harga (<i>price maker</i>)

Sumber: Marliani (2017)

Pangsa Pasar *Fintech E-Wallet*

Per tahun 2019, ada sebanyak 42 perusahaan *e-wallet* yang mendapatkan lisensi resmi dari Bank Indonesia.

Tabel 2: Perusahaan produk *e-wallet*

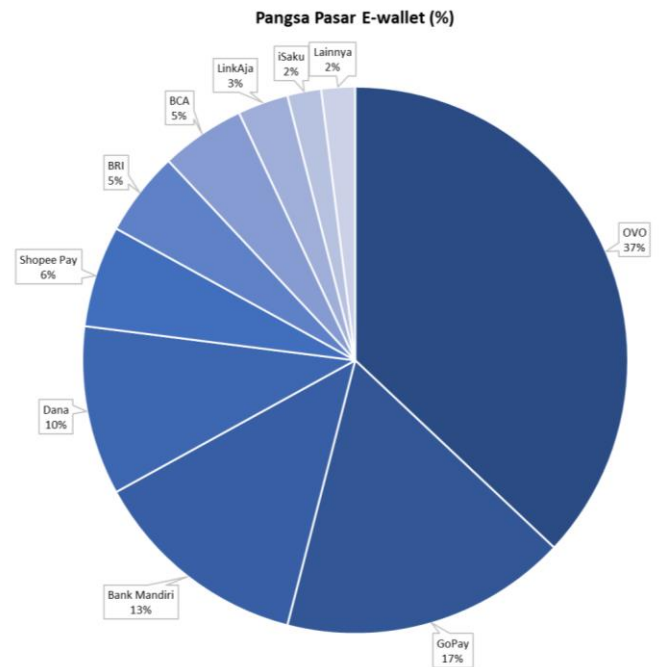
No.	Nama Perusahaan	Nama Produk <i>E-Wallet</i>
1	PT Artajasa Pembayaran Elektronik	MYNT E-Money
2	PT Bank Central Asia Tbk	Sakuku
3	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel
4	PT Bank DKI	Jakarta One (JakOne)
5	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri e-Cash
6	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual
7	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	UnikQu
8	PT Bank Nationalnobu	Nobu e-Money
9	PT Bank Permata	BBM Money
10	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	T bank

11	PT Finnet Indonesia	Finpay Money (d/h Mobil e Cash)
12	PT Indosat, Tbk	IMkas (d/h PayPro d/h Dompetku)
13	PT Nusa Satu Inti Artha	DokuPay
14	PT Skye Sab Indonesia	Skye Mobile Money
15	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	Flexy Cash
16	PT Telekomunikasi Selular	T-Cash
17	PT XL Axiata, Tbk	XL Tunai
18	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku
19	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)	Gopay
20	PT Witami Tunai Mandiri	Truemoney
21	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana (d/h Unik)
22	PT Bank QNB Indonesia Tbk	Dooet
23	PT Buana Media Teknologi	Gudang Voucher
24	PT Bimasakti Multi Sinergi	Speed Cash
25	PT Visionet Internasional	OVO Cash
26	PT Inti Dunia Sukses	iSaku
27	PT Veritra Sentosa Internasional	Paytren
28	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro (d/h PayU)
29	PT Bluepay Digital Internasional	Bluepay Cash
30	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink
31	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar
32	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT
33	PT Airpay International Indonesia	SHOPEEPAY
34	PT Bank Sinarmas Tbk	Simas E-Money
35	PT Transaksi Artha Gemilang	OttoCash
36	PT Fintek Karya Nusantara	LinkAja
37	PT Max Interactives Technologies	Zipay
38	PT Sarana Pactindo	PACCash
39	PT Datacell Infomedia	PAYDIA
40	PT Netzme Kreasi Indonesia	Netzme
41	PT Bank BNI Syariah	Hasanahku
42	PT MNC Teknologi Nusantara	Spinpay

Sumber: Bank Indonesia (2020)

Data dari Bank Indonesia (BI) menunjukkan bahwa pangsa pasar OVO mencapai 37% dari total transaksi dompet digital Rp 56,1 triliun di Indonesia selama Semester 1 2019. Artinya, transaksi OVO mencapai Rp 20,8 triliun. Sedangkan, pasar Gopay hanya 17% atau Rp 9,5 triliun. Penyedia dompet digital lain, yaitu DANA dan LinkAja masing-masing berkontribusi 10% dan 3% (Katadata 2019).

Figur 1: Pangsa pasar e-wallet



Sumber: Walfajri (2019)

Analisa Struktur Pasar

Analisa struktur pasar *e-wallet* dalam kajian ini menggunakan metode Rasio Konsentrasi atau *Concentration Ratio* (CR_4) yang menjadi salah satu alat ukur yang digunakan oleh KPPU untuk mengukur tingkat kompetisi dalam suatu industri. CR_4 adalah total pangsa pasar dari 4 firma terbesar di dalam suatu pasar (Kvålseth 2018). CR_4 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CR_4 = \sum_{i=1}^4 S_i$$

Di mana S_i merupakan pangsa pasar dari perusahaan ke- i dan CR_4 merupakan total pangsa pasar dari 4 perusahaan terbesar. Dalam

menghitung pangsa pasar bisa digunakan perhitungan aset maupun penjualan.

Tabel 3 merangkum interval dari CR₄ yang dapat menjadi acuan untuk menilai struktur pasar. Persaingan sempurna memiliki CR₄ yang mendekati angka 0%. Sebaliknya, jika CR₄ mendekati angka 100%, maka struktur pasar semakin dekat ke monopoli.

Tabel 3: Tipe pasar berdasarkan CR₄

Tipe Pasar	Kondisi Utama
Monopoli Murni	CR ₁ > 90 % (CR ₄ → 100 %)
Oligopoli ketat	CR ₄ > 60%
Oligopoli longgar	60% > CR ₄ > 40%
Persaingan murni; persaingan monopolistik	CR ₄ < 40%

Sumber: KPPU (2011)

Perhitungan CR₄ untuk pasar *e-wallet*:

$$\begin{aligned}
 CR_4 &= S1 + S2 + S3 + S4 \\
 &= 37\% + 17\% + 13\% + 10\% \\
 &= 77\%
 \end{aligned}$$

Di mana,

S1: OVO

S2: Go-Pay

S3: Bank Mandiri

S4: DANA

Perhitungan CR₄ pasar *e-wallet* menunjukkan bahwa 77% pangsa pasar industri tersebut dikuasai oleh OVO, GoPay, Bank Mandiri dan DANA. Berdasarkan indikator dari KPPU, struktur pasar *e-wallet* mengarah ke pasar oligopoli ketat. Artinya, pasar tersebut terkonsentrasi kepada empat perusahaan terbesar dan berpotensi memiliki pemusatan kekuatan pasar. Dengan CR₄ sebesar 77%, ada risiko bahwa 4 perusahaan tersebut dapat mempengaruhi harga dan merugikan pemain-pemain lainnya dan konsumen *e-wallet*.

Dalam struktur pasar oligopoli ketat, terdapat potensi terjadinya *predatory pricing* di mana suatu

perusahaan menurunkan harga agar memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, namun direspon dengan penurunan harga oleh perusahaan-perusahaan lainnya. Sehingga, perusahaan lainnya yang lebih kecil pangsa pasarnya tidak dapat bertahan.

Selanjutnya, oligopoli juga berpotensi merugikan konsumen. Ketika perusahaan-perusahaan lainnya sudah gulung tikar dan pasar sepenuhnya sudah dikuasai oleh empat besar, maka mereka berpotensi untuk menaikkan harga.

Implikasi

Kesejahteraan yang optimum (*welfare state*) sebuah negara dapat dicapai dalam pasar kompetitif sempurna, ketika tidak ada kerugian bobot mati (*deadweight loss*) dalam pasar. Artinya pasar berjalan secara efisien dengan kondisi surplus konsumen dan produsen yang tidak berkurang atau hilang (Murti 2004).

Salah satu dampak oligopoli adalah pasar yang menjadi tidak efisien, yang artinya kesejahteraan optimum tidak tercapai. Ketika perusahaan-perusahaan di pasar oligopoli yang tak di regulasi menaikkan harga di atas biaya marginal, maka kuantitas dari produk akan turun. Sehingga pasar dengan struktur oligopoli akan menimbulkan *deadweight loss* karena adanya kehilangan surplus produsen dan konsumen dari adanya transaksi yang tak terealisasikan.

Jika terjadi oligopoli yang bersifat kolusif, maka suatu kelompok produsen dapat mengontrol produksi dan harga. Dampaknya adalah mereka dapat memperoleh posisi monopoli, sehingga mereka dapat memperoleh keuntungan di atas level yang wajar. Hal ini dilarang Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat karena dapat merugikan konsumen dan pelaku usaha-usaha lain yang lebih kecil.

Rekomendasi Kebijakan

Dikarenakan indikasi adanya oligopoli ketat di pasar *e-wallet*, diperlukan kebijakan-kebijakan yang memastikan bahwa persaingan usaha yang sehat tetap terjaga dan konsumen tetap terlindungi. Harus ada kebijakan yang mendorong pelaku-pelaku usaha baru untuk masuk ke pasar *e-wallet* dan berkembang karena dibutuhkannya pemain yang lebih banyak agar kompetisi menjadi lebih sehat. Karena itu, kami merekomendasikan tiga kebijakan:

1. Memasukkan *e-wallet* sebagai daftar positif investasi untuk menarik minat pemain baru.
2. Mempercepat revisi undang-undang anti-monopoli dengan memasukkan unsur-unsur ekonomi digital seperti perlindungan data.
3. Memperjelas definisi pasar *e-wallet* agar ada alat standar yang konsisten untuk keperluan pengukuran konsentrasi pasar dan persaingan usaha.

Referensi

ADB Institute 2019, *Central bank digital currency and fintech in Asia*, Asian Development Bank Institute, Asian Development Bank Institute, Tokyo.

APJII 2018, *Penetrasi & profil perilaku pengguna internet Indonesia*, APJII, retrieved 31 August 2020, <<https://apjii.or.id/survei>>.

Bank Indonesia 2020, *Informasi perizinan penyelenggara dan pendukung jasa sistem pembayaran*, Bank Indonesia, retrieved 25 Agustus 2020, <<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Contents/Default.aspx>>.

Gojek 2020, *Gojek cementing its leadership in Indonesia's fast-growing payments market*, Gojek, retrieved September 1 2020, <<https://www.gojek.com/blog/gojek/go-jek-cementing-its-leadership-in-indonesias-fast-growing-payments-market/>>.

Iprice Group & App Annie 2020, *E-wallet terbaik di Indonesia*, Iprice Group, retrieved 1 September 2020, <<https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>>.

Katadata 2019, 'Persaingan bisnis dompet digital makin ketat dan mengerucut', *Katadata*, 7 Oktober, retrieved 24 Agustus 2020, <<https://katadata.co.id/yuliawati/digital/5e9a4e6b92155/persaingan-bisnis-dompet-digital-makin-ketat-dan-mengerucut>>.

KPPU 2011, *Jurnal Persaingan Usaha*, Komisi Pengawas Persaingan Usaha, retrieved 27 Agustus 2020, <https://www.kppu.go.id/docs/jurnal/JURNAL_5_2011_ok.pdf>.

Kvålseth, T 2018, 'Relationship between concentration ratio and Herfindahl-Hirschman index: A re-examination based on majorization theory', *Heliyon*, vol. 4, no. 10, doi:10.1016/j.heliyon.2018.e00846

Marliani, L 2017, 'Analisis struktur pasar industri perbankan syariah di Indonesia tahun 2015', *Lembaga Penelitian, Pengembangan Pembelajaran & Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, retrieved 25 Agustus 2020, <<https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/874>>.

Murti, B 2004, 'Intervensi pemerintah di sektor kesehatan: regulasi monopoli-oligopoli', *Jurnal Manajemen Pelayanan Kesehatan*, vol. 7, no. 1, retrieved 27 Agustus 2020, <<https://jurnal.ugm.ac.id/jmpk/article/view/2883>>.

Rizkyanti, A, 2010, 'Analisis struktur pasar industri karet dan barang karet periode tahun 2009', *Media Ekonomi*, vol. 18, no. 2, retrieved 23 Agustus 2020, <<https://media.neliti.com/media/publications/52766-ID-analisis-struktur-pasar-industri-karet-d.pdf>>.

Statista 2020, *Internet Usage in Indonesia*, Statista, retrieved September 1, <<https://www.statista.com/topics/2431/internet-usage-in-indonesia/>>.

Walfajri 2019, 'Data BI: OVO menjadi pemimpin pasar uang elektronik', *Kontan*, 24 September, retrieved 26 Agustus 2020, <<https://keuangan.kontan.co.id/news/data-bi-ovo-menjadi-pemimpin-pasar-uang-elektronik?page=all>>.

INDEF

Jl. Batu Merah No. 45

Pejaten Timur, Pasar Minggu
Jakarta, Indonesia 12510

Email: indef@indef.or.id

No. Telp: +62217901001