

ABSTRAK

Aplikasi Finpay Money merupakan aplikasi dompet digital milik PT Finnet Indonesia yang ditujukan untuk pengguna akhir perorangan yang sejalan dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) milik pemerintah. Berdasarkan jumlah dan hasil penilaian dari pengguna Finpay Money, aplikasi tersebut memiliki *rating* yang lebih rendah dibandingkan dengan para kompetitor, baik di *Google Play Store* maupun di *Apps Store*. Ditemukan pula ketidaknyamanan pengguna dalam penggunaan aplikasi Finpay Money berdasarkan *review* dan hasil wawancara awal.

Melihat fenomena tersebut, penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengidentifikasi pendekatan yang tepat dalam pengembangan *user experience* pengguna aplikasi Finpay Money menggunakan metode *design thinking*. Metode *design thinking* yang digunakan melewati tujuh tahapan, yaitu tahap *understand*, *observe*, *define point of view (PoV)*, *ideate*, *prototype*, *test*, dan *reflect*.

Penelitian yang dilakukan masuk ke dalam kategori penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan informan kunci yang berasal dari pengguna aplikasi Finpay Money. Hasil penelitian yang dilakukan dapat menjadi bahan ajar dan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dengan nilai ukur yang berbeda serta *action plan* bagi PT Finnet Indonesia dalam meningkatkan kinerja aplikasi Finpay Money.

Peneliti menyusun prioritas masalah pada tahap *define PoV*. Pemetaan kebutuhan pengguna terhadap aplikasi *Finpay Money* dilakukan pendekatan *Jobs To Be Done (JTBD)* dengan *How Might We (HMW) Question* sebagai fokus dalam melakukan penelitian. Penelitian kemudian masuk ke tahap *ideate* melalui proses *brainstorming* untuk menghasilkan ide-ide dari permasalahan yang ada. Solusi dari masalah penggunaan aplikasi ditemukan melalui *dot voting* untuk mengetahui ide paling sesuai dengan kebutuhan pengguna aplikasi *Finpay Money*.

Hasil penelitian berupa prototipe dengan tiga fitur, yaitu fitur *onboarding*, *loyalty points*, dan *biometric authentication*. Pengujian prototipe pada tahap *test* melalui *usability testing* menunjukkan hasil skor sebesar 91,5 yang termasuk dalam kategori *excellent*. Para narasumber memberikan umpan balik positif terhadap perubahan yang dikembangkan dalam proses perolehan *point* di fitur *loyalty points*. Selain itu, terdapat beberapa masukan dari narasumber terkait perluasan kerjasama promo/*loyalty points* yang dapat ditransaksikan/di-*redeem* pada merchant-merchant besar.

Kata kunci: non tunai, *user experience*, *design thinking*