



Peningkatan Performa Pengelolaan Aplikasi Pencari Jodoh di Indonesia

Richard Andrew

Universitas Tarumanagara

Alamat: Jalan Tanjung Duren Utara 1, Jakarta

Korespondensi penulis: richarda@fe.untar.ac.id*

Abstract. *Mobile applications for dating or dating-apps are one of plenty alternatives to increase the probability of matching between men and women. Recent numerous data showed that there are temporary slowdown for marriages. If these things continue in several years ahead, it might decreasing the chance of the country to maintain the demographics bonuses as one of country wellknown competitive advantages. However, the usage of dating-apps to enhance the chance of matching still unfamiliar within several people in this country. The research objective is to enhance the dating apps performance through its management. The research is using literature study as the main method. The findings show several ways to develop the dating apps performances and these include the addition of new crowdsourcing method, new product features, the product safety enhancer and the market development. This three findings might implied the dating apps manager should review and evaluate their apps periodically to maintain their beneficiaries.*

Keywords: *Management, Dating Mobile Applications, Application management*

Abstrak. Aplikasi pencari jodoh dicari oleh banyak pria dan wanita sebagai solusi untuk penurunan angka pernikahan dan ini jika berkepanjangan dapat berimplikasi juga pada penurunan jumlah natalitas yang merupakan salah satu daya tarik negara sebagai bangsa yang memiliki jumlah penduduk besar. Akan tetapi sejumlah aplikasi yang belum terlalu familiar dan tingkat pengelolaan dari aplikasi ini yang masih dapat disempurnakan mendorong tim peneliti untuk menemukan cara meningkatkan performa aplikasi pencari jodoh di Indonesia. Adapun untuk tujuan tersebut, metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi literasi. Dari hasil penelitian ini ditemukan sejumlah cara untuk meningkatkan pengelolaan aplikasi pencari jodoh yakni sistem *crowdsourcing*, penambahan fitur produk, peningkatan keamanan produk dan perluasan pasar produk. Implikasi dari temuan tersebut adalah bahwa peningkatan performa dari aplikasi pencari jodoh dapat memungkinkan jika dievaluasi secara berkala.

Kata kunci: Manajemen, Aplikasi Seluler Kencan, Manajemen aplikasi

LATAR BELAKANG

Menurut Castro & Barrada (2020) kepopuleran aplikasi pencari jodoh mengubah cara orang untuk bertemu dan berinteraksi dengan pasangan potensial. Bonilla-Zorita et al (2021) mengafirmasi dari riset mereka bahwa penggunaan yang berpotensi bermasalah pada aplikasi pencari jodoh cenderung langka. Kedua penelitian tersebut menjadi faktor pertumbuhan aplikasi pencari jodoh terutama setelah pandemi membatasi pergerakan banyak orang sehingga mau tidak mau harus bekerja dari rumah dan bagi mereka yang sudah berumah tangga mendapatkan keturunan pada masa tersebut sebaliknya bagi mereka yang belum menghadirkan rasa sepi yang bertambah sehingga pengguna aplikasi pencari jodoh cenderung meningkat setelah pandemi.

Perkembangan aplikasi pencari jodoh ini dilihat sebagai momentum bukan hanya bagi para pencari jodoh tetapi juga bagi tim pemasaran (Rita et al, 2021). Hal ini kemungkinan karena Generasi Z berbeda dengan generasi sebelum mereka yang lebih privat dalam

beraktivitas dan cenderung jarang berinteraksi di luar zona pergaulan mereka yang biasa. Hal inilah yang membuat jumlah penelitian menurut Bandinelli & Gandini (2022) lintas disiplin dilakukan dan itu termasuk untuk mencari tahu model bisnis yang dijalankan. Secara umum kita mengetahui ada banyak sekali aplikasi pencari jodoh di pasar bagi pengguna yang dapat dipilih (Wu & Trottier, 2022).

.Hanya saja aplikasi pencari jodoh seperti halnya pada aplikasi daring lain yang digunakan lewat telepon genggam yang memiliki mobilitas yang tinggi bukan tanpa tantangan. Salah satu dari banyak tantangan itu adalah privasi dan keamanan terhadap para pemangku kepentingan yang menggunakan aplikasi pencari jodoh tersebut. Inilah sebabnya untuk menciptakan produk yang sukses, pengembang dari aplikasi pencari jodoh mencoba untuk meraih keatraktifan, kemudahan untuk menggunakan dan keuntungan bersamaan dengan penemuan cara untuk mengatasi tantangan terhadap privasi dan keamanan tersebut (Stoicescu & Rughinis, 2021). Bagi banyak yang belum menggunakan aplikasi pencari jodoh ini, rata – rata hambatan umum yang dihadapi oleh mereka adalah kekhawatiran terhadap isu keamanan dan kepercayaan (Roshchupkina, Kim, & Lee, 2022).

Adapun banyak perusahaan yang bergerak di bidang pembuat aplikasi pencari jodoh mulai mencoba untuk memperjuangkan disrupsi terhadap persepsi bahwa teknologi hanya digunakan untuk mereka yang mencari kencan kilat saja (Duguay et al, 2024). Hal ini selaras dengan penelitian Abubakar et al (2020) dalam hal pengguna berinteraksi untuk mendapatkan hubungan ke arah pernikahan menjadi lebih banyak saat ini dibandingkan dengan bentuk hubungan yang lain. Zytko et al (2022) memperkuat hal ini dengan menyatakan bahwa dari seluruh responden yang menggunakan aplikasi tersebut ditemukan bahwa niat untuk memperoleh hubungan cinta jangka panjang merupakan hal yang paling utama yang banyak ditemukan. Inilah sebabnya aplikasi pencari jodoh semakin lama semakin berkembang di banyak kalangan mulai dari lapisan teratas sampai dengan lapisan terbawah.

Secara khusus ada banyak aplikasi yang telah diteliti oleh para cendekiawan dan ini mencakup seperti aplikasi Tinder (Degen & Kleeberg-Niepage, 2022), Bumble (Pruchniewska, 2020), Tantan (Muhajirin & Patricia, 2022), Coffee Meets Bagel (Saputra & Noor Hasan, 2023) dan Badoo (Long et al, 2022). Di Indonesia sendiri aplikasi ini sudah mulai marak digunakan dan penelitian yang dilakukan untuk aplikasi ini sudah sangat luas mulai dari aspek komunikasi (Wibowo et al, 2021), aspek hukum (Fauzia & Mahmud, 2023), aspek psikologi (Andriani et al, 2020) dan aspek teknologi (Sulton Maulana & Siahaan, 2023). Akan tetapi untuk aspek manajemen secara umum dan aspek pemasaran secara khusus, aplikasi pencari jodoh masih belum terlalu banyak penelitian yang dilakukan. Inilah yang melatarbelakangi peneliti untuk

membuat penelitian dengan judul “Peningkatan Performa Pengelolaan Aplikasi Pencari Jodoh di Indonesia”.

KAJIAN TEORITIS

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan landasan pada penelitian ini:

Tabel 1. Penelitian terkait Pengelolaan Aplikasi Pencari Jodoh

Tahun Penelitian	Peneliti (Tim)	Temuan
2020	Wong et al.	Penggunaan <i>crowdsourcing</i> dapat mengembangkan keamanan pada situs pencari jodoh.
2021	Sharabi	Pengembangan landasan keintiman, menambah opsi pilihan pasangan dan penggunaan algoritma sebagai perantara.
2022	Stardust, Gillett & Albury	Penambahan fitur izin seperti pendidikan, sumberdaya, kapasitas, batasan dan ini termasuk penolakan data pasangan untuk dijual, dimonetisasi ataupun diberikan kepada pihak ketiga tidak terkait kecuali untuk keamanan pengguna.

Adapun peneliti berdasarkan seluruh penelitian terdahulu diatas mencoba untuk menelaah lebih jauh tentang poin – poin penting yang diduga dapat meningkatkan performa aplikasi pencari jodoh yakni *crowdsourcing*, *cybersecurity*, fitur produk dan *market development*. Berikut adalah beberapa definisi yang berhasil ditemukan oleh peneliti:

Tabel 2. Definisi dari Poin Penting Penelitian

Poin Penting	Peneliti (Tahun)	Definisi
<i>Crowdsourcing</i>	Nevo & Kotlarsky (2020)	<i>Crowdsourcing</i> adalah sebuah sumber model dalam konteks organisasi yang bertanggung jawab pada sebuah tugas.
<i>Cybersecurity</i>	Cains et al (2022)	<i>Cybersecurity</i> adalah sebuah sistem yang resilien yang digerakkan pada konteks untuk memelihara kerahasiaan, integritas dan ketersediaan.
Fitur Produk	Alamsyah & Saino (2021)	Fitur adalah salah satu komponen dalam atribut produk yang diukur dengan keragaman, kualitas, urgensi dan kelengkapan fitur.
<i>Market Development</i>	Prasetyo (2023)	<i>Market Development</i> adalah mencari pelanggan baru atau segmen pasar baru yang cocok diterapkan untuk strategi yang intensif.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan manajemen strategik. Untuk mendapatkan strategi manajemen yang tepat peneliti melakukan studi literasi terlebih dahulu dengan mengambil berbagai sumber data dari artikel ilmiah akademik maupun artikel yang mendukung lain. Untuk subyek penelitian adalah aplikasi pencari jodoh secara umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengamatan dari peneliti ada beberapa hal yang dapat ditingkatkan yang pertama adalah *crowdsourcing*. Berikut adalah beberapa usulan untuk *crowdsourcing* yang dapat dilakukan oleh aplikasi pencari jodoh:

Tabel 3. Crowdsourcing oleh Aplikasi Pencari Jodoh

Usulan	Penjelasan
<i>Crowdfunding</i>	Penggalangan dana dalam jumlah kecil dari banyak orang untuk meningkatkan produk aplikasi pencari jodoh sehingga semakin berguna bagi banyak orang.
Kolaborasi Pengetahuan	Pengadaan pelatihan individu atau berpasangan untuk meningkatkan keterampilan berkomunikasi, meningkatkan kepercayaan diri dan berpikir kreatif.
<i>Crowdtesting</i>	Hasil jawaban dari para pengguna yang mengisi kuisisioner dalam aplikasi pencari jodoh beserta dengan beberapa sumber pertanyaan baru yang berguna.
Pemberian Insentif	Pemberian insentif kepada individu atau pasangan atas partisipasi aktif dalam setiap <i>crowdsourcing</i> yang dilemparkan oleh pihak berwenang dalam aplikasi itu.
<i>Microtasking</i>	Pemberian tugas ringan bagi setiap individu atau pasangan untuk memberikan masukan yang berharga terkait dengan fitur produk yang ingin dikembangkan.

Setelah *crowdsourcing*, yang tidak kalah penting dalam aplikasi pencari jodoh adalah privasi dan keamanan digital. Privasi dan keamanan digital yang lebih dikenal dengan istilah *cybersecurity* ini mendorong aplikasi pencari jodoh untuk membagikan atau mengintervensi informasi sesuai dengan kebutuhan para pengguna, merencanakan pengembangan jaringan ke daerah yang belum mengenal aplikasi ini, menjalankan operasi aplikasi dengan prinsip kehati-hatian, memastikan enkripsi pada aplikasi aman, meminimalisir risiko dengan persiapan prosedur untuk pemulihan dan mitigasi risiko pada akses kontrol dari aplikasi baik dari sisi pengguna maupun dari sisi pembuat aplikasi pencari jodoh tersebut.

Jika *crowdsourcing* dan *cybersecurity* sudah berjalan dengan baik, maka pada tahap berikut setiap aplikasi pencari jodoh dapat meningkatkan jumlah fitur pada produk seperti yang diusulkan sebagai berikut:

Tabel 4. Usulan Fitur Produk Baru pada Aplikasi Pencari Jodoh

Usulan	Penjelasan
<i>Video Messenger</i>	Fitur ini hanya muncul setelah kedua pasangan sudah saling setuju untuk berkomunikasi seperti untuk <i>Video Call</i> atau hanya sekedar membagikan <i>Short Story</i> .
<i>Phone Call</i>	Serupa dengan fitur sebelumnya yakni untuk berkomunikasi setelah kedua pasangan sudah saling setuju dengan menggunakan kuota tambahan tertentu.
<i>Statistical Updates</i>	Agak mirip dengan layanan yang ditawarkan pada berita olahraga, kuisisioner yang diisi oleh setiap individu ataupun pasangan secara anonim dibuat dalam bentuk infografis yang berguna bagi para pengguna.
<i>Level of Consent</i>	Jika pada pengelola ada level administrator maka pada pengguna dapat dimunculkan fitur tingkat izin dengan tetap mempertimbangkan minimum oleh pengelola untuk keamanan atau kenyamanan bersama.

Untuk perluasan pasar, pihak pengelola dapat membuka kantor cabang di tingkat regional ataupun tingkat negara sambil mengadakan pengenalan produk secara lebih mendalam kepada masyarakat luas. Selain memberikan rasa aman bagi para pengguna pada negara tertentu hal ini juga memberikan kesan positif bahwa aplikasi pencari jodoh dapat membantu program pemerintah untuk meningkatkan jumlah natalitas terutama pada propinsi – propinsi yang memiliki tingkat natalitas rendah ataupun negara – negara yang memiliki tingkat natalitas rendah seperti di kawasan Asia Timur dan kawasan Eropa. Selain itu dengan aplikasi pencari jodoh ini membuka kantor cabang, akan muncul pendanaan dari kegiatan – kegiatan positif seperti pengadaan penyuluhan pra-nikah seperti tips untuk bagaimana berkomunikasi dengan pasangan secara positif, cara untuk mengatasi rasa minder karena belum pernah berpasangan dan bertemu dengan orang lain serta mengelola anggaran bersama untuk berhubungan dalam jangka panjang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan seluruh hasil dan pembahasan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa aplikasi pencari jodoh akan mampu semakin berkembang di masa mendatang terutama untuk membantu mereka yang belum pernah mendapatkan pasangan hidup. Tidak hanya itu jika peningkatan pengelolaan seperti penerapan *crowdsourcing*, penguatan *cybersecurity*, penambahan fitur produk dan perluasan pasar dijalankan dengan baik maka bukan tidak mungkin aplikasi pencari jodoh menjadi suatu daya tarik istimewa di masa depan tidak hanya dilihat dari aspek non-ekonomi tetapi juga dari aspek ekonomis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada mahasiswa yang telah membantu proses penelitian ini khususnya kepada Theadora Edeline, Presilla, Marvell Djingga dan Vincent Tjoa.

DAFTAR REFERENSI

- Abubakar, A., Mohd Noorani, N. I., & Mohd Rashidi, U. S. (2020). Understanding Muslims self-presentation strategies in online dating. *International Journal on Perceptive and Cognitive Computing*, 6(2), 81–89. <https://doi.org/10.31436/ijpcc.v6i2.163>
- Alamsyah, N., & Saino, S. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. *Akuntabel*, 18(4), 624–634. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9888>

- Andriani, I., Imawati, D., & Umaroh, S. K. (2020). Pengaruh harga diri dan kepercayaan terhadap pengungkapan diri pada pengguna aplikasi kencan online. *Motiva Jurnal Psikologi*, 2(2), 66. <https://doi.org/10.31293/mv.v2i2.4783>
- Bandinelli, C., & Gandini, A. (2022). Dating apps: The uncertainty of marketised love. *Cultural Sociology*. <https://doi.org/10.1177/17499755211051559>
- Bonilla-Zorita, G., Griffiths, M. D., & Kuss, D. J. (2021). Online dating and problematic use: A systematic review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(6), 2245–2278. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00318-9>
- Cains, M. G., Flora, L., Taber, D., King, Z., & Henshel, D. S. (2022). Defining cyber security and cyber security risk within a multidisciplinary context using expert elicitation. *Risk Analysis*, 42(8), 1643–1669. <https://doi.org/10.1111/risa.13687>
- Castro, Á., & Barrada, J. R. (2020). Dating apps and their sociodemographic and psychosocial correlates: A systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 1–25. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186500>
- Degen, J., & Kleeberg-Niepage, A. (2022). The more we Tinder: Subjects, selves and society. *Human Arenas*, 5(1), 179–195. <https://doi.org/10.1007/s42087-020-00132-8>
- Duguay, S., Dietzel, C., & Myles, D. (2024). The year of the “virtual date”: Reimagining dating app affordances during the COVID-19 pandemic. *New Media and Society*, 26(3), 1384–1402. <https://doi.org/10.1177/14614448211072257>
- Fauzia, S. M., & Mahmud, A. (2023). Penegakan hukum tindak pidana penipuan melalui aplikasi pencarian jodoh Tinder dan upaya pencegahannya. *LOL: Law Out Loud*, 1(1), 13–18. Retrieved from <https://journal.sbpublisher.com/index.php/LOL>
- Long, J., Cvitić, I., Zhang, X., Peraković, D., & Choo, K. K. R. (2022). Badoo Android and iOS dating application analysis. *Mobile Networks and Applications*. <https://doi.org/10.1007/s11036-022-02048-9>
- Muhajirin, M., & Patricia, P. R. (2022). Fenomena biro jodoh melalui aplikasi Tantan era milenial dalam pandangan hadis. *Jurnal Riset Agama*, 2(3), 238–247. <https://doi.org/10.15575/jra.v2i3.19902>
- Nevo, D., & Kotlarsky, J. (2020). Crowdsourcing as a strategic IS sourcing phenomenon: Critical review and insights for future research. *Journal of Strategic Information Systems*, 29(4). <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2020.101593>
- Pruchniewska, U. (2020). “I like that it’s my choice a couple different times”: Gender, affordances, and user experience on Bumble dating. *International Journal of Communication*, 14(1), 2422–2439.
- Rita, P., Ramos, R. F., Moro, S., Mealha, M., & Radu, L. (2021). Online dating apps as a marketing channel: A generational approach. *European Journal of Management and Business Economics*, 30(1), 1–17. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-10-2019-0192>

- Roshchupkina, O., Kim, O., & Lee, E. J. (2022). Rules of attraction: Females perception of male self-representation in a dating app. *Asia Marketing Journal*, 24(4), 169–177. <https://doi.org/10.53728/2765-6500.1597>
- Saputra, A., & Noor Hasan, F. (2023). Analisis sentimen terhadap aplikasi Coffee Meets Bagel dengan algoritma Naïve Bayes Classifier. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(2), 465–474. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i2.579>
- Sharabi, L. L. (2024). The enduring effect of internet dating: Meeting online and the road to marriage. *Communication Research*, 51(3), 259–284. <https://doi.org/10.1177/00936502221127498>
- Stardust, Z., Gillett, R., & Albury, K. (2023). Surveillance does not equal safety: Police, data and consent on dating apps. *Crime, Media, Culture*, 19(2), 274–295. <https://doi.org/10.1177/17416590221111827>
- Stoicescu, M., & Rughinis, C. (2021). Perils of digital intimacy. A classification framework for privacy, security, and safety risks on dating apps. *Proceedings - 2021 23rd International Conference on Control Systems and Computer Science Technologies, CSCS 2021*, (January), 457–462. <https://doi.org/10.1109/CSCS52396.2021.00081>
- Sulton Maulana, M., Siahana, M., & Siahaan, M. (2023). Penerimaan aplikasi dating apps menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM). *ConCEPT - Conference on Community Engagement Project*, 3(1), 1000–1011. Retrieved from <https://journal.uib.ac.id/index.php/concept/article/view/7609>
- Vinsensius Widdy Tri Prasetyo. (2023). Analisis strategi usaha sambal pecel Lumpang Mas Kota Madiun. *JUSTER: Jurnal Sains Dan Terapan*, 2(1), 77–84. <https://doi.org/10.57218/juster.v2i1.479>
- Wibowo, J. A., Priyowidodo, G., & Yoanita, D. (2021). Self-disclosure dalam komunikasi interpersonal pengguna aplikasi kencan online untuk mencari pasangan hidup. *E-Komunikasi*, 9(2), 1–8. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11561>
- Wong, W. C. W., Song, L., See, C., Lau, S. T. H., Sun, W. H., Choi, K. W. Y., & Tucker, J. (2020). Using crowdsourcing to develop a peer-led intervention for safer dating app use: Pilot study. *JMIR Formative Research*, 4(4). <https://doi.org/10.2196/12098>
- Wu, S., & Trottier, D. (2022). Dating apps: A literature review. *Annals of the International Communication Association*, 46(2), 91–115. <https://doi.org/10.1080/23808985.2022.2069046>
- Zytka, D., Mullins, N., Taylor, S., & Holler, R. H. (2022). Dating apps are used for more than dating: How users disclose and detect (non-)sexual interest in people-nearby applications. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6(GROUP).