

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil PT. Finnet Indonesia

PT. Finnet Indonesia (yang kemudian disingkat Finnet) merupakan anak usaha PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. melalui PT. Telkom Metra yang bekerjasama dengan anak usaha Yayasan Kesejahteraan Bank Indonesia melalui PT. Mekar Prana Indah. Finnet didirikan pada tahun 2006 untuk memenuhi visi menjadi *digital financial service company* pilihan untuk mengakselerasi inklusi keuangan Indonesia. Sementara misi dari Finnet adalah:

1. Memperkuat produk dan solusi keuangan digital melalui orkestrasi produk dan integrasi lisensi dengan *value proposition* dan model bisnis yang diterima pasar.
2. Mengembangkan *platform* berkelanjutan yang mengorkestrasi ekosistem pembayaran digital untuk membentuk kemudahan integrasi dan akses layanan bagi seluruh masyarakat.
3. Meningkatkan *customer relationship* dengan menghadirkan *digital touch point* untuk memberikan pengalaman dan kesan terbaik bagi mitra dan pelanggan.

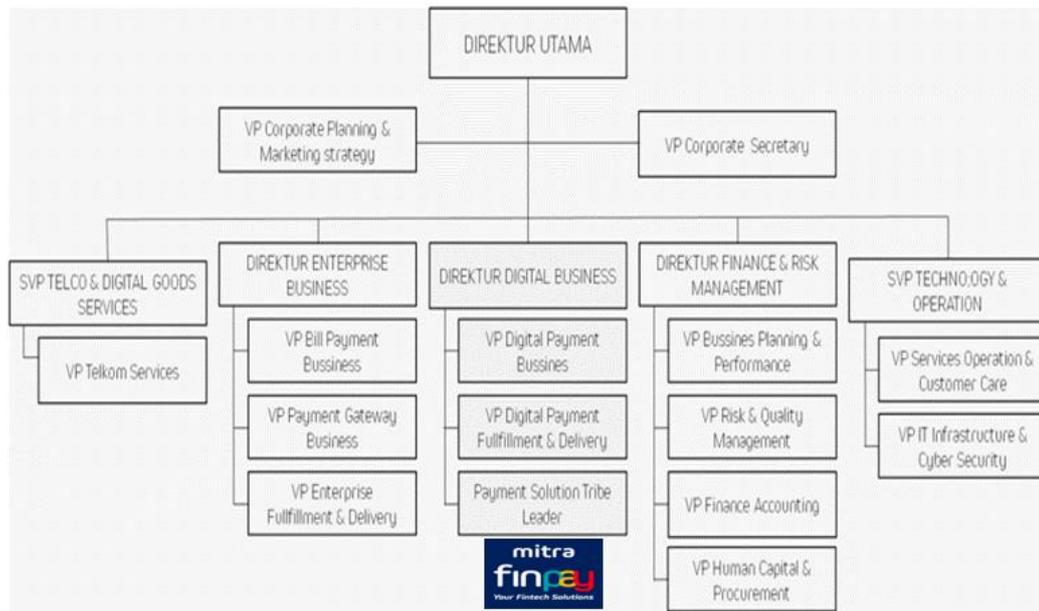
Finnet mengambil peran dalam sistem pembayaran nasional sebagai penyelenggara layanan pembayaran elektronik untuk kebutuhan ritel dengan menghubungkan antara pemilik tagihan (*billing*) dengan pemilik kanal pembayaran (*payment channel*). Finpay merupakan *umbrella brand* produk dari Finnet sebagai penyedia layanan teknologi keuangan dan fokus memberikan solusi bagi berbagai industri yang membutuhkan solusi pembayaran digital dan pendukungnya. Finpay memiliki lima produk yaitu Finpay *Billing* yang bekerjasama dengan 524 Billers, Finpay *Voucher* yang memiliki 208 mitra bisnis, Finpay *Payment Gateway* yang telah mendukung sistem pembayaran dari 417 *merchant*, Finpay *Money* yang telah digunakan oleh 1,7 juta *subscribers* dan 11.000 UMKM, serta Finpay *Remittance* dengan 24 mitra *remittance company* yang tersebar di 7 negara.

Saat ini Finnet sudah mengantongi delapan lisensi dari Bank Indonesia, yaitu:

1. *Acquiring* Kartu Debit
2. Kepesertaan BI-RTGS
3. Penyelenggara QRIS MPM & CPM
4. Penerbit Uang Elektronik
5. Penyelenggara Dompot Elektronik
6. Penyelenggara Payment Gateway
7. Penyelenggara Pengiriman Uang
8. Penyedia Layanan Open API (SNAP)

Selain lisensi dari Bank Indonesia, Finnet juga ditunjuk sebagai Lembaga Persepsi Lainnya oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia dan distributor resmi e-Materai oleh Perum Peruri. Selain itu, saat ini Finnet sudah mengantongi sertifikat manajemen mutu ISO 9001:2015, ISO 37001:2016, ISO/IEC 27001:2013, dan PCIDSS ver. 3.2.1.

Pada tahun 2023, Finnet secara organisasi melakukan restrukturisasi organisasi dengan pertimbangan untuk melakukan penetrasi ke *market* berdasarkan produk. Restrukturisasi ini perlu dilakukan Finnet agar sejalan dengan perkembangan industri dan tuntutan untuk terus berinovasi dan *agile* dalam menyikapi industri *fintech* di tanah air yang berjalan dan berubah dengan sangat cepat. Restrukturisasi ini menghasilkan struktur organisasi yang baru yang terdapat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1.
Struktur Organisasi Finnet Pasca Restrukturisasi 2023
Sumber: PT. Finnet Indonesia (2024)

1.1.2. Profil Mitra Finpay

Mitra Finpay merupakan aplikasi milik Finnet yang bergerak dalam bidang layanan keuangan digital ditujukan untuk bisnis terutama Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM). Aplikasi ini telah berjalan dalam sejak akhir tahun 2020 dan telah tersedia di *Play Store* dan *App Store* serta saat ini telah memiliki cukup banyak pengguna.

Mitra Finpay dibuat untuk kebutuhan pendaftaran *merchant* QRIS dan penyediaan laporan transaksi bagi *merchant*. Dalam perkembangannya Mitra Finpay dilengkapi dengan fungsi *Inventory Management* dan Agen *Payment Point Online Bank* (PPOB). Mitra Finpay memiliki tiga solusi unggulan untuk memudahkan *merchant* dalam mengelola usahanya dengan:

1. Solusi QRIS bagi *merchant* untuk dapat menerima pembayaran QRIS dari berbagai dompet elektronik maupun *mobile banking* sebagai sumber dana seperti: Finpay, Gopay, Ovo, LinkAja, Dana, Mandiri, BCA, BNI dan lainnya yang telah memiliki izin QRIS dari Bank Indonesia.

2. Solusi *Point of Sales (POS) Management System* bagi *merchant* untuk melakukan pencatatan stok barang dan pencatatan transaksi penjualan secara digital.
3. Solusi *Payment Point Online Bank (PPOB)* bagi *merchant* untuk dapat menerima pembayaran tagihan rutin bulanan, pembelian token PLN, pembelian pulsa untuk semua operator dan lain-lain.

1.2. Latar Belakang Masalah

Saat ini dunia sedang memasuki sebuah era baru yang sering dinamakan era 4.0, atau lebih dikenal dengan nama Revolusi Industri 4.0. Menurut (Savitri, 2019), Revolusi Industri 4.0 atau dikenal juga dengan *Fourth Industrial Revolution (4IR)* merupakan era industri keempat sejak revolusi industri pertama pada abad ke-18. Era 4IR ditandai dengan perpaduan teknologi yang mengaburkan batas antara bidang fisik, digital, dan biologis, atau secara kolektif disebut sebagai sistem siber-fisik (*cyber-physical system/CPS*). Selain itu, era revolusi industri keempat juga ditandai dengan munculnya terobosan teknologi di sejumlah bidang. Bidang-bidang yang dimaksud meliputi bidang robotika, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), nanoteknologi, komputasi kuantum (*quantum computing*), bioteknologi, *Internet of Things (IoT)*, *Industrial Internet of Things (IIoT)*, teknologi nirkabel generasi kelima (5G), aditif manufaktur/pencetakan 3D dan industri kendaraan otonomi penuh (*fully autonomous vehicles*) (Yuningsih, 2020).

Kemajuan teknologi juga memberikan dampak kepada bidang ekonomi. Di saat perekonomian semakin terdigitalisasi, betapa pentingnya peranan sistem pembayaran elektronik menjadi semakin jelas. Sistem pembayaran elektronik menjadi dasar pemrosesan transaksi keuangan secara efisien dan cepat tanpa bergantung pada uang tunai (Nugroho, 2019). Kehadiran mereka memudahkan berbagai aktivitas perekonomian, mulai dari pembelian barang dan jasa hingga transaksi keuangan yang melibatkan pihak-pihak dari seluruh dunia. Sistem pembayaran elektronik lebih dari sekedar alat yang mudah digunakan (Bolonin, Turuev, & Balykin, 2021). Sistem ini memainkan peran strategis dalam

mempercepat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan inklusi keuangan dan memfasilitasi perdagangan internasional.

Menurut artikel (Nugroho, 2019) seiring dengan perkembangan teknologi, transaksi digital terus berkembang dan semakin luas digunakan di berbagai sektor ekonomi. Salah satu pengguna transaksi digital yang memiliki ceruk cukup besar di Indonesia adalah Usaha Kecil Menengah Mikro atau lebih dikenal UMKM. Dalam artikel (Junaidi, 2023), UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional karena berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi mayoritas tenaga kerja di Indonesia karena mampu menyerap kurang lebih 97% dari total tenaga kerja Indonesia atau sekitar 116 juta orang. Tidak itu saja, UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar kurang lebih 60% atau sekitar 8,5 triliun rupiah setiap tahunnya.

Kementerian Koperasi dan UMKM mencatat hingga akhir tahun 2023 tercatat ada 67 juta pelaku UMKM di Indonesia (Hidranto, 2023). Sebagai catatan, jumlah UMKM yang tercatat tersebut berupa estimasi, jadi tidak mencerminkan jumlah UMKM sesungguhnya. Hal ini dikarenakan jumlah UMKM tidak hanya bergerak di sektor formal tapi juga di sektor informal dan sebagian besar belum melakukan registrasi usaha sehingga sulit untuk didata.

Berdasarkan catatan dari Kementerian Koperasi dan UKM saat ini ada sekitar 70,2% UMKM yang menghadapi kendala saat bertransformasi memanfaatkan teknologi digital (Moerdijat, 2023). Kendala itu antara lain berupa kesulitan akses permodalan, ketersediaan bahan baku, dan kesulitan mengadopsi teknologi digital. Sementara Departemen Pengembangan UMKM dan Perlindungan Konsumen Bank Indonesia memaparkan identifikasi empat masalah dan tantangan UMKM di Indonesia, yaitu:

1. Mempertahankan UMKM dalam ekosistem digital.
2. Bagaimana UMKM dapat meningkatkan kapasitas, kualitas, dan produknya agar dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian dan perdagangan global.
3. Memperluas akses keuangan bagi UMKM saat ini, dimana saat ini hanya sekitar 25% UMKM Indonesia yang memiliki akses keuangan.

4. Adanya kesadaran lingkungan dari ancaman global. Artinya UMKM memiliki tantangan untuk menerapkan proses yang ramah lingkungan dalam produktivitasnya.

Untuk mengatasi segala tantangan dan permasalahan tersebut di atas, maka Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) terus berupaya untuk meningkatkan kualitas dan taraf hidup UMKM dengan mendorong pelaku UMKM menjadi UMKM yang masuk ke dalam ekosistem digital (*go digital*). Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, sampai dengan bulan Desember tahun 2023, UMKM yang sudah masuk ke dalam *go digital* baru mencapai 27 juta. Ini berarti hanya 40% saja dari total UMKM yang sudah melakukan transformasi digital (Yusuf, 2023).

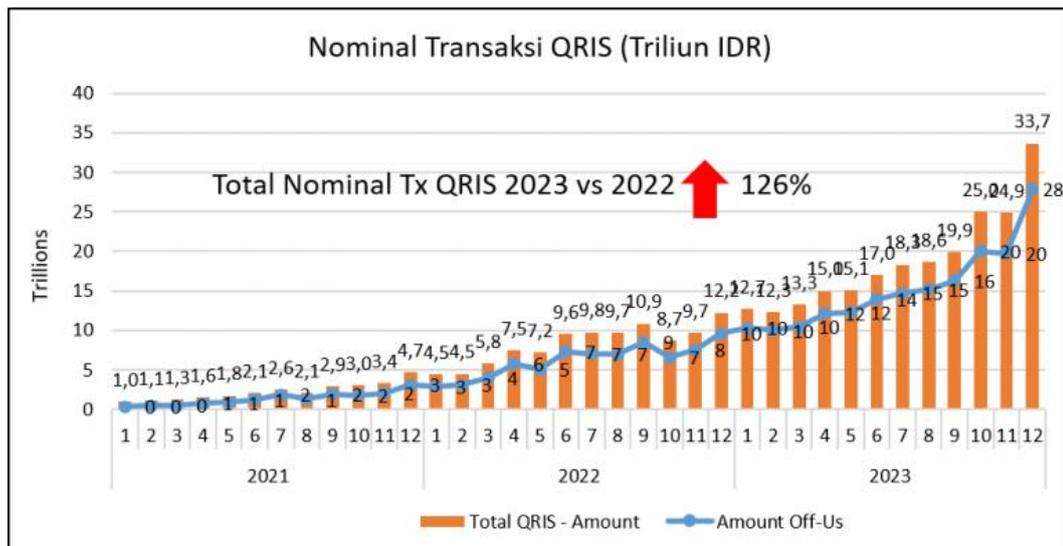
Ceruk besar inilah yang seharusnya dimanfaatkan oleh UMKM. Jika jumlah UMKM yang sudah *go digital* hanya 40%, itu artinya masih ada 60% UMKM yang perlu didorong untuk segera melakukan transformasi digital. Apalagi target pemerintah dalam program *go digital* UMKM di tahun 2024 adalah sebesar 30 juta pelaku usaha UMKM (INDEF, 2024).

Menurut (Lestari, 2023) ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh oleh UMKM jika menerapkan transformasi digital, yaitu:

1. Mempermudah pelaku UMKM untuk memperluas konsumen bukan hanya dari Indonesia, tapi juga luar negeri.
2. Dengan jangkauan konsumen yang lebih besar bisa meningkatkan pendapatan bisnis.
3. Mengikuti tren yang berlaku agar bisa bersaing dengan kompetitor.
4. Bisnis bisa lebih efisien dari sisi waktu dan biaya seperti biaya administrasi, logistik, pemasaran, dan pengiriman, memudahkan monitoring aktivitas usaha.
5. Akses layanan pembayaran yang lebih beragam.
6. Memudahkan pencatatan transaksi penjualan.
7. Transformasi digital UMKM membantu mengurangi risiko *human error* dan kecurangan yang dilakukan internal. Hal ini karena semua sistem sudah dilakukan secara komputerisasi dan terintegrasi.

Salah satu bentuk transformasi digital dalam transaksi keuangan adalah penerapan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). QRIS adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code (Habibah, 2021). Bank Indonesia secara efektif mengimplementasikan QRIS awal tahun 2020. Dengan QRIS, pelaku usaha dapat menyediakan kemudahan bagi pelanggan untuk melakukan pembayaran melalui *platform* digital tanpa perlu menggunakan uang tunai atau kartu fisik. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih praktis dan aman bagi pelanggan.

Selain itu, QRIS juga memungkinkan pelaku usaha untuk melacak dan menganalisis data transaksi secara lebih terperinci, sehingga dapat meningkatkan strategi pemasaran dan layanan kepada pelanggan (Habibah, 2021). Dengan adopsi QRIS yang semakin luas, diharapkan dapat memberikan dorongan positif bagi pertumbuhan ekonomi serta mempercepat transformasi digital di berbagai sektor usaha. Berikut ini adalah gambaran nominal transaksi QRIS di Indonesia.



Gambar 1.2.

Nominal Transaksi QRIS di Indonesia

Sumber: Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (2024)

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa transaksi *QRIS* terus mengalami peningkatan setiap tahunnya sejak pertama kali diimplementasikan, dimana tercatat bahwa hingga akhir tahun 2023, jumlah nominal transaksi *QRIS* mencapai angka

229,9 triliun rupiah. Ini menandakan bahwa telah terjadi pergeseran budaya di masyarakat yang lebih menyenangi transaksi perdagangan menggunakan transaksi elektronik dibandingkan dengan menggunakan uang tunai.

QRIS mendorong inklusi keuangan dengan menjangkau UMKM yang sebelumnya tidak memiliki akses ke sistem pembayaran elektronik. Hal ini membuka peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu salah satu layanan yang dibutuhkan oleh UMKM saat ini adalah *Point of Sales* (POS). POS merupakan sebuah sistem atau perangkat lunak yang digunakan dalam berbagai jenis bisnis untuk memproses transaksi penjualan kepada pelanggan. Perangkat ini berfungsi sebagai sistem terpadu, yang menawarkan kemudahan dalam melacak data penjualan, membuat laporan keuangan, mengecek persediaan barang, bahkan memantau jalannya bisnis. Sistem POS umumnya berbasis *cloud* sehingga data tersimpan lebih aman. Sistem POS modern menyediakan fitur manajemen pembayaran yang terintegrasi dengan QRIS. Penjual dapat menerima pembayaran QRIS secara langsung melalui sistem POS, tanpa perlu menggunakan perangkat tambahan.

Dalam (Bilqis, 2023), beberapa tahun terakhir, pangsa pasar POS di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Tren penggunaan POS juga tercermin dalam statistik yang mengesankan. Menurut sebuah penelitian, hampir 70% bisnis di Indonesia telah beralih menggunakan POS. Angka ini terus meningkat setiap tahunnya, dengan proyeksi perkembangan yang mencapai angka dua digit. Dimana-mana, toko-toko dan perusahaan besar mulai menggantikan sistem kasir tradisional dengan POS yang berbasis teknologi. Alasan di balik lonjakan ini cukup jelas, yaitu POS memungkinkan peningkatan efisiensi operasional dan POS juga memberikan fitur yang dapat membantu pemilik bisnis menganalisis data dengan lebih baik.

Namun, perlu dicatat bahwa pangsa pasar POS yang kuat ini juga berarti semakin banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan sebagian dari kue tersebut. Persaingan yang sengit dalam industri ini mendorong inovasi lebih lanjut dengan perusahaan-perusahaan POS terus meningkatkan fitur-fitur

mereka, meningkatkan service dan menyediakan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan UMKM di Indonesia (Al Hafiz, 2023). Tabel di bawah ini merupakan beberapa aplikasi POS yang ada di *Google Play*.

Tabel 1.1.
Rating Aplikasi POS di Indonesia
Sumber: Data Diolah (2024)

No.	Nama Aplikasi	Nama Perusahaan	Rating Google Play	Rating App Store	Jumlah Unduhan
1	Kasir Pintar	PT. Kasir Pintar Internasional	4,7	3,1	1M+
2	Mesin Kasir (<i>Cash Register</i>)	PT. Selada MK	4,7	4,8	500K+
3	Kasir POS Aplikasir	PT. Aplikasi Niaga Indonesia	4,9	4,3	100K+
4	Mitra Finpay	PT. Finnet Indonesia	1,8	4,9	10K+

Tabel di atas menggambarkan bahwa saat ini sudah banyak aplikasi POS yang beredar di Indonesia. Aplikasi-aplikasi tersebut memiliki banyak review positif dalam implementasinya yang berujung pada *rating* dan jumlah unduhannya yang tinggi. Aplikasi Kasir Pintar dinilai merupakan aplikasi POS terbaik yang mudah digunakan, memiliki fitur-fitur yang lengkap, report yang cukup dan paket harga berlangganan yang bervariasi. Kasir Pintar juga memiliki *rating* 4,7 dan jumlah unduhan yang sudah mencapai 1.000.000 kali. Di urutan kedua, ada aplikasi Mesin Kasir (*Cash Register*) merupakan aplikasi POS yang menuai banyak review positif dari pengguna. Aplikasi dinilai mudah diinstal dan lebih mudah digunakan, harga yang lebih murah (dibanding harga POS berbasis Software) dan bisa digunakan untuk skala usaha apapun. Review positif dari para pengguna ini berujung pada *rating* 4,7 untuk aplikasi Mesin Kasir (*Cash Register*) dengan jumlah unduhan lebih dari 500.000 kali. Yang terakhir adalah Kasir POS Aplikasir yang saat ini menuai review positif yang banyak dari penggunanya. Aplikasi ini dinilai *friendly* dan mudah digunakan, fitur lengkap, pengguna nyaman dalam mengaplikasikan, dan penyelesaian komplek tertangani dengan sangat baik.

Kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna berujung pada *rating* 4,9 untuk aplikasi ini dengan jumlah unduhan lebih dari 100.000 kali.

Jika dibandingkan dengan *rating* Mitra Finpay pada Google Play dan App Store sebesar 1,8 (*data diambil tanggal 18 Mei 2024*) terdapat Gap yang cukup jauh dengan aplikasi POS lainnya. Meskipun pada akhir penelitian (akhir Q4 2024) terdapat kebijakan korporasi di Telkom Group dimana pengelolaan pelanggan Indibiz dialihkan ke Finnet dengan memanfaatkan aplikasi Mitra Finpay yang berimpact pada kenaikan *rating* yang cukup signifikan yaitu semula memiliki *rating* 1,8 menjadi 4,9, namun jika diteliti lebih dalam dari sudut pandang *review customer* maka masih ditemukan banyaknya keluhan atas ketidaknyamanan mereka dalam menggunakan aplikasi Mitra Finpay.

Dalam tabel 1.2. di bawah, beberapa penjelasan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing aplikasi POS.

Tabel 1.2.
Kelebihan dan Kekurangan Aplikasi POS di Indonesia
Sumber: Data Diolah (2024)

Nama Aplikasi	Nama Perusahaan	Kelebihan	Kekurangan
Kasir Pintar	PT. Kasir Pintar Internasional	<ul style="list-style-type: none"> - Mudah diinstal. - Instruksi penggunaannya cukup jelas. - Harga berlangganan bervariasi sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan - Tersedia Versi Gratis terbatas waktu 	<ul style="list-style-type: none"> - Kapasitas penyimpanan terbatas sehingga kurang sesuai untuk bisnis besar - Versi gratis hanya tersedia 30 hari. - Masih banyak terjadi <i>bug</i> dan <i>crash</i> pada versi gratis.
Mesin Kasir (<i>Cash Register</i>)	PT. Selada MK	<ul style="list-style-type: none"> - Mudah diinstal dan lebih mudah digunakan. - Harga lebih murah (dibanding harga 	<ul style="list-style-type: none"> - Proses verifikasi data memakan waktu lebih dari 3 hari. - Fitur terbatas

Nama Aplikasi	Nama Perusahaan	Kelebihan	Kekurangan
		POS berbasis Software) - Bisa digunakan untuk skala usaha apapun.	- Masih banyak terjadi <i>bug</i> dan <i>crash</i> pada versi gratis.
Kasir POS Aplikasir	PT. Aplikasi Niaga Indonesia	- Mudah diinstal dan tampilan lebih sederhana. - Fitur-fitur yang tersedia tidak terlalu kompleks sehingga lebih cocok untuk bisnis kecil	- Tidak fleksibel jika butuh diintegrasikan dengan aplikasi lainnya - Tampilan terkesan lebih sederhana - Proses registrasi memakan waktu lebih lama

Dengan kelebihan dan kekurangan dari aplikator POS di Indonesia yang sudah disebutkan di atas, artinya tidak ada ruang kualitas yang terlalu jauh antar aplikator. Semua aplikator dapat terus berinovasi dan berkembang untuk menjadi jauh lebih baik lagi, termasuk aplikasi Mitra Finpay milik PT. Finnet Indonesia. Saat ini, di *Google Play* banyak review dari pengguna yang menyatakan ketidaknyamanan dalam penggunaan aplikasi Mitra Finpay antara lain ketidaklengkapan Fitur, tidak nyaman saat bertransaksi, pengaturan info profile (setting) tidak lengkap dan lain-lain. Hal ini berujung pada *rating* yang rendah yaitu 1,8 dan jumlah unduhan lebih dari 10.000 kali.

Sejak diluncurkan ke *market* di akhir Tahun 2020, jumlah *subscriber* Mitra Finpay mengalami pertumbuhan tetapi total *subscriber* yang tidak aktif cukup besar yaitu >75% yang berarti *subscriber* aktif yang bertransaksi <25% dari total *subscriber*. Dari data ini terlihat bahwa masih ada ruang inovasi yang dibutuhkan oleh Mitra Finpay agar dapat lebih optimal (PT. Finnet Indonesia, 2024). Data tersebut sebagaimana digambarkan dalam tabel berikut.

Tabel 1.3.
Subscriber Mitra Finpay
Sumber: Data Diolah (2024)

TAHUN	TOTAL SUBSCRIBER	TOTAL SUBSCRIBER AKTIF	% SUBSCRIBER AKTIF	TOTAL SUBSCRIBER TIDAK AKTIF	% SUBSCRIBER TIDAK AKTIF
2020	2,546	37	1%	2,509	99%
2021	5,732	760	13%	4,972	87%
2022	11,119	1,119	10%	10,000	90%
2023	16,966	2,660	16%	14,306	84%
s/d Feb 2024	17,210	3,489	20%	13,721	80%

Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya pengembangan kembali dengan evaluasi dan perbaikan pada aplikasi Mitra Finpay. Salah satu metode yang sering digunakan dalam proses evaluasi dan perbaikan pada aplikasi digital pada *smartphone* adalah metode *design thinking*. *Design thinking* merupakan proses pemecahan masalah dengan pendekatan “*human centered*” yang berfokus untuk menghasilkan kelayakan teknologi dan kelayakan ekonomi dari sudut pandang pelanggan (Kelley, D., & Brown, T, 2018). Ide dasarnya adalah menanyakan apa yang sebenarnya dirasakan dan diinginkan pengguna, bukan apa yang dirasakan dan diinginkan pengguna menurut perusahaan. Pelaku bisnis akan memperhatikan bagaimana konsumen menggunakan produk atau layanan dan terus melakukan peningkatan kepadanya dan bergantung pada observasi, bagaimana orang-orang berinteraksi dengan lingkungan, dan untuk itu dibutuhkan proses berulang.

Penelitian yang dilakukan (Chasapis & Douligeris, 2023) mencoba melakukan pembuatan aplikasi yang dibuat sesuai ekspektasi pengguna dengan pendekatan metode *design thinking*. (Patricio, et al, 2020) menggunakan pendekatan gamifikasi dan *design thinking* dalam proses inovasi perusahaan. Sementara (Hasibuan, et al, 2023) menggunakan pendekatan *design thinking* untuk meningkatkan *user experience* pengguna aplikasi. Hasil penelitian yang serupa juga terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh (Bisma, et al, 2021) yang mencoba

melakukan pengembangan aplikasi yang sudah ada untuk kemudian dilakukan evaluasi dan perbaikan menggunakan metode *design thinking*.

Dari rujukan di atas, maka dalam permasalahan yang dihadapi oleh Mitra Finpay, diperlukan pengembangan kembali aplikasi berdasarkan dari pengalaman pengguna (*user experience*) dengan menggunakan pendekatan *design thinking*. Menurut (Wardana & Prisma, 2022) metode ini terdiri dari lima tahapan yang harus dilakukan, yaitu *emphatize* yang bertujuan untuk menggali dan memahami permasalahan yang dihadapi oleh pengguna. Kemudian tahapan kedua ialah *define* yang menganalisis kebutuhan dengan melakukan analisis dari hasil *emphatize*. Tahap selanjutnya ialah *ideate* untuk merumuskan solusi dari penyelesaian masalah yang telah dianalisis pada tahapan *define*. Setelah itu ialah *prototyping* yang merupakan tahapan untuk merancang desain suatu produk yang akan dibuat dan siap untuk diuji coba kepada pengguna. Di tahap akhir yaitu *testing* untuk melakukan uji coba desain aplikasi untuk mendapatkan hasil *feedback* dari pengguna apakah solusi yang dibuat telah mengatasi permasalahan yang ada atau belum.

Metode *design thinking* menitikberatkan pada penerapan pendekatan kolaboratif, kreativitas, dan pemikiran konvensional dalam merancang solusi yang relevan dan bermanfaat dengan menggabungkan pemahaman empati terhadap pengguna dengan pendekatan eksploratif dan eksperimental (Bisma, et al, 2021). Oleh karena itu, metode *design thinking* memungkinkan adanya penemuan solusi yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna aplikasi Mitra Finpay yang sebagian besar adalah UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk tahapan evaluasi dan perbaikan terhadap aplikasi Mitra Finpay dalam rangka meningkatkan *user experience* pengguna aplikasi.

1.3. Perumusan Masalah

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang *fintech*, PT. Finnet Indonesia melalui produknya, berupa aplikasi Mitra Finpay, terus berusaha untuk merangkul UMKM agar dapat melakukan transformasi digital. Aplikasi Mitra Finpay menawarkan tiga solusi, yaitu Solusi *Quick Response Code*

Indonesian Standard (QRIS), Solusi Point Of Sales-Microsite (POS-MS), dan Solusi Payment Point Online Banking (PPOB). Ketiga fitur ini dibutuhkan oleh UMKM dalam rangka memasuki ranah ekosistem digital.

Sejalan dengan visi dan misi Finnet (yang merupakan bagian dari Telkom Group) dalam menyikapi peralihan industri ke digital, mendukung program Digitalisasi Nasional dan menginternalisasikan transformasi digital, Finnet mengembangkan produk Mitra Finpay untuk membantu pemerintah melakukan digitalisasi UMKM dengan target 30 juta UMKM terdigitalisasi pada tahun 2024 (Finnet, 2024). Mitra Finpay diharapkan dapat merangkul UMKM untuk dapat melakukan transformasi digital. Aplikasi Mitra Finpay menawarkan tiga solusi, yaitu Solusi QRIS, Solusi POS-MS, dan Solusi PPOB.

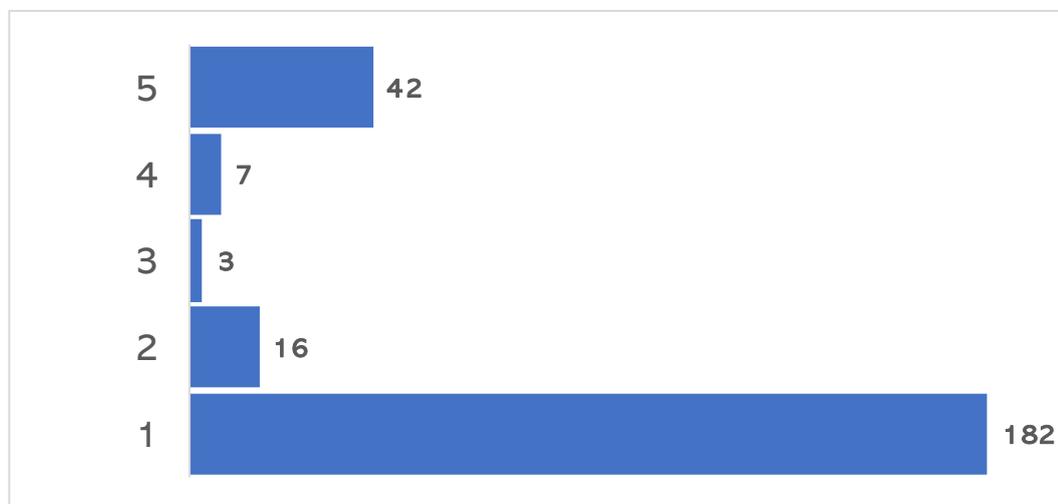
Namun, walaupun aplikasi Mitra Finpay sudah berjalan sejak akhir tahun 2020, ternyata masih ditemukan berbagai tantangan dan hambatan. Aplikasi ini telah berjalan sejak akhir tahun 2020 dan telah tersedia di *Play Store* dan *App Store*, namun review yang didapatkan dari pengguna masih mengeluhkan ketidaknyamanan dalam penggunaan aplikasi yang berujung pada *rating* yang rendah. Terdapat gap yang cukup signifikan antara Mitra Finpay dengan aplikasi POS lainnya di jumlah unduhan, *rating* dan *review-review* dari pengguna. Hal ini memperlihatkan dengan jelas bahwa ada ruang pengembangan yang masih bisa dilakukan oleh Finnet untuk memaksimalkan layanan Mitra Finpay.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan pengguna aplikasi Mitra Finpay, pengguna tertarik menggunakan aplikasi Mitra Finpay karena aplikasinya mudah diinstal, memiliki *user interface* menarik dan mudah dipahami, serta dapat digunakan pada skala dan jenis usaha apa pun. Namun, pengguna juga mengeluhkan adanya ketidaknyamanan dalam penggunaan dan faktor kepercayaan menjadi salah satu yang dikeluhkan oleh pengguna karena banyaknya data-data yang harus dimasukkan diawal sementara calon pengguna masih berniat untuk melakukan observasi aplikasi serta keluhan terkait kesulitan penggunaan aplikasi yang berkaitan dengan fitur dan teknologi dari aplikasi Mitra Finpay. Selain itu, pengguna juga dapat mengalami kesulitan dalam memahami instruksi atau langkah-langkah yang diberikan selama proses registrasi dan aktivasi QRIS. Beberapa fitur

yang dibutuhkan oleh Pengguna dalam menjalankan usahanya juga belum tersedia di Mitra Finpay, padahal fitur-fitur tersebut di beberapa aplikasi sudah tersedia sebagaimana informasi yang dirumuskan oleh peneliti dari wawancara awal dengan pengguna.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan *developer* yang melakukan pengembangan aplikasi, didapatkan informasi bahwa aplikasi Mitra Finpay seharusnya masih dapat terus berinovasi dan dikembangkan namun apa yang sebenarnya menjadi *pain* dan *gain* pengguna dan calon pengguna masih harus didefinisikan dengan jelas sehingga arah pengembangan aplikasi lebih efektif dan efisien serta memenuhi kebutuhan pengguna dan calon pengguna.

Berdasarkan hasil pengamatan dari *review* di *Play Store*, didapatkan data sebagai berikut.



Gambar 1.3.
Review Aplikasi Mitra Finpay di Google Play Store
Sumber: Google Play Store – Data Diolah (2024)

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa jumlah pengguna yang memberikan *rating* 1 sebanyak 182 orang, *rating* 2 sebanyak 16 orang, *rating* 3 sebanyak 3 orang, *rating* 4 sebanyak 7 orang, dan *rating* 5 sebanyak 42 orang. Dari jumlah tersebut dapat diambil rata-rata *rating* aplikasi Mitra Finpay adalah 1,8 dari skala maksimal 5 (*data diambil tanggal 18 Mei 2024*). Banyaknya jumlah pengguna yang mengalami ketidakpuasan dan memberikan *rating* rendah membuktikan bahwa terdapat permasalahan yang serius pada aplikasi Mitra Finpay. Manajemen

diharapkan perlu segera melakukan evaluasi dan perbaikan agar aplikasi ini dapat memenuhi kebutuhan dan harapan dari pengguna.

Permasalahan pada aplikasi POS dapat diselesaikan dengan menggunakan *design thinking*. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sidhunata et al, 2023) dimana permasalahan yang terjadi pada sistem POS dapat diselesaikan dengan menggunakan tahapan *design thinking* untuk memetakan permasalahan utama yang dihadapi oleh *user* mereka. Pada penelitian (Sidhunata et al, 2023) disebutkan bahwa terjadinya perubahan sistem transaksi membuat permasalahan muncul. Untuk meminimalisir adanya *human error*, dibutuhkan sebuah solusi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah dengan melihat permasalahan utama yang dihadapi oleh *user*.

Sehingga, selaras dengan penelitian yang akan dilakukan dimana dengan adanya perkembangan sistem POS pada dunia ekonomi, maka memunculkan permasalahan-permasalahan yang perlu segera diselesaikan. Namun, tidak semua permasalahan dapat dianggap sebagai permasalahan utama, sehingga diperlukan penggalan masalah utama untuk menentukan solusi yang dapat di implementasikan dengan tepat.

Berdasarkan literatur dari penelitian terdahulu, maka metode yang cocok digunakan untuk mengatasi permasalahan pada aplikasi Mitra Finpay adalah metode *design thinking*. Ini sesuai dengan penelitian dari (Chasapis & Douligeris, 2023) yang menggunakan metode *design thinking* dalam pengembangan aplikasi berdasarkan dari pengalaman pengguna.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana permasalahan utama yang dihadapi pengguna dalam menggunakan aplikasi Mitra Finpay?
2. Bagaimana solusi yang tepat yang sesuai dengan kebutuhan pengguna aplikasi Mitra Finpay?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengeksplorasi permasalahan utama yang dihadapi pengguna dalam pemanfaatan aplikasi Mitra Finpay menggunakan metode *design thinking*.
2. Untuk mengeksplorasi solusi yang tepat bagi pengguna aplikasi Mitra Finpay menggunakan metode *design thinking*.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menambah khasanah keilmuan dan perspektif baru khususnya teori mengenai analisis pengembangan aplikasi menggunakan pendekatan *design thinking*.
2. Penelitian ini menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana *design thinking* bekerja dan bagaimana dapat diterapkan secara efektif dalam berbagai konteks.
3. Penelitian ini menghasilkan inovasi dalam metodologi *design thinking* dan memungkinkan pengaplikasian metode *design thinking* pada bidang-bidang baru.

1.6.2. Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menjadi referensi dan rujukan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai analisis pengembangan aplikasi menggunakan pendekatan *design thinking*.
2. Penelitian ini dapat menghasilkan temuan baru yang memperluas pemahaman peneliti lain tentang bagaimana *design thinking* bekerja, bagaimana dapat diterapkan secara efektif, dan bagaimana dapat menghasilkan solusi yang inovatif dan bermanfaat.

3. Penelitian ini dapat memberikan *insight* terutama dalam penggunaan alat ukur yang digunakan dalam pendekatan *design thinking*.

1.6.3. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi manajemen PT. Finnet Indonesia dalam *roadmap* pengembangan aplikasi Mitra Finpay yang sesuai untuk pengguna pelaku UMKM.
2. Penelitian ini dapat mendorong PT. Finnet Indonesia untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka dengan lebih baik, sehingga mereka dapat mengembangkan solusi yang bermanfaat yang sesuai dengan kebutuhan pengguna/*market*.

1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran yang sistematis dan terstruktur dalam penulisan penelitian ini, maka penelitian ini terbagi dalam lima bab yang saling berkaitan antara bab yang satu dengan bab yang lainnya. Adapun pembahasan dari penelitian ini disajikan dalam sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN,

Bab ini menguraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA,

Bab ini menjelaskan teori yang menjadi landasan yang didapat dari penelitian sebelumnya untuk membangun kerangka berpikir mengenai pengembangan aplikasi menggunakan metode *design thinking* yang akan menjadi acuan untuk membangun model empiris.

BAB III METODE PENELITIAN,

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian yang dilakukan, tahapan kegiatan penelitian, sumber data, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN,

Bab ini digunakan untuk menjelaskan dan menyajikan proses pengolahan data, serta pembahasan dan kesimpulan terhadap pengujian masing-masing metode yang ditawarkan pada penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN,

Bab ini merupakan penyelesaian dari keseluruhan penelitian di mana terdapat kesimpulan dan saran mengenai perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya.