

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil PT Finnet Indonesia

Salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang teknologi keuangan (*finance technology*) adalah PT Finnet Indonesia (untuk kemudian disingkat Finnet). Perusahaan ini didirikan pada tahun 2006 yang 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.

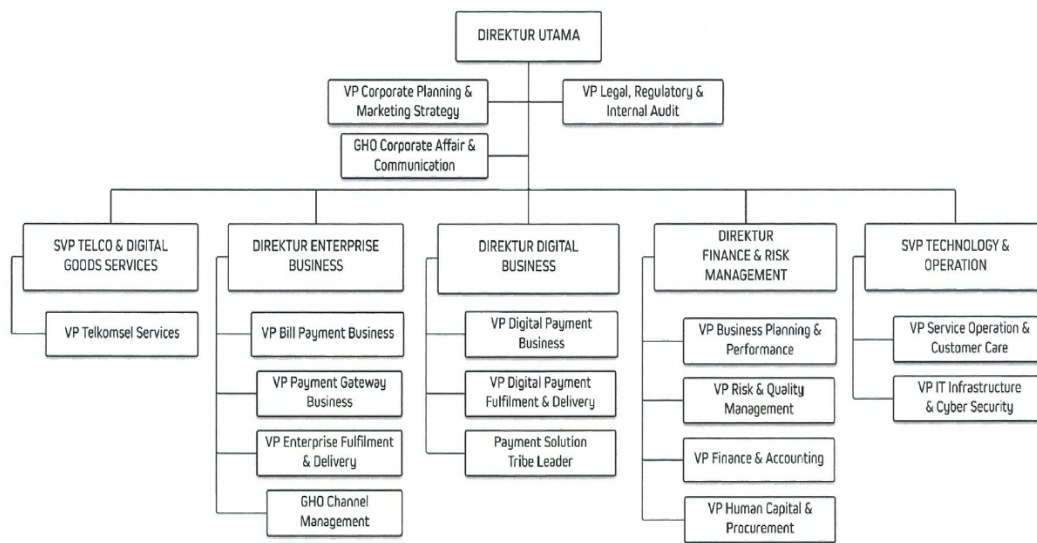
Visi Finnet adalah menjadi *digital financial service company* pilihan untuk mengakselerasi inklusi keuangan Indonesia. Sementara misi dari Finnet adalah:

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*). Tiga portofolio utama yang dikeluarkan Finnet adalah *Bill Payment Aggregator*, *Bill Payment Switching* dan *Online Payment Solution* dengan brand bernama Finpay. Finpay dikenal sebagai layanan keuangan berbasis teknologi yang menyediakan layanan dari beberapa sektor, seperti industri perbankan, transportasi dan logistik, pemerintahan, *e-commerce*, gerai waralaba, telekomunikasi, perusahaan penyedia layanan yang menyediakan tagihan rutin (PLN, PDAM, dan lain-lain) serta menyediakan solusi dompet digital dan *point of sales* (POS) yang dapat membantu para UMKM dalam menjalankan bisnisnya.

Saat ini Finnet sudah mengantongi delapan lisensi dari Bank Indonesia, yaitu *Acquiring* Kartu Debit, Kepesertaan BI-RTGS, Penyelenggara QRIS MPM & CPM, Penerbit Uang Elektronik, Penyelenggara Dompot Elektronik, Penyelenggara Payment Gateway, Penyelenggara Pengiriman Uang, dan 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.

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 Finpay Remittance

Salah satu produk *remittance* yang disediakan oleh PT Finnet Indonesia adalah Finpay Remittance. Layanan ini memungkinkan pengiriman uang secara

real-time dari luar negeri ke Indonesia dengan biaya yang kompetitif dan proses yang mudah. Jenis-jenis layanan Finpay Remittance antara lain:

1. *Cash to Bank Account*

Merupakan penyediaan layanan transfer atau pengiriman uang dalam bentuk valuta asing baik penerimaan (*incoming*) maupun pengiriman (*outgoing*) dan *demand draft* dari dan ke luar negeri maupun dalam negeri dengan tujuan akun rekening bank.

2. *Cash to Cash*

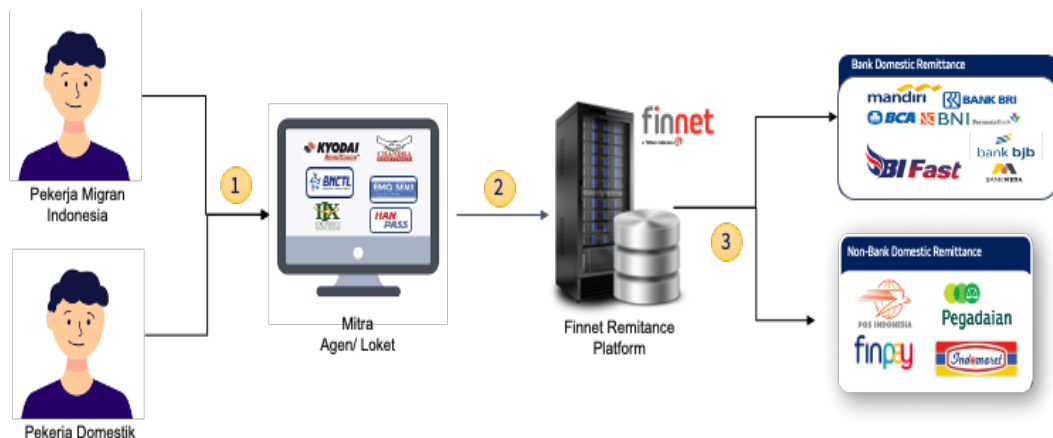
Merupakan penyediaan layanan transfer atau pengiriman uang dalam bentuk valuta asing baik penerimaan (*incoming*) maupun pengiriman (*outgoing*) dan *demand draft* dari dan ke luar negeri maupun dalam negeri dengan tujuan kanal penerima pada *cash point* yang telah ditentukan.

3. *Cash to e-Money*

Merupakan penyediaan layanan transfer atau pengiriman uang dalam bentuk valuta asing baik penerimaan (*incoming*) maupun pengiriman (*outgoing*) dan *demand draft* dari dan ke luar negeri dengan tujuan akun rekening e-money (uang elektronik).

4. *Co-Branding Remittance Platform*

Merupakan solusi penyediaan platform *remittance* untuk mitra yang akan mengembangkan solusi atau layanan *remittance*.



Gambar 1.2.

Gambaran Proses Layanan Finpay Remittance

Sumber: PT Finnet Indonesia (2024)

Gambar 1.2 di atas menggambarkan proses layanan Finpay Remittance. Alur pertama adalah Pekerja Migran Indonesia (PMI) dan atau pekerja domestik mengirimkan uangnya melalui mitra agen yang sudah bekerjasama dengan Finpay Remittance. Mitra agen kemudian mengirimkan uangnya melalui Finnet Remittance Platform, dan uangnya bisa diambil di bank domestic remittance dan atau non-bank domestic remittance yang telah bekerjasama dengan PT Finnet Indonesia.

Layanan Finpay Remittance juga menawarkan berbagai layanan dan fitur, antara lain:

- a. Pengiriman Uang *Real-time*, Uang yang dikirimkan akan diterima oleh penerima di Indonesia secara *real-time*.
- b. Biaya Kompetitif, Finpay Remittance menawarkan biaya transfer yang kompetitif dibandingkan dengan layanan remitansi lainnya.
- c. Proses Mudah, Pengiriman uang dapat dilakukan dengan mudah melalui berbagai agen Finpay dan mitra yang bekerjasama.
- d. Jaringan Luas, Finpay Remittance memiliki jaringan yang luas di berbagai negara, sehingga memudahkan pengiriman uang dari luar negeri ke Indonesia.
- e. Keamanan Terjamin, Finpay Remittance menggunakan teknologi yang aman dan terjamin untuk melindungi setiap transaksi.

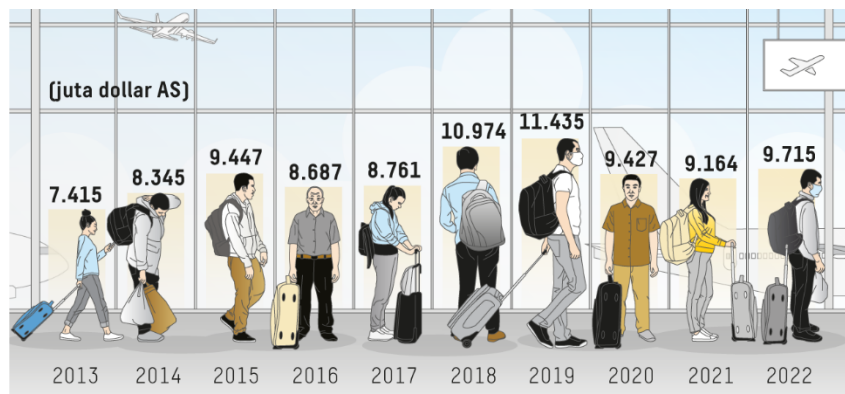
1.2. Latar Belakang Penelitian

Sistem pembayaran digital merupakan hal mendasar dalam transformasi ekonomi modern dan memainkan peran penting dalam memfasilitasi transaksi keuangan yang efisien dan aman di era digital. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, perilaku konsumen telah bergeser secara signifikan dari transaksi tradisional ke transaksi *online*. Fenomena ini didorong oleh aksesibilitas, kecepatan, dan kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital. Dalam konteks global, sistem pembayaran digital tidak hanya memberikan solusi nyaman untuk kebutuhan transaksi sehari-hari, namun juga mendorong pertumbuhan ekonomi

secara keseluruhan dengan memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi bisnis (Bolonin, et al, 2021).

Berkembangnya sistem transaksi pembayaran digital meruntuhkan batas-batas antar negara (Asmara, 2011). Terkini seluruh masyarakat di dunia dapat melakukan transaksi antar negara dengan mudah, cepat dan aman. Salah satu layanan transaksi pembayaran digital lintas batas secara internasional adalah *remittance*. *Remittance* dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti transfer bank, layanan transfer uang online, agen pengiriman uang, atau sistem pembayaran digital lainnya.

Di Indonesia, layanan *remittance* menjadi salah satu sumber pendapatan devisa negara. *Remittance* yang masuk ke Indonesia kebanyakan berasal dari Pekerja Migran Indonesia (PMI). Menurut data dari (BP2MI, 2024), jumlah PMI sepanjang tahun 2023 adalah sebesar 274.965 orang. Gambaran remitansi PMI hingga tahun 2022 dapat dilihat pada Gambar 1.2 di bawah ini.



Gambar 1.3.
Gambaran Remitansi Pekerja Migran Indonesia

Sumber: Bank Indonesia – Data Diolah (2024)

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa jumlah devisa negara yang didapatkan dari remitansi PMI pada tahun 2022 adalah sebesar 9,715 Miliar USD atau sekitar 145 Triliun Rupiah. Data tersebut menggambarkan bahwa terjadi peningkatan jumlah devisa negara dibandingkan tahun sebelumnya pada tahun 2021 yang berjumlah sebesar 9,164 Miliar USD atau sekitar 137 Triliun Rupiah dan pada tahun 2020 yang berjumlah 9,427 Miliar USD atau sekitar 141 Triliun Rupiah.

Dengan jumlah devisa yang disumbangkan oleh PMI tersebut, dapat terlihat bahwa terdapat potensi nilai yang cukup besar dalam bisnis remitansi. Saat ini di Indonesia, berdasarkan data dari APPUI (Asosiasi Penyelenggara Pengiriman Uang Indonesia) sampai dengan akhir tahun 2023 terdapat kurang lebih 160 perusahaan remitansi yang tersebar di seluruh Indonesia. Saat ini, tingkat persaingan usaha remitansi di Indonesia melibatkan tiga pihak, yaitu perbankan, perusahaan transfer dana bukan bank, dan perusahaan multinasional. Tabel di bawah ini adalah gambaran perusahaan remitansi di Indonesia yang berada di peringkat teratas.

Tabel 1.1.

Perusahaan Remittance Pilihan Utama PMI

No.	Nama Produk	Negara Asal	Jumlah Negara Remitansi	Harga Jasa
1	Western Union	AS	>200	Rp. 28.000,-
2	MoneyGram	AS	>200	Tidak diketahui
3	Kangaroo Services	Australia	>20	Tidak diketahui
4	TopRemit	Indonesia	>60	Rp. 100.000,-

Sumber: Data PT Finnet Indonesia (2024)

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa saat ini Western Union masih tetap menjadi pilihan utama PMI dalam pengiriman uang. Western Union adalah perusahaan multinasional penyedia layanan pengiriman uang terbesar di dunia yang berasal dari Amerika Serikat. Berbekal pengalaman lebih dari 135 tahun dalam bisnis pengiriman uang, Western Union menyediakan jasa pengiriman uang di 510.000 lokasi di kurang lebih 200 negara di dunia.

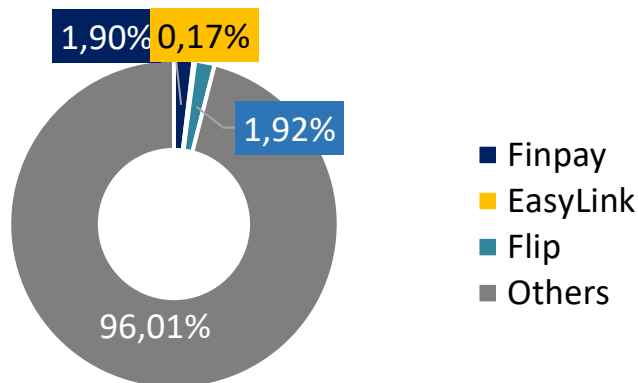
Pesaing terdekat Western Union adalah MoneyGram yang merupakan perusahaan multinasional asal Amerika Serikat. Saat ini MoneyGram memiliki lebih dari 2.500 agen di seluruh Indonesia dan sudah bekerja sama dengan beberapa bank nasional, seperti BCA, CIMB Niaga, dan Bank Mega. Biaya kirim transfer uang melalui MoneyGram lebih murah dari Western Union.

Kangaroo Services adalah perusahaan multinasional penyedia layanan pengiriman uang yang berasal dari Australia. Perusahaan ini telah beroperasi lebih dari 10 tahun melayani pengiriman uang ke 20 negara di wilayah Australia dan

Asia. Layanan perusahaan ini cukup populer di Indonesia karena memfokuskan diri di wilayah Asia dan Australia.

TopRemit adalah perusahaan remitansi yang berasal dari Indonesia. Perusahaan ini merupakan pelopor penyedia layanan remitansi secara *online* di Indonesia pada tahun 2018. Bahkan pada tahun 2019, perusahaan ini mendapatkan penghargaan dari Bank Indonesia sebagai “*The Best Money Transfer Provider in 2019*”. Saat ini TopRemit dapat melayani pengiriman uang ke kurang lebih 60 negara tujuan di seluruh dunia.

Dari keempat perusahaan yang ada pada tabel 1.1 di atas, hanya satu perusahaan saja yang berasal dari Indonesia. Kondisi ini menunjukkan bahwa perusahaan multinasional masih menguasai pangsa pasar remitansi di Indonesia. Hal ini sejalan dengan data dari Finnet yang menggambarkan *market share* remitansi Finpay Remittance seperti dalam gambar di bawah ini.



Gambar 1.4.

Market Share Remittance di Indonesia Tahun 2023

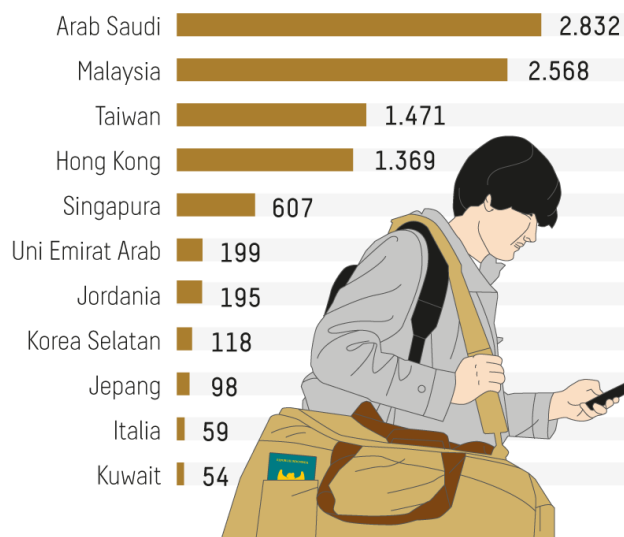
Sumber: Data PT Finnet Indonesia (2024)

Dari gambar di atas dapat diketahui *market share* Finpay Remittance hanya 1,90%. Pesaing terdekat Finpay Remittance adalah Easylink dengan pangsa pasar 0,17% dan Flip dengan pangsa pasar 1,92%. Kecilnya angka ini merupakan salah satu fenomena yang terjadi dalam penelitian ini.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap narasumber internal perusahaan, PT Finnet Indonesia sudah memiliki produk

remittance bernama Delima sejak tahun 2013. Produk ini pada mulanya diluncurkan oleh PT. Telkom Indonesia, Tbk. pada tahun 2011 sesuai dengan perubahan portofolio perusahaan pada saat itu yang mulai memasuki *financial business*. Namun, pada tahun 2013, PT. Telkom Indonesia, Tbk. selaku induk perusahaan menyerahkan produk ini kepada anak perusahaannya, yaitu PT Finnet Indonesia.

Untuk pengembangan usaha dari bisnis *remittance* ini, kemudian PT. Finnet melakukan *rebranding* menjadi Finpay Remittance pada tahun 2019. Tujuan perusahaan melakukan *rebranding* adalah untuk mengakomodir PMI agar dapat dengan mudah melakukan pengiriman uang dari luar negeri ke dalam negeri. Saat ini, Finpay Remittance sudah tersedia di 7 negara di dunia, yaitu Malaysia, Hongkong, Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Timor Leste dan Arab Saudi. Ketersediaan layanan ini juga didukung dengan kerjasama dengan *foreign partner* di tujuh negara tersebut, serta kurang lebih 90 saluran bank domestik dan 3 saluran non-bank domestik.



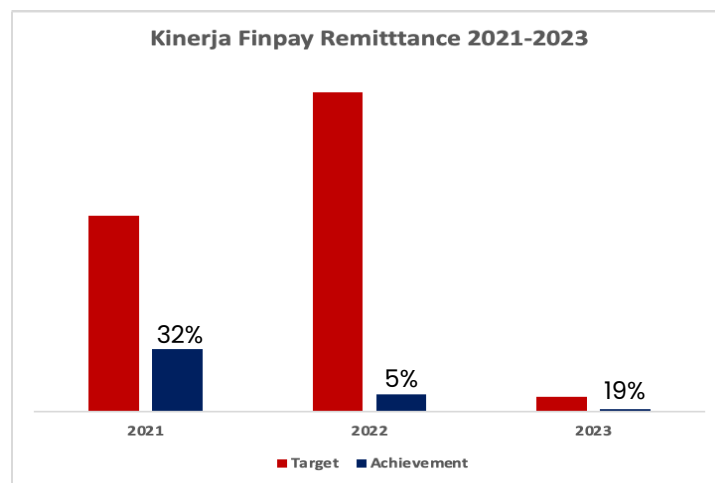
Gambar 1.5.

Negara Asal Remitansi PMI Tahun 2022

Sumber: Bank Indonesia – Data Diolah (2024)

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa Finpay Remittance belum tersedia di beberapa negara yang menjadi asal dari remitansi PMI pada tahun 2022.

Negara-negara tersebut diantaranya adalah Singapura, Uni Emirat Arab, Yordania, Italia, dan Kuwait. Dengan potensi besar pada bisnis *remittance* di Indonesia, tentu saja menarik minat baik perusahaan domestik maupun perusahaan global untuk memanfaatkan keuntungan dari layanan ini. Berikut ini adalah potret performansi Finpay Remittance dalam tiga tahun terakhir.



Gambar 1.6.

Kinerja Finpay Remittance 2021-2023

Sumber: PT Finnet Indonesia (2024)

Hal ini juga tergambar dalam potret performansi produk Finpay Remittance selama 3 tahun terakhir. Dari data di atas dapat dilihat bahwa Finpay Remittance mengalami stagnansi dan pencapaiannya belum menghasilkan kinerja yang optimal, bahkan menjauh dari target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Walaupun kinerja tahun 2023 secara persentase masih cukup baik dibandingkan dengan tahun 2022, namun masih cukup jauh dari target perusahaan. Untuk itu perlu dilakukan analisis terkait kinerja dari Finpay Remittance.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui kekurangan aplikasi adalah dengan menggunakan pendekatan *design thinking*. Penelitian yang dilakukan oleh (Bisma & dkk., 2021) melakukan pengembangan aplikasi yang sudah ada untuk kemudian dilakukan evaluasi dan perbaikan menggunakan metode

design thinking. Menurut (Wardana & dkk., 2022) metode ini terdiri dari lima tahapan yang harus dilakukan, yaitu diantaranya *empathize* yang berujuan untuk menggali dan memahami permasalahan yang dihadapi oleh pengguna. Kemudian tahapan kedua ialah *define* yang menganalisis kebutuhan dengan melakukan analisis dari hasil *empathize*. 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 & dkk., 2021). Oleh karena itu, metode *design thinking* memungkinkan adanya penemuan solusi yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna Finpay Remittance.

Dari paparan di atas, maka penulis berpendapat bahwa metode yang cocok digunakan dalam permasalahan yang dihadapi oleh Finpay Remittance untuk meningkatkan kinerjanya adalah dengan menggunakan pendekatan *design thinking*. Oleh karena itu, maka judul penelitian penulis adalah “Implementasi *Design Thinking* Pada Pengembangan Produk Finpay Remittance”.

1.3. Rumusan Masalah

Besarnya potensi pada bisnis remitansi di Indonesia yang seharusnya dapat dimanfaatkan oleh Finpay Remittance, namun ternyata tidak diimbangi dengan performansi yang menunjukkan penurunan dan tidak ada perkembangan pada layanan. Hal ini dapat dilihat dari data besarnya jumlah remitansi dari Bank Indonesia yang berbanding terbalik dengan data dari Finpay Remittance. Data Bank Indonesia menunjukkan adanya kenaikan jumlah remitansi dari tahun ke tahun, sementara data dari PT Finnet Indonesia menunjukkan terjadinya penurunan jumlah

realisasi remitansi.

Berdasarkan wawancara awal dengan narasumber pengguna, didapatkan fakta bahwa dalam aplikasi Finpay Remittance masih mengalami kekurangan dalam fitur-fitur yang dimilikinya. Dalam wawancara awal, fitur yang disoroti pengguna yang pertama adalah fitur transfer uang yang tidak memiliki *report* yang memadai, sehingga pengguna terkadang harus mengolah data secara manual. Kemudian yang kedua terkait otorisasi eksekusi transaksi yang tidak menyertakan fitur *approval* bagi pengguna yang memerlukan otorisasi terhadap transaksi, sehingga sangat rawan *fraud* pada sisi pengguna.

Selain itu, pengguna juga mengeluhkan layanan *aftersales* dari aplikasi Finpay Remittance. Seringkali pengguna tidak direspon dengan cepat saat membutuhkan bantuan layanan aplikasi Finpay Remittance. Pengguna harus meminta bantuan layanan karena mengalami ketidakberhasilan dalam *top up* saldo, atau ketidakberhasilan transaksi, namun saldo sudah terpotong, dan bahkan seringkali terjadi transaksi yang dilakukan berulang (*double*). Oleh karena itu perlu dilakukan analisis secara menyeluruh tentang apa saja faktor-faktor yang menjadi penyebab hal tersebut untuk meningkatkan pengalaman pengguna (*user experience*).

Penulis berasumsi bahwa pendekatan design thinking perlu dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan solusi yang tepat bagi pengguna dalam penggunaan layanan Finpay Remittance. Ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bisma & dkk., 2021) dan (Wardana & dkk., 2022) yang menggunakan pendekatan *design thinking* dalam membuat inovasi produk yang berdasarkan pada umpan balik dari pengguna.

1.4. Pertanyaan Penelitian

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

1. Bagaimana *Pain* yang dirasakan dan *Gain* yang diharapkan dalam menggunakan layanan Finpay Remittance?

2. Bagaimana *Problem Statement* dalam proses identifikasi masalah yang harus dipecahkan untuk layanan Finpay Remittance?
3. Bagaimana usulan ide-ide kreatif dan inovatif dalam pengembangan desain layanan Finpay Remittance?
4. Bagaimana purwarupa dari pengembangan layanan Finpay Remittance yang baru?
5. Bagaimana umpan balik dari purwarupa yang diusulkan dalam mengembangkan layanan Finpay Remittance yang baru?

1.5. Tujuan Penelitian

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

1. Memahami kendala yang dihadapi dan kebutuhan pengguna dalam menggunakan layanan Finpay Remittance.
2. Mengidentifikasi *Problem Statement* untuk memahami masalah utama yang harus dipecahkan untuk layanan Finpay Remittance.
3. Memberikan usulan ide-ide kreatif dan inovatif dalam pengembangan desain layanan Finpay Remittance.
4. Memberikan rekomendasi kepada PT Finnet Indonesia berupa solusi dalam bentuk purwarupa pengembangan layanan Finpay Remittance baru yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
5. Melakukan pengujian untuk mendapatkan umpan balik dari purwarupa yang diusulkan dalam pengembangan layanan Finpay Remittance yang baru.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap bidang ilmu manajemen, khususnya manajemen strategi. Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan teori *design thinking*. Penelitian ini

juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya pada konteks perusahaan yang terlibat dalam bisnis remitansi.

2. Aspek Praktis

Bagi perusahaan dalam hal ini PT Finnet Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk merumuskan strategi yang tepat dalam usaha untuk mengembangkan bisnis remitansi yang sedang dijalankan. Penelitian ini juga dapat digunakan oleh manajemen sebagai pertimbangan meningkatkan kinerja Finpay Remittance agar dapat bersaing dan mampu memenuhi target yang diberikan oleh perusahaan.

1.7. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang terstruktur dan sistematis 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:

1. 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.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

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

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian yang dilakukan, metode apa saja yang digunakan pengumpulan data, analisis data dan alat analisis juga sumber data serta tahapan kegiatan penelitian.

4. 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.

5. 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.