

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan besar pada sektor keuangan atau *financial technology (fintech)*, salah satunya melalui inovasi dompet digital (*e-wallet*). Dompet digital sebagai media penyimpanan uang elektronik yang mendukung transaksi seperti pembayaran, pengiriman dana, pengisian saldo, pengisian pulsa, dan tagihan tanpa perlu menggunakan uang tunai atau kartu fisik. Inovasi ini muncul dari kebutuhan transaksi yang praktis didukung akses internet yang semakin luas, serta mengubah pola pembayaran masyarakat karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui perangkat *mobile*. Peningkatan penggunaannya di Indonesia sejalan dengan pertumbuhan ekonomi digital dan gaya hidup berbasis teknologi, yang diperkuat oleh keunggulan layanan serta dukungan pelanggan yang responsif sehingga meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan penggunaan sebagai alat transaksi harian [1], [2].

Laporan Statistik Sistem Pembayaran Bank Indonesia (SSP-BI) menunjukkan pada tahun 2025, volume transaksi uang elektronik di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahun sepanjang periode 2020 hingga 2024, dengan tren pertumbuhan tahunan sekitar 15–20% sejak tahun 2020 [3]. Hal ini mencerminkan semakin kuatnya adopsi transaksi digital di Masyarakat dengan penambahan jutaan pengguna baru setiap tahun, didukung oleh regulasi transparan dari Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan yang menjamin keamanan dan kenyamanan transaksi digital [4]. Oleh karena itu, berbagai penyedia layanan dompet digital, seperti OVO, GoPay, DANA, ShopeePay, dan AstraPay terus berinovasi dalam menghadirkan fitur-fitur yang lebih adaptif, aman, dan mudah digunakan untuk meningkatkan pengalaman serta keterlibatan pengguna.

AstraPay adalah aplikasi dompet digital yang dikembangkan oleh PT Astra Digital Arta dan resmi diluncurkan pada September 2021 sebagai bagian dari strategi digitalisasi ekosistem Astra di Indonesia. Aplikasi ini menawarkan sejumlah fitur utama, seperti pembayaran angsuran pembiayaan Astra (FIFGROUP, Toyota Astra Finance, dan Astra Credit Companies), pembayaran tagihan rutin seperti listrik, air, BPJS, televisi kabel, dan pajak, pembelian pulsa dan paket data, serta transaksi *merchant* melalui sistem *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang telah tersebar luas di Indonesia. Keunggulan utama AstraPay terletak pada kemudahan akses dan penggunaannya, serta

penerapan teknologi keamanan sesuai standar Bank Indonesia yang memberikan rasa aman bagi penggunanya. Dukungan pengguna terhadap aplikasi dompet digital AstraPay tercermin dari rating 4,6 bintang di Google Play Store dengan lebih dari 140 ribu ulasan per Oktober 2025 dan lebih dari 10 juta unduhan per Oktober 2025. Pengguna umumnya menilai positif kecepatan transaksi, kemudahan navigasi, dan layanan pelanggan yang responsif. Selain itu pengguna juga mengapresiasi adanya berbagai promo menarik dan biaya administrasi yang rendah. Meskipun Astrapay memberikan berbagai kemudahan, sejumlah pengguna masih menyampaikan keluhan yang bersifat perseptif terhadap pengalaman penggunaan aplikasi. Keluhan tersebut mencakup proses transaksi yang dinilai kurang intuitif sehingga berpotensi menyebabkan kegagalan transaksi, serta aplikasi yang terkadang tidak dapat dibuka. Selain itu, pembaruan aplikasi (*update*) sering dianggap tidak membawa perubahan yang signifikan terhadap tampilan maupun fungsionalitasnya. Masalah-masalah tersebut termasuk kedalam isu teknis *bug* atau *error* yang akan berujung pada penilaian negatif terhadap aspek keandalan aplikasi AstraPay. Selain itu Pengguna juga menilai bahwa beberapa informasi penting, seperti detail biaya admin, batas transaksi, dan status pembayaran, tidak disajikan secara jelas sehingga menimbulkan kebingungan bagi pengguna. Di samping itu, tata letak beberapa ikon dianggap kurang intuitif dan sulit dipahami, yang pada akhirnya mengurangi kenyamanan dalam bernavigasi. Berdasarkan keluhan pengguna tersebut, evaluasi terhadap *User Experience (UX)* dan *User Engagement (UE)* menjadi penting untuk memastikan keberlanjutan penggunaan aplikasi AstraPay. Melalui evaluasi tersebut, pengembang dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki sehingga mampu meningkatkan loyalitas pengguna serta memperkuat daya saing AstraPay di pasar *e-wallet*.

Pengalaman pengguna (*user experience*) merupakan serangkaian persepsi, emosi, dan respons pengguna ketika berinteraksi dengan sistem atau produk digital, mencakup aspek kemudahan penggunaan, efisiensi, keandalan, serta kepuasan secara keseluruhan. Pengalaman ini tidak hanya menilai fungsi aplikasi, tetapi juga bagaimana perasaan pengguna selama dan setelah menggunakan sistem tersebut [5]. Pada aplikasi dompet digital AstraPay, UX dapat terlihat dari kejelasan antarmuka, kemudahan navigasi, kecepatan proses transaksi, serta konsistensi tampilan yang mempengaruhi kenyamanan pengguna. Keterlibatan pengguna (*user engagement*) merupakan tingkat kedekatan emosional, kognitif, dan perilaku pengguna terhadap aplikasi, yang tercermin melalui fokus perhatian, intensitas penggunaan, dan komitmen jangka panjang. UE menggambarkan sejauh mana pengguna merasa tertarik dan terhubung dengan aplikasi digital [6]. Pada aplikasi dompet digital

AstraPay, UE dapat muncul melalui frekuensi pengguna dalam melakukan transaksi, eksplorasi fitur seperti pembayaran tagihan atau top-up, serta rasa keterikatan pengguna terhadap nilai manfaat yang ditawarkan aplikasi. Kedua konsep ini saling berkaitan secara dinamis. Pengalaman pengguna yang positif pada aplikasi AstraPay cenderung meningkatkan keterlibatan pengguna, membuat mereka lebih aktif menggunakan aplikasi dan lebih mungkin merekomendasikannya. Sebaliknya, keterlibatan pengguna yang tinggi, dapat memperkuat persepsi positif mereka terhadap pengalaman penggunaan serta mendorong loyalitas terhadap aplikasi [7].

Untuk mengukur tingkat pengalaman pengguna, terdapat berbagai metode yang dapat digunakan, salah satunya adalah *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+). Metode ini dikembangkan untuk mengatasi keterbatasan UEQ klasik yang hanya memiliki enam skala tetap, yaitu Daya Tarik (*Attractiveness*), Kejelasan (*Perspiciuity*), Efisiensi (*Efficiency*), Keandalan (*Dependability*), Stimulasi (*Stimulation*), dan Kebaruan (*Novelty*). UEQ+ merupakan instrumen evaluasi pengalaman pengguna (*user experience*) yang bersifat fleksibel dan modular, digunakan untuk menilai persepsi pengguna terhadap produk digital. Adapun skala penilaian UEQ+ yang relevan dalam penelitian ini mencakup Kejelasan Tampilan (*Clarity*), Tingkat Keandalan (*Dependability*), Efisiensi (*Efficiency*), Penggunaan secara intