

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Whiz merupakan sebuah aplikasi startup yang bergerak di sektor teknologi finansial dan atau manajemen keuangan digital yang ditujukan kepada anak muda (baik itu anak kecil atau remaja). Ide awal Whiz pertama kali dicetuskan pada Juni 2021 oleh 3 orang *Co-Founder*, DS (nama diinisialkan untuk menghormati peraturan sementara dari perusahaan) lulusan *University of California Language & Arts (UCLA)*, FW lulusan *Harvard University*, dan AWL lulusan *University of California Language & Arts (UCLA)* mereka merupakan 3 orang *Co-Founder* yang mendirikan Whiz. Meski ide awalnya pertama kali dicetuskan pada bulan Juni 2021, para *Co-Founder* Whiz baru mulai memformalkan pembangunan perusahaan tersebut pada September 2021. *Co-Founder* meninggalkan pekerjaan mereka yang sebelumnya dan menjadi purna waktu di Whiz pada Januari 2021.

Tujuan diciptakannya aplikasi Whiz dapat dilihat dari beberapa riset yang sebelumnya dilakukan oleh *Co-Founder*. Sekolah di Indonesia, seperti kebanyakan negara, tidak memasukkan keuangan pribadi sebagai bagian dari kurikulum mereka. Terlebih lagi, kebanyakan orang tua di Indonesia cenderung mempertahankan kendali atas keuangan anak remajanya, menyisakan sedikit ruang dan kesempatan bagi remaja untuk mempraktikkan pengelolaan uang secara mandiri. Maka dari itu, terbentuklah aplikasi Whiz yang memiliki tujuan untuk menyediakan platform dimana anak-anak muda Indonesia dapat belajar tentang pengelolaan uang sejak dini (terutama untuk keuangan digital), yang mana mengelola dalam lingkungan yang aman di mana mereka masih bisa mendapatkan bimbingan dari orang tua mereka. Misi dari Whiz adalah membangun generasi masa depan yang melek finansial. Selain itu, aplikasi ini sudah bisa digunakan untuk pembayaran digital atau dapat disebut dalam kategori dompet digital atau *e-money/e-wallet*.

1.1.2 Logo Perusahaan

Dibawah ini adalah gambar logo dari Whiz



Gambar 1.1 Logo Whiz

Sumber : whiz.id, 2023

1.1.3 Visi dan Misi

Adapun visi dan Misi Whiz adalah sebagai berikut :

a. Visi Whiz :

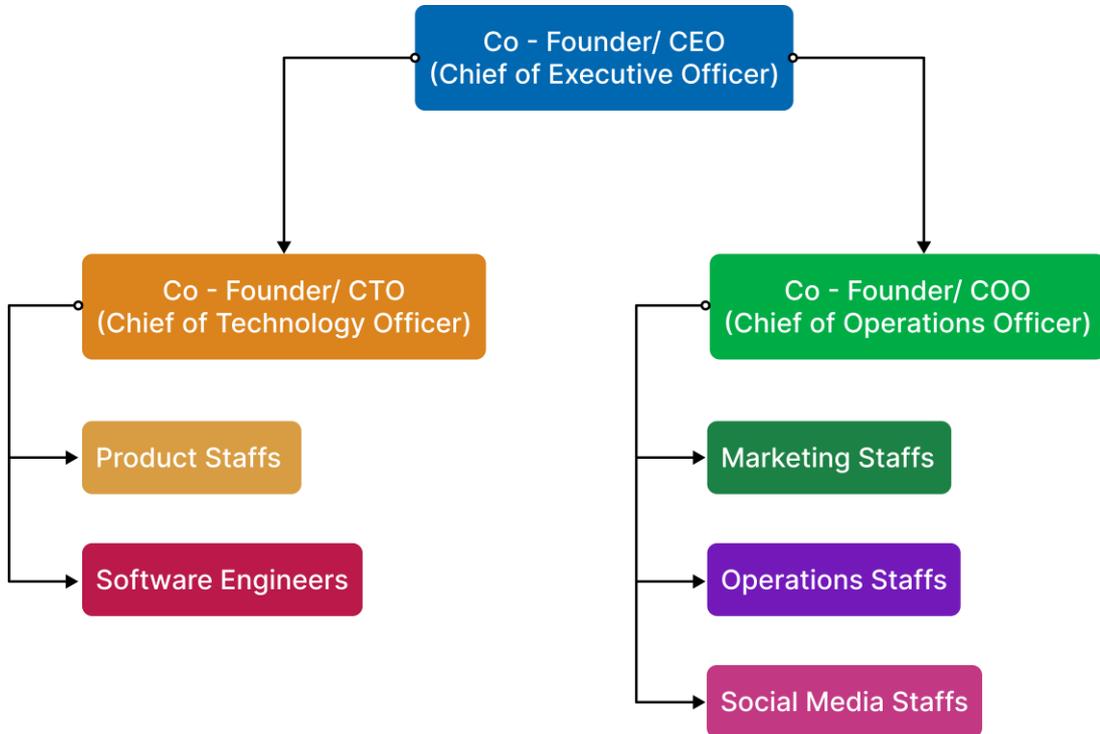
Whiz memiliki visi menjadi sarana media aplikasi keuangan yang berguna untuk mendidik literasi finansial anak, menjadi aplikasi yang bermanfaat untuk sarana belajar mengelola keuangan secara mandiri dengan menghargai nilai uang dari usaha dalam mendapatkan serta menyimpannya.

b. Misi Whiz :

misi yang dilakukan Whiz adalah membangun generasi masa depan yang melek finansial.

1.1.4 Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur dari organisasi Whiz :

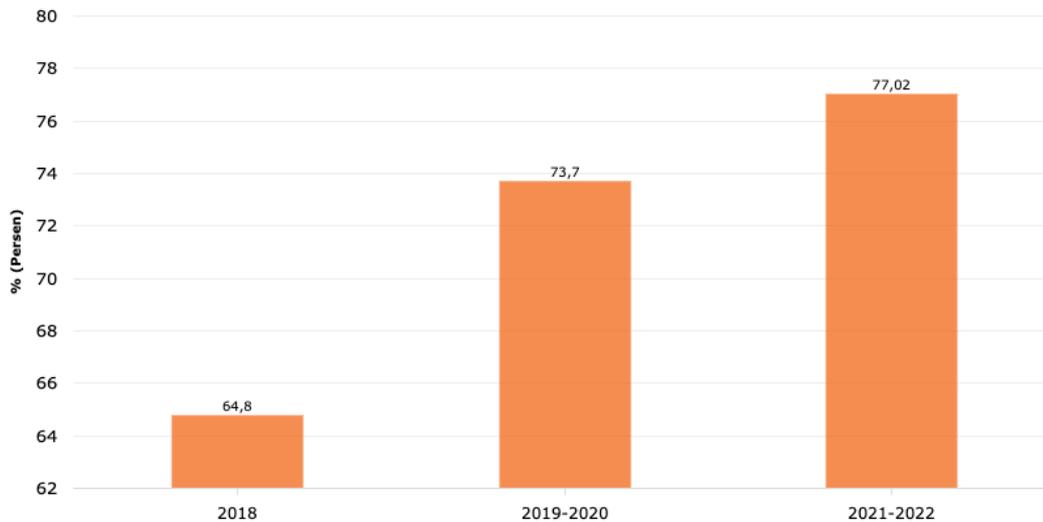


Gambar 1.2 Struktur Organisasi Whiz

Sumber : Data Perusahaan, 2023

1.2. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini, teknologi sudah berkembang dengan cepat sehingga berdampak pada kehidupan sehari-hari yang selalu ada kaitannya dengan teknologi. Teknologi berbasis internet saat ini selalu digunakan dan tidak lepas dari kegiatan sehari-hari masyarakat, karena internet adalah server yang sering digunakan dan paling efisien dalam penggunaan sistem informasi. Salah satunya di Indonesia, internet sudah banyak diketahui oleh berbagai kalangan apalagi generasi muda. Kemajuan internet di Indonesia selalu meningkat tiap tahunnya dengan jumlah yang besar. Tingginya jumlah pengguna internet dari sistem android maupun ios. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan pengguna internet tahun 2018 hingga 2022 mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya dari 64,8% - 77,22%.



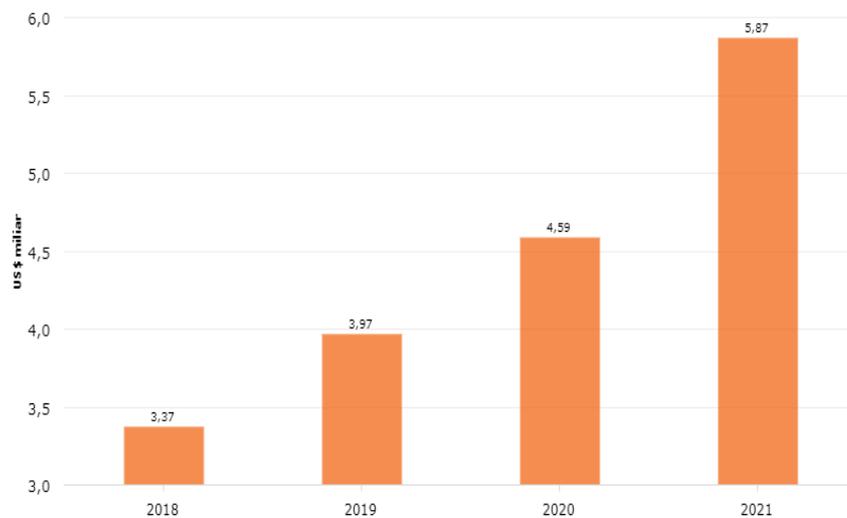
Gambar 1.3 Penetrasi Internet Indonesia

Sumber : APJII, 2022

Banyak kalangan berpendapat dengan adanya teknologi dapat membantu dalam mengatasi masalah yang sering terjadi di era digital, misalnya contoh lain dalam hal transaksi atau pembayaran. Seiring berkembangnya zaman, masyarakat Indonesia sedikit banyaknya mulai beralih menggunakan pembayaran uang elektronik dibandingkan pembayaran konvensional. Pada tahun 2020 hingga tahun 2022 terjadi peningkatan signifikan mengenai rata-rata penggunaan layanan dompet digital (dataindonesia.id, 2022) hal ini menunjukkan bahwa saat ini terjadi perubahan gaya hidup masyarakat di era digital yang lebih menyukai sistem *cashless*.

Perkembangan teknologi informasi juga dapat terlihat dengan terciptanya berbagai aplikasi baik berbasis website maupun mobile yang dapat mempercepat dalam pertukaran informasi serta membantu aktivitas masyarakat lebih efektif, salah satunya adalah munculnya aplikasi manajemen keuangan online. Dimana saat ini, banyak sekali terdapat aplikasi keuangan online yang disediakan secara gratis untuk membantu mencatat pengelolaan keuangan dengan mudah di aplikasi tersebut. Aplikasi keuangan online yang sudah ada dibuat sedemikian mudah agar pengguna yang memanfaatkan aplikasi tersebut dapat mengelola keuangannya dan bertransaksi dengan baik dan cepat sehingga keuangan terkontrol dengan sebaik mungkin.

Berdasarkan laporan *State of Mobile 2022* menunjukkan jumlah unduhan aplikasi finansial tercatat terus meningkat dalam 4 tahun terakhir. Jumlah unduhan aplikasi finansial mencapai 5,87 miliar pada seluruh dunia pada 2021. Laporan tersebut juga menyebutkan peningkatan ini tidak terlepas dari peningkatan unduhan di negara berkembang seperti Indonesia dengan jumlah 185% peningkatan. (dataindonesia.id, 2022)



Gambar 1.4 Jumlah Unduhan Aplikasi Finansial

Sumber : Data Indonesia, 2022

Berdasarkan keterangan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) masyarakat Indonesia saat ini cenderung lebih banyak melakukan kegiatan konsumsi dibandingkan dengan kegiatan investasi. Sifat konsumtif atau gaya hidup yang berlebihan terjadi akibat rendahnya pengetahuan masyarakat, khususnya para generasi muda tentang pengelolaan keuangan dan kurangnya pengetahuan mereka mengenai literasi finansial. Kesadaran dalam pengelolaan keuangan serta pengetahuan mengenai suatu hal yang dibutuhkan dan diinginkan ada baiknya sudah mulai diajarkan pada usia remaja dan anak muda, hal ini dilakukan agar mereka sudah mengetahui dan mengerti bagaimana cara pengelolaan keuangan yang nantinya akan sangat berguna saat masa depan. Dengan pengetahuan yang matang pada usia muda mereka akan jauh lebih bijak dalam penggunaan uang untuk kebutuhan sehari-hari dan dapat membedakan apa yang menjadi suatu kebutuhan dan apa hal yang diinginkan.

Didukung dengan munculnya pandemi, akselerasi digital menjadi lebih cepat dan meningkat (Kominfo.id, 2022). Banyak proses aktivitas yang dilakukan secara offline berubah menjadi online. Era digital menawarkan berbagai macam pilihan mudah untuk mengatur finansial, mulai dari menabung, investasi dan konsumsi semuanya sudah bisa diakses melalui gawai. Ini adalah keuntungan anak muda jaman sekarang untuk bisa belajar mengenai finansial dengan lebih mudah. Dengan digitalisasi tersebut, seharusnya berbanding lurus dengan angka melek finansial yang dimiliki anak muda. Namun, dalam riset *OCBC NISP Finansial Fitness Index* terhadap generasi muda, menunjukkan bahwa angka literasi finansial anak muda masih tergolong rendah dengan skor 40,06. Skor ini cukup timpang dengan negara tetangga kita yaitu Singapura yang memiliki skor mencapai 62. (ocbcnisp.com, 2022)



Gambar 1.4 OCBC NISP Finansial Fitness Index

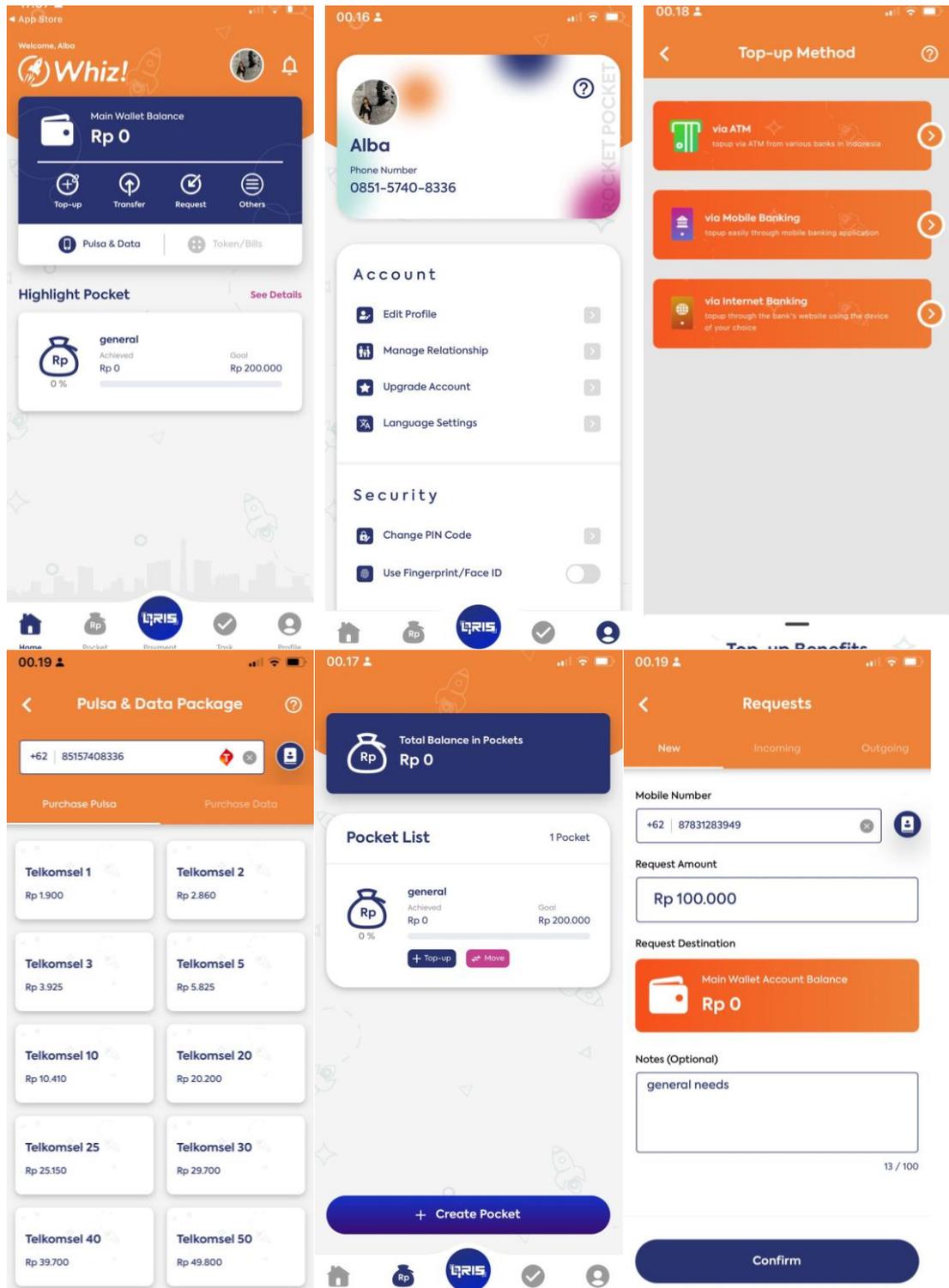
Sumber : Dokumen Riset *OCBC NISP*, 2022

Dengan diciptakannya aplikasi Whiz diharapkan dapat membantu generasi muda untuk mengelola keuangannya, aplikasi ini juga mendukung peran orang tua dalam mendidik finansial anak secara digital. Solusi atas rendahnya literasi finansial di Indonesia menjadi fondasi awal Whiz dalam berinovasi. Meskipun kemampuan dan pengetahuan akan finansial itu penting untuk diri sendiri, remaja atau generasi muda di Indonesia memiliki kesempatan yang kecil untuk dapat belajar dari tahapan awal atau masih kecil, karena bukan mata pelajaran yang diajarkan di sekolah, dan bergantung pada nasehat orang tua saja yang mana bisa saja orang tua tersebut bukan orang-orang yang mengerti akan perkembangan teknologi.

Bulan Maret 2022 Whiz memperkenalkan fitur layanan pembayaran *qris*, transfer dana *peer-to-peer*, transfer ke rekening bank, *top-up*, saku tabungan, transfer tunjangan otomatis, dan pemantauan transaksi remaja oleh orang tua. Fitur layanan ini ditujukan untuk memberi kemudahan dalam mengelola keuangan dan transaksi digital. Penggunaan fitur layanan yang tersedia pada aplikasi dan minat menggunakan dari konsumen menunjukkan sejauh mana seseorang beranggapan bahwa penggunaan fitur layanan sebuah aplikasi sangat mudah digunakan dan tidak memakan waktu yang lama untuk mempelajari sebuah sistem (Latifah & Khomariyah, 2020).

Persepsi kemudahan dan fitur layanan dapat memudahkan pengguna aplikasi keuangan digital dalam penggunaannya. Berdasarkan penelitian serupa, Abrilia dan Sudarwanto (2020) berpendapat bahwa persepsi kemudahan dan fitur layanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Desita dan Sari Dewi (2022) yang melakukan penelitian serupa dengan hasil yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan fitur layanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi finansial digital.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis memilih objek aplikasi Whiz sebagai penelitian, dikarenakan terdapat beberapa fitur layanan yang disediakan oleh Whiz yang tidak tersedia dari aplikasi sejenisnya (contoh: Dana, OVO, Gopay, Shopeepay, DOKU). Beberapa contoh fitur tersebut antara lain Kantong *Save Now Buy Later & Celengan* anak, fitur pemberian tugas dari orang tua pada pengguna (kategori anak), serta fitur pemberian uang saku otomatis pada pengguna (kategori anak). Perbedaan fitur layanan tersebut dan kemudahan dalam menggunakannya dapat mempengaruhi minat penggunaan layanan aplikasi finansial Whiz sehingga membuat persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan menjadi faktor yang layak diperhatikan. Perkembangan suatu teknologi dapat menarik minat seseorang untuk menggunakan dan dapat dikatakan berhasil dengan mempertimbangkan persepsi kemudahan penggunaannya, dan fitur layanan yang tersedia pada aplikasi. Berikut ini adalah tampilan dari aplikasi Whiz :

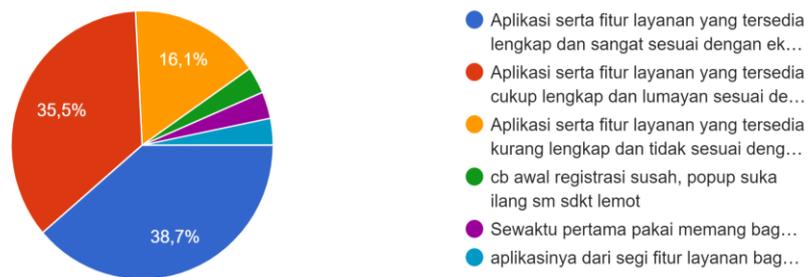


Gambar 1.5 Tampilan dan Fitur Layanan Whiz

Sumber : Data Olahan Penulis, 2023

Pada gambar diatas dapat dilihat beberapa tampilan dan fitur layanan yang tersedia dari aplikasi Whiz yg bertujuan untuk membantu manajemen keuangan serta

memudahkan transaksi digital bagi pengguna. Secara kasat mata, tampilan dan fitur layanan yang disajikan cukup jelas dan mudah dipahami, namun belum jelas apakah hal tersebut dinilai sama atau tidak dalam persepsi responden sehingga menarik daya minat menggunakan aplikasi Whiz. Hal ini diperkuat setelah peneliti melakukan pra kuesioner kepada 30 responden di Kota Bandung yang pernah melihat ataupun pernah menggunakan fitur layanan dari aplikasi Whiz sebagai berikut :



Gambar 1. 6 Diagram Hasil Prakuesioner

Sumber : Data Olahan Penulis, 2023

Warna	Keterangan Diagram	Persentase Keterangan
Blue	Aplikasi serta fitur layanan yang tersedia lengkap dan sangat sesuai dengan ekspektasi saya terhadap services yang diberikan suatu aplikasi finansial	38,7%
Red	Aplikasi serta fitur layanan yang tersedia cukup lengkap dan lumayan sesuai dengan ekspektasi saya terhadap services yang diberikan suatu aplikasi finansial	35,5%
Orange	Aplikasi serta fitur layanan yang tersedia kurang lengkap dan tidak sesuai dengan ekspektasi saya terhadap services yang diberikan suatu aplikasi finansial	16,1%
Green	Coba awal registrasi susah, popup suka hilang sama sedikit lemot	3,2%
Purple	Sewaktu pertama pakai memang bagus, UInya juga modern tapi kadang performa dari aplikasinya suka lemot. Saya gasuka sih sama fitur sosialnya karena emang pakai aplikasi	3,2%

	finansial untuk memudahkan transaksi cashless aja. Semoga bisa dikembangkan lagi mungkin saya reconsider pakai lagi atauga	
	aplikasinya dari segi fitur layanan bagus, cuma saya gaterlalu tertarik aja sm Whiz karena udah kebanyakan aplikasi finansial	3,2%

Berdasarkan hasil pra kuesioner pada gambar diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan dari 30 responden yang pernah menggunakan atau mengetahui aplikasi Whiz masih banyak yang merasa bahwa tampilan dan fitur layanan yang tersedia pada aplikasi Whiz kurang baik, hal ini ditunjukkan dari hasil pra kuesioner diatas dalam indikator pertanyaan minat menggunakan, terdapat 16,1% responden dengan jawaban “aplikasi serta fitur layanan yang tersedia kurang lengkap dan tidak sesuai dengan ekspektasi saya terhadap service yang diberikan suatu aplikasi finansial”, dan hanya 38,7% yang merasa bahwa aplikasi serta fitur layanan yang tersedia lengkap dan sangat sesuai dengan ekspektasi”. Hal ini menunjukkan bahwa sesuai dengan permasalahan diatas bahwa kemudahan aplikasi serta fitur layanan yang terdapat pada aplikasi Whiz masih kurang efektif sehingga berpengaruh pada minat menggunakan aplikasi tersebut. Dalam sebuah aplikasi layanan, Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan merupakan faktor yang layak diperhatikan. Apabila konsumen atau pengguna (*user*) mengerti serta memahami dengan baik penggunaan dari fitur layanan yang disediakan maka tentu saja akan menguntungkan bagi pihak pengguna maupun dari pihak perusahaan Maka dari itu, penting untuk dilakukan penelitian agar dapat diketahui informasi yang relevan berdasarkan permasalahan tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, Penulis memfokuskan penelitian pada aplikasi Whiz, dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Startup Finansial Whiz” dengan harapan untuk dapat menjawab permasalahan tersebut.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi kemudahan di aplikasi Whiz?
2. Bagaimana fitur layanan pada aplikasi Whiz?

3. Bagaimana minat menggunakan pada aplikasi Whiz?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi Whiz?
5. Bagaimana pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan aplikasi Whiz?
6. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan aplikasi Whiz?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi kemudahan menggunakan aplikasi Whiz menurut persepsi responden
2. Untuk mengetahui fitur layanan aplikasi Whiz menurut persepsi responden
3. Untuk mengetahui minat menggunakan pada aplikasi Whiz menurut persepsi responden
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan aplikasi Whiz
5. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan aplikasi Whiz
6. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan aplikasi Whiz.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1. Kegunaan Bagi Penulis

Diharapkan menambah perluasan ilmu dan sebagai wadah implementasi atas ilmu pengetahuan dari mata kuliah jurusan S1 Administrasi Bisnis di Fakultas Komunikasi Bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana.

1.5.2. Kegunaan Bagi Perusahaan

Kegunaan dari penelitian ini dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan aplikasinya agar lebih baik lagi (*usability*) serta memberikan masukan bagi pihak perusahaan mengenai persepsi kemudahan dan fitur layanan pada aplikasi finansial Whiz dari hasil perilaku konsumen (*user*) sebagai salah satu cara untuk meningkatkan minat menggunakan aplikasi tersebut.

1.6. Batasan Penelitian

Agar dapat terarahnya penelitian ini, Penulis membuat beberapa batasan penelitian sebagai berikut :

- 1) Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif.
- 2) Luas lingkup hanya meliputi informasi persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat menggunakan aplikasi finansial Whiz.
- 3) Variabel penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :
 - a) Variabel independent (X), yaitu “Persepsi Kemudahan”
 - b) Variabel independent (X), yaitu “Fitur Layanan”
 - c) Variabel dependent (Y), yaitu “Minat Menggunakan”
- 4) Tempat dan Objek Penelitian
Lokasi penelitian ada di Kota Bandung dengan objek penelitian aplikasi finansial Whiz
- 5) Sasaran penyebaran kuesioner adalah remaja dan anak muda yg mengetahui dan melihat aplikasi atau pernah menggunakan aplikasi Whiz
- 6) Waktu dan Periode
Dilakukan selama 6 bulan dari Mei sampai Oktober 2022.

1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Adapula sistematika guna mempermudah penulisan tugas akhir yang dapat membuat gambaran secara umum mengenai langkah-langkah apa yang akan dilakukan serta untuk memberikan kejelasan penulisan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, hipotesis, dan ruang lingkup penelitian teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni, Pemasaran, Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Minat Menggunakan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, dan tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dan hasil penelitian yang akan mengukur dan melihat bagaimana kecocokan teori dengan hasil aktivitas pengumpulan data yang pada hasilnya akan dibahas guna mendapatkan tujuan yang dimana dapat menjawab permasalahan dan rumusan pada penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pembahasan pada penelitian ini yang didapatkan pada observasi yang pada bab sebelumnya telah dijelaskan, adapuna saran yang didapatkan atas masalah yang diangkat.