

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak multisektor, terutama pada perekonomian Indonesia. Hampir 90% sektor perekonomian seperti UMKM, BUMDes, BUMD (daerah), perusahaan korporasi, maupun startup mengalami perubahan yang signifikan. Banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan karena bisnisnya yang hampir mengalami kebangkrutan. Sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah merasakan dampak dari adanya pandemic Covid-19 (Desiana et al., 2021). Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh LIPI mengenai kinerja UMKM di Indonesia pada masa pandemic Covid-19, dan didapatkan hasil bahwa selama pandemi Covid-19, 94,69% usaha mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan skala usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 45,83% usaha menengah, 43,3% usaha mikro, 40% usaha kecil, dan 49,01% usaha ultra-mikro (lipi.go.id)



Gambar I.1 Jumlah UMKM tahun 2022 (satudata.kemenkopukm.go.id)

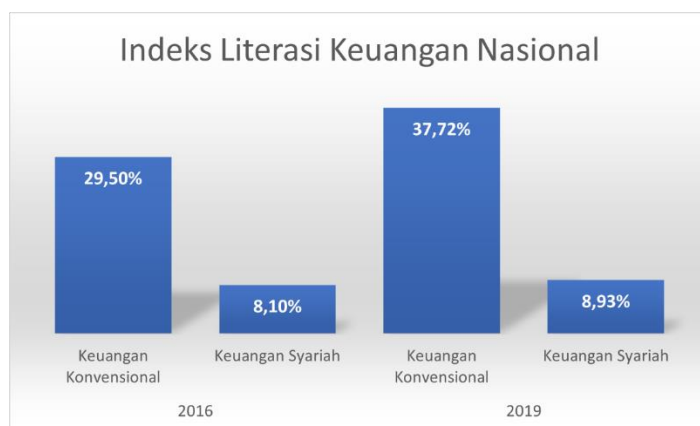
Gambar I.1 menampilkan jumlah UMKM tahun 2022 dari Kementerian Koperasi dan UMKM dijelaskan bahwa terdapat kurang lebih 65 juta jumlah

total UMKM yang tersebar di Indonesia, dimana Jawa Tengah menempati posisi pertama untuk jumlah UMKM paling banyak dengan presentase 19,4%. Total keseluruhan dari data jumlah pertumbuhan UMKM pada tahun 2022 merupakan 99,99%, dengan berbagai jenis usaha seperti usaha kuliner, pakaian, bidang teknologi, kosmetik, agrobisnis hingga bidang otomotif. Pertumbuhan usaha mikro ini menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan pendapatan dan kesempatan kerja sehingga UMKM memiliki peran yang strategis dalam mengurangi jumlah kemiskinan dan pengangguran. Dalam rangka memperdayakan UMKM setelah pandemi Covid-19, pemerintah memberikan beberapa skema perlindungan untuk UMKM, salah satunya yaitu melakukan perluasan modal kerja untuk UMKM yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan UMKM. Program ini dilakukan dengan mendorong perbankan agar memberikan kredit lunak kepada UMKM. Namun sayangnya, tidak semua bank dapat dapat memberikan modal atau sumber pendanaan untuk pelaku bisnis UMKM, hal ini dikarenakan pendapatan UMKM masih terbatas sehingga belum mampu untuk menanggung kewajiban terhadap pengembaliann pokok pinjaman dan pembayaran bunga dalam waktu jangka pendek (Tripalupi, 2019). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Price waterhouse Coopers(PwC), ditemukan bahwa UMKM di Indonesia yang belum mendapatkan akses pendanaan mencapai 74%. UMKM juga belum memiliki kemampuan manajerial keuangan yang baik dan tidak cukup memiliki asset untuk dijadikan jaminan, sehingga membuat UMKM sulit untuk memenuhi persyaratan dari bank (Damuri dkk, 2020).

Untuk mengatasi masalah tersebut, *crowdfunding* merupakan sebuah solusi baru untuk pendanaan bisnis UMKM. *crowdfunding* merupakan model pendanaan yang memberikan dukungan pendanaan dari investor individu atau kumpulan investor kepada pemilik bisnis dari berbagai usaha bisnis baru atau proyek sosial dan budaya sebagai operasi bisnis untuk mencapai tujuan bisnis dan mencapai keuntungan (Hendratmi et al., 2020). Proses dari *crowdfunding* berkaitan dengan pendistribusian dana dari pihak investor kepada pihak-pihak yang membutuhkan atau dengan kata lain berperan

sebagai penghubung antara kedua pihak tersebut (Khabibah & Bharata, 2021). Torchia dkk. (2019) dalam penelitiannya membuktikan, bahwa *crowdfunding* dapat mendorong pertumbuhan bisnis UMKM. Selain itu, *crowdfunding* juga telah menyelamatkan UMKM dari keterbatasan pendanaan dan meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Hal tersebut merupakan keunggulan yang tidak didapatkan UMKM dari mengajukan pinjaman ke perbankan. Namun, menurut Nugroho & Rachmaniyah (2019) dalam penelitiannya, mendapatkan kesimpulan dimana masih banyak masyarakat Indonesia yang belum paham dengan konsep *crowdfunding* dikarenakan kurangnya literasi mengenai *crowdfunding* membuat minat dan partisipasi masyarakat kurang. Hal ini juga didukung oleh survey terhadap literasi dan inklusi yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan di Indonesia yang menyebutkan bahwa masyarakat di Indonesia memiliki indeks literasi keuangan hanya 21.84%, dimana kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan seseorang untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif masih belum optimal.

Diluar dari pengembangan *crowdfunding* di Indonesia, saat ini pemerintah tengah memperkuat ekosistem ekonomi Islam di Indonesia. Hal ini dikarenakan Indonesia telah menyumbang 12,7% populasi muslim di dunia. Pada sektor keuangan syariah, Indonesia berhasil menempati peringkat ke-5 dalam Top 10 *Islamic Finance* berdasarkan peniaian pada *State of The Global Islamic Report* pada tahun 2019 (Fathoni, 2020).



Gambar I.2 Indeks Literasi Keuangan Konvensional dan Syariah (ojk.go.id)

Tahun 2016, untuk pertama kalinya OJK mengukur indeks literasi dan inklusi keuangan syariah. Indeks literasi dan inklusi keuangan syariah merupakan indikator yang dapat dijadikan acuan terkait penggunaan dan tingkat pemahaman masyarakat Indonesia guna mengembangkan produk/layanan jasa keuangan syariah. Pada Gambar I.2 ditunjukkan presentase untuk literasi keuangan syariah penduduk Indonesia masih sangat jauh dibandingkan dengan presentase literasi keuangan konvensional. Kemudian, pada Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) pada tahun 2019, OJK kembali melakukan survei indeks literasi dan inklusi keuangan syariah, dimana menunjukkan peningkatan yaitu menjadi 8,93% dari sebelumnya 8,1% pada periode survei sebelumnya tahun 2016. Presentase ini akan terus mengalami kenaikan, hal ini didukung dengan terus bertumbuhnya konsumsi produk halal masyarakat Indonesia dengan rata-rata pertumbuhan 5,3%. Selain itu, edukasi untuk keuangan syariah juga harus diakselerasi melalui berbagai bauran dengan pemanfaatan teknologi informasi dan aliansi strategis.

Selanjutnya, dari sisi investor menurut Ulinuha et al., (2020) dalam penelitiannya, mendapatkan hasil bahwa perilaku investor muslim dalam bertransaksi dibagi menjadi dua sudut pandang yaitu, investor yang mempertimbangkan agama dalam bertransaksi dan investor yang tidak mempertimbangkan agama dalam keputusan bertransaksi. Investor yang mempertimbangkan agama memilih berinvestasi dengan transaksi syariah dengan tujuan agar terhindar dari transaksi yang mengandung unsur maghrib (*maisyir, gharar, risywah, dan riba*). Selain itu, dengan berinvestasi pada saham maupun pendanaan syariah, merupakan bentuk dukungan dalam memajukan perekonomian islam di Indonesia.

