

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Koperasi merupakan soko guru perekonomian Indonesia yang memiliki misi untuk mendemokratisasi ekonomi dengan kesejahteraan masyarakat sebagai tujuan utama (Panolih, 2021). Organisasi bisnis yang telah diatur secara resmi di Indonesia sejak tahun 1915 ini memiliki sejarah panjang dalam keikutsertaan pembangunan perekonomian bangsa membuat koperasi mendapatkan julukan tersebut (Lestari, 2018). Dimulai dengan membantu petani yang terjerat hutang dengan rentenir, hingga saat ini memiliki volume usaha sebesar Rp.182,35 triliun koperasi terus berkembang ditengah perekonomian Indonesia.

Koperasi dibangun dengan semangat sosialisme dan rasa ingin mensejahterakan masyarakat. Pada awalnya, gerakan koperasi modern berasal dari rasa ketidakadilan yang ditimbulkan oleh praktik praktik yang dilakukan oleh korporasi kapitalis pada saat revolusi industri. Praktik pencarian keuntungan oleh korporasi kapitalis yang dianggap hanya menguntungkan pemilik modal membuat Robert Owen dan William King mendirikan koperasi (Lestari, 2018). Inisiasi kedua orang tersebut menginspirasi orang orang dari mancanegara untuk mendirikan perusahaan berbasis koperasi.

Sesuai dengan *Undang Undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian* (Indonesia), koperasi merupakan organisasi bisnis demokratis yang dimiliki dan dijalankan oleh seluruh anggotanya. Koperasi dapat berjalan di sektor

bisnis manapun, mulai dari koperasi konsumen yang bergerak dibidang usaha barang, hingga koperasi simpan pinjam yang menawarkan jasa finansial ke konsumen. Sayangnya, koperasi simpan pinjam di Indonesia sedang berada di bawah bayang – bayang persepsi buruk oleh masyarakat. Parwati & Kusyana (2023) melaporkan nasabah koperasi simpan pinjam memiliki beberapa keluhan, salah satunya adalah pegawai koperasi yang kurang profesional. Persepsi buruk tersebut merupakan tantangan terbesar koperasi simpan pinjam saat ini.

Menurut International Cooperative Alliance terdapat tujuh prinsip utama dari koperasi, yaitu:

- Keanggotaan yang bersifat terbuka dan sukarela
- Dikendalikan oleh anggota secara demokratis
- Partisipasi
- Otonomi dan Independen
- Edukasi, pelatihan, dan informasi
- Kerjasama antar Koperasi
- Keprihatinan kepada komunitas

. Demi menciptakan koperasi yang dapat bersaing di pasar bebas, maka koperasi perlu mengadaptasi strategi bisnis yang baik. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan membuat perusahaan berorientasi pada konsumen (Ali et al., 2021). Menjadi perusahaan yang berorientasi kepada konsumen merupakan filosofi pemasaran yang dipegang oleh beberapa perusahaan besar. Salah satu praktik dari filosofi ini adalah dengan menjadikan pelayanan konsumen sebagai fokus perusahaan.

Lalu pertanyaannya adalah bagaimana koperasi simpan pinjam dapat mencapai hal tersebut? salah satu cara yang koperasi dapat lakukan untuk meningkatkan pelayanan konsumen adalah dengan melakukan transformasi digital atau kerap disebut sebagai digitalisasi. Transformasi tersebut membuka opsi bisnis yang lebih luas seperti, pembayaran non-tunai, pengajuan pinjaman secara daring, hingga melakukan kampanye iklan di media sosial. Menteri Koordinator perekonomian Indonesia, Airlangga Hartanto berpendapat bahwa pasar digital merupakan peluang emas

Banyak manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan teknologi informasi dan manfaat ini dapat dirasakan oleh bisnis maupun pelanggan. Setiawati., et al (2022) berpendapat bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan kelincahan bisnis dalam beroperasi. Hal ini sangat membantu bisnis untuk tetap bertahan di dalam lingkungan yang tidak pasti seperti terjadinya pandemi. Di sisi lain, pelanggan akan mudah bertransaksi dan berinteraksi dengan bisnis yang sudah mengaplikasikan teknologi informasi. Selain itu dalam perspektif manajemen pemasaran, aksesibilitas juga merupakan aspek yang penting. Hal ini dijelaskan oleh Keller & Kotler (2015) yang mengungkapkan bahwa perusahaan yang sukses dapat menyediakan ketersediaan dan kemudahan dalam bertransaksi secara inovatif. Pengaplikasian teknologi informasi ini tentunya dapat mempermudah pelanggan dalam mengakses layanan yang disediakan oleh bisnis.

Saat ini, lembaga finansial konvensional sedang gencar melakukan digitalisasi. Salah satu langkah dari digitalisasi yang diambil oleh lembaga finansial konvensional adalah dengan memperkenalkan layanan melalui aplikasi

m-banking. Aplikasi m-banking atau *mobile banking* adalah aplikasi *m-commerce* yang memperbolehkan nasabah untuk mengakses akun bank melalui gawai (*mobile device*) untuk melakukan transaksi (Shaikh & Karjaluo, 2015). Selain transaksi, nasabah juga dapat melakukan pengecekan saldo, pemblokiran akun, dan masih banyak fitur lainnya. Koperasi simpan pinjam sebagai koperasi yang bergerak di bidang finansial dapat mengadopsi tren tersebut. Salah satu alasan kuat adalah karena saat ini aplikasi m-banking memiliki popularitas yang tinggi di kalangan masyarakat Indonesia. Menurut survei yang dilakukan oleh Populix pada tahun 2022, 64% responden survei mereka merupakan pengguna aplikasi finansial dan 91% dari pengguna tersebut memakai aplikasi m-banking.

Namun di Indonesia, digitalisasi masih jarang dilakukan oleh koperasi. Menurut laporan Menteri Koperasi dan UKM pada tahun 2020 hanya 0,73% koperasi yang telah mengadopsi sistem digital. Sedangkan potensi dari ekonomi digital di Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 130 miliar pada tahun 2025 (Alfarizi, 2023). Melihat hal ini koperasi simpan pinjam seharusnya beradaptasi dengan tren ekonomi yang ada. Peneliti melihat adanya semangat untuk mengadaptasi layanan digital. Koperasi Wanita Sejahtera dalam upaya mereka untuk meningkatkan kualitas pelayanan konsumen mengadopsi aplikasi m-banking yang disebut Coop Access pada November 2021. Aplikasi Coop Access merupakan aplikasi m-banking yang dikembangkan oleh PT. Indonesia Payment Incorporated untuk koperasi simpan pinjam. Saat ini sudah ada 166 anggota Koperasi Wanita Sejahtera yang didaftarkan sebagai pengguna aplikasi Coop

Access. Aplikasi ini dapat di unduh di Google Play Store dan bisa dioperasikan menggunakan gawai Android maupun iOS

Koperasi Wanita Sejahtera merupakan koperasi yang dibentuk pada tahun 2004. Koperasi ini memiliki berbagai lini bisnis, mulai dari ritel hingga simpan pinjam. Koperasi ini memiliki visi untuk mensejahterakan wanita di wilayah koperasi ini beroperasi, yaitu kelurahan Cikunir, kota Bekasi. Sebelum Koperasi Wanita Sejahtera mengaplikasikan Coop Access kedalam operasi bisnis mereka, aktivitas nasabah dalam melakukan transaksi masih dilakukan secara luring dengan mengunjungi kantor koperasi. Setelah aplikasi ini diluncurkan anggota koperasi merasakan beberapa manfaat, yaitu:

- a. Anggota dapat melihat rekening tabungan mereka secara *real-time* dimanapun dan kapan pun.
- b. Anggota dapat melakukan banyak transaksi seperti pembelian pulsa, pembayaran simpanan, pembayaran tagihan lainnya dengan mudah

Setelah lebih dari satu tahun Koperasi Wanita Sejahtera memperkenalkan aplikasi Coop Access kepada anggotanya, informasi akurat mengenai persepsi anggota Koperasi Wanita Sejahtera akan aplikasi Coop Access menjadi penting untuk diketahui oleh pengurus. Gautam & Bhimavarapu (2022) berpendapat bahwa dalam menjalankan bisnis diperlukan pengambilan kebijakan berdasarkan pada data. Se jauh ini umpan balik yang diberikan oleh pengguna aplikasi Coop Access melalui Google Play Store hanya ada tiga dari 1000 lebih kali unduhan. Selain itu, kepengurusan Koperasi Wanita Sejahtera juga belum melakukan survei terhadap persepsi pengguna aplikasi Coop Access membuat pengurus Koperasi

Wanita Sejahtera tidak memiliki data yang cukup akan *user experience* pengguna atau sejenisnya

Untuk menelaah lebih dalam lagi mengenai sentimen pengguna aplikasi Coop Access, peneliti melakukan pra riset yang dilakukan kepada anggota Koperasi Wanita Sejahtera yang menggunakan aplikasi Coop Access. Pra riset dilaksanakan dengan mengumpulkan kritik dan saran pengguna aplikasi Coop Access. Pertanyaan yang diberikan bertujuan untuk menelaah secara umum bagaimana pengguna Coop Access melihat aplikasi tersebut. Peneliti berhasil mengumpulkan 24 responden dan masing – masing responden memiliki masukan yang berbeda mulai dari komplain akan fitur yang tidak bisa diakses, harapan supaya dilakukan lebih banyak promo *cashback*, hingga pengguna yang sulit untuk memahami cara pemakaian aplikasi tersebut.

Data pra riset di atas menunjukkan terdapat pengalaman yang tidak menyenangkan dalam menggunakan aplikasi Coop Access namun, pengumpulan data tersebut masih bersifat umum. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai indikator apa yang bisa mengukur fenomena tersebut. Salah satu cara untuk mengukur pengalaman pengguna aplikasi adalah dengan mengukur *user experience*. Kushendriawan et al (2021) berpendapat bahwa *User Experience* sebagai persepsi dan respon seseorang yang berasal dari penggunaan atau ekspektasi penggunaan dari sebuah produk, sistem, atau layanan. Menurut Albert et al (2013) *user experience* memiliki tiga karakteristik utama yaitu:

- a. Pengguna (*user*) dilibatkan

- b. Pengguna tersebut berinteraksi dengan produk, sistem, atau apapun dengan antarmuka
- c. Pengalaman pengguna adalah ketertarikan, dan dapat diamati atau diukur

Evaluasi *user experience* pengguna aplikasi Coop Access penting dilaksanakan karena beberapa hal. Schrepp et al (2017) berpendapat bahwa evaluasi *user experience* menilai kemudahan pengguna dalam menggunakan layanan. Evaluasi tersebut dapat digunakan oleh pengembang dalam mengidentifikasi bagian dari aplikasi yang menyulitkan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi tersebut.

Evaluasi *user experience* dapat menjadi metode untuk menilai kebermanfaatan aplikasi. Sabunkuze & Arakaza (2021) berpendapat bahwa salah satu elemen penilaian *user experience* adalah *stimulation*. *Stimulation* merupakan ukuran mengenai seberapa menyenangkan dan memotivasi layanan tersebut untuk dipakai. Dalam menilai *stimulation* salah satu poin yang ditanyakan oleh pengguna adalah apakah pengguna merasa aplikasi tersebut memberikan manfaat kepada mereka. Kebermanfaatan aplikasi akan memberikan pengaruh kepada retensi pengguna aplikasi (Kushendriawan et al., 2021)

Menurut Wijaya et al (2019) evaluasi *user experience* dapat memberikan gambaran mengenai respon pengguna terhadap aplikasi yang di evaluasi. Respon yang diukur dapat mengindikasikan kepuasan pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut. Tingkat kepuasan pelanggan merupakan aset penting yang harus dipantau karena pengetahuan akan kepuasan pelanggan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi pengembang aplikasi (Hamzah & Shamsudin, 2020).

Hal tersebut bisa dicapai apabila pengembang selalu melakukan inovasi dengan data mengenai kepuasan pelanggan sebagai acuan. Data mengenai *user experience* tersebut secara umum dapat dimanfaatkan sebagai acuan untuk mengembangkan layanan. Selain itu, evaluasi *user experience* secara reguler dapat membantu operator aplikasi untuk menjaga retensi pengguna (Kushendriawan et al., 2021). Oleh karena itu data mengenai *user experience* menjadi sangat penting untuk diketahui oleh pengelola aplikasi.

Salah satu metode untuk mengukur *user experience* adalah dengan menyebarkan User Experience Questionnaire (UEQ). UEQ merupakan kuesioner untuk mengukur impresi subjektif pengguna akan pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap suatu produk (Schrepp et al., 2017). Metode ini dinilai sebagai metode yang lebih simpel dalam mengukur pengalaman pengguna dibandingkan dengan *usability test*.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa aplikasi Coop Access memerlukan evaluasi *User Experience* terhadap penggunaannya dikarenakan Koperasi Wanita Sejahtera masih belum memiliki data mengenai variabel ini dan menurut peneliti data tersebut penting untuk pengambilan keputusan pengurus Koperasi Wanita Sejahtera. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Evaluasi User Experience Aplikasi Coop Access dengan Menggunakan Metode UEQ (User Experience Questionnaire) pada Koperasi Simpan Pinjam”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dari penjelasan di atas menimbulkan pertanyaan penelitian yaitu, bagaimana evaluasi *user experience* anggota Koperasi Wanita Sejahtera yang menggunakan aplikasi Coop Access ditinjau dari segi kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan aplikasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengevaluasi *user experience* anggota Koperasi Wanita Sejahtera yang menggunakan aplikasi Coop Access ditinjau dari segi kebermanfaatan dan kemudahan penggunaan aplikasi

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat didapatkan dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoretis

- a) Dapat menambah pengetahuan peneliti akan pemasaran digital khususnya untuk topik *user experience* dan metode pengukurannya
- b) Sebagai bahan referensi untuk menganalisis *user experience* pada sebuah aplikasi
- c) Untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan dan membuahkan hasil penelitian

b. Manfaat Praktis

- a. Sebagai sumbangsih penulis untuk referensi jurusan pemasaran digital Universitas Negeri Jakarta
- b. Sebagai bahan masukan untuk pengurus Koperasi Wanita Sejahtera dalam melihat *user experience* pengguna aplikasi Coop Access yang

diharapkan dapat membantu pengurus Koperasi Wanita Sejahtera dalam mengambil keputusan