Terdapat beberapa aplikasi *crowdfunding* syariah yang telah lebih dulu dikembangkan. Pada Tabel I-1 merupakan perbandingan beberapa aplikasi *crowdfunding* seperti aplikasi Fundex Sharia, Dana Syariah, dan Shafiq.

Tabel I-1 Perbandingan Aplikasi Crowdfunding Syariah

No.	Perbandingan			
1	Platform Web	v	v	v
2	Platform Mobile		v	v
3	Investasi	v	v	v
4	Portfolio	v	v	v
5	Tarik Dana	v	v	v
6	Simulasi Keuntungan			v
7	Berita/Artikel	v	v	v
8	Memperbarui Rekening	v	v	

Berdasarkan perbandingan aplikasi pada Tabel I-1, disimpulkan bahwa aplikasi *crowdfunding* yang telah dikembangkan berfokus pada pendanaan, dimana hanya shafiq yang tidak mengembangkan aplikasi *mobile*. Pada aplikasi Fundex dan Shafiq tidak memiliki fitur simulasi keuntungan proyek, sedangkan untuk dana syariah, pengguna tidak dapat memperbarui rekening secara mandiri, sehingga harus menghubungi admin ketika ingin memperbarui rekening. Selain itu, nominal proyek yang ditargetkan pada setiap aplikasi berfokus pada proyek besar, seperti proyek properti, bukan untuk UMKM dengan modal pendanaan yang lebih kecil. Selain itu, juga ditemukan beberapa penilaian aplikasi yang sudah ada dari sisi *user interface* dan *user experience* oleh pengguna seperti perlu perbaikan dari alur perubahan data, tombol “Lihat Semua” pada bagian pendanaan yang tidak menampilkan apapun, serta halaman registrasi yang terpotong sehingga tidak dapat digulir ke bawah.

Dari penjabaran tersebut, terdapat peluang bisnis dengan melakukan kombinasi dan memperbaiki permasalahan yang terdapat pada platform-platform tersebut. Penelitian ini membentuk sebuah platform *crowdfunding* baru bernama Tasha *Crowdfunding* Syariah yang berfokus untuk menjadi alternatif bagi para pelaku usaha UMKM dalam mendapatkan modal untuk terus mengembangkan usahanya dengan dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah. Tasha *crowdfunding* syariah juga dapat meningkatkan peran industri

keuangan syariah untuk mendukung akses permodalan UMKM yang bergerak di sektor halal melalui pembiayaan.

Dalam penelitian ini, diperlukan sebuah aplikasi dengan *usability* yang optimal sehingga tujuan pengguna dapat tercapai. Definisi *usability* dalam norma ISO 9241-11 adalah sejauh mana suatu produk dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan dengan efektivitas, efisiensi dan kepuasan dalam konteks penggunaan tertentu (Weichbroth, 2020). *Usability* berkaitan dengan pengalaman pengguna karena memiliki tujuan untuk mengetahui kemudahan dan efisiensi sebuah produk. *Usability* yang optimal dapat dihasilkan dari perancangan model *User Interface* berdasarkan tujuan pengguna (Galitz, 2007). Perancangan *User Interface* Tasha Crowdfunding Syariah dilakukan dengan merancang desain berbasis *mobile* menggunakan metode *Goal-Directed Design* dapat mengidentifikasi kebutuhan pengguna dari desain berdasarkan perilaku sehingga aplikasi dapat digunakan dengan mudah dan nyaman. Menurut Kumala et al., (2020), aplikasi berbasis *mobile* dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Berdasarkan penelitian, Metode *Goal-Directed Design* dipilih untuk memberikan solusi pengembangan antarmuka dan pengalaman pengguna suatu aplikasi dengan tujuan yang spesifik. *Goal-Directed Design* mempunyai 5 fase yaitu: *Research* yang dilakukan melakukan observasi dan wawancara, *Modeling* yaitu memodelkan *user persona*, *Requirement* dilakukan dengan menguraikan kebutuhan tiap *persona* menjadi domain dan membuat konteks skenario, *Framework* menghasilkan kerangka informasi berupa *wireframes*, *Refinement* yang merupakan tahap perancangan tampilan, dan *Support* yang merupakan tahap terakhir untuk melakukan evaluasi dan pengujian tampilan (Odi Yohanes, Ambarwati, 2022).

Penelitian lainnya oleh Alan Cooper dan Robert Reimann (2014), fokus dari metode *Goal-Directed Design* merupakan goal yang ingin dicapai dan kebutuhan dari pengguna, sehingga fitur yang tidak memiliki esensi pada suatu produk sebaiknya dihilangkan. Menurut Wei & Xing (2010), Sebuah

produk dikatakan gagal ketika tidak mampu memenuhi kebutuhan penggunaannya. Metode *Goal-Directed Design* merupakan proses yang dinamis, dimana dapat mengarahkan pengguna pada penggunaan yang sederhana dan terencana untuk memenuhi kebutuhan. Dengan kata lain, metode ini dapat mengetahui motivasi pengguna dalam menggunakan produk, serta menemukan cara untuk menghubungkan pengguna dengan objek. Selanjutnya, penelitian lain oleh Laila et al., (2016), keuntungan menggunakan metode *Goal-Directed Design* adalah dapat menentukan tujuan pengguna dengan detail. Hasil tampilan dari sistem yang menggunakan metode ini berdasarkan tujuan pengguna dalam menggunakan suatu aplikasi. Maka dari itu, alasan dari pemilihan metode *Goal-Directed Design* dikarenakan terdapat beberapa tahapan yang memudahkan dalam proses menganalisis dan mengimplementasikannya ke dalam sebuah produk yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Selain itu, metode *Goal-Directed Design* diharapkan dapat menyelesaikan masalah dalam merancang aplikasi, terutama dalam meningkatkan nilai *usability* yang berhubungan dengan kemudahan pengguna dalam mencapai tujuan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka dibuat sebuah aplikasi *crowdfunding* syariah yang dapat memecahkan permasalahan tersebut dan dirumuskan dalam penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pengguna khususnya investor memerlukan aplikasi sebagai media untuk mendanai UMKM sesuai dengan kebutuhan.
- b. Rendahnya ketertarikan pengguna dalam menggunakan aplikasi *crowdfunding*.

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

- a. Melakukan analisis kebutuhan aplikasi yang dibangun berdasarkan kebutuhan pengguna khususnya investor dalam melakukan transaksi pendanaan.
- b. Menghasilkan sebuah desain antarmuka *crowdfunding* syariah yang *user friendly* dan mengutamakan *usability* untuk pengguna khususnya investor berdasarkan metode *Goal-Directed Design*.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari aplikasi *crowdfunding* syariah yang ingin diperoleh dari penelitian ini di antaranya:

1. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi masyarakat yang membutuhkan permodalan dalam mengembangkan usahanya, dengan mempertimbangkan rasa aman dan nyaman.
2. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi mahasiswa yang melakukan penelitian dibidang yang sama terkait pembangunan aplikasi *crowdfunding* syariah dengan penerapan metode *Goal-Directed Design*, serta sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana dari Universitas Telkom.
3. Bagi bidang keilmuan jurusan sistem informasi, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan dalam perancangan *User Interface* dan *User Experience* terutama menggunakan metode *Goal-Directed Design*.

I.5 Batasan Masalah

Pada penelitian ini, permasalahan akan dibatasi dengan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan sebatas pembangunan *user interface* yang berbasis *mobile* pada sisi investor.
2. Metode yang digunakan dalam pembangunan *user interface* merupakan *Goal-Directed Design*.
3. *Crowdfunding* yang dikembangkan pada penelitian ini berfokus pada prinsip-prinsip ekonomi islam atau syariah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.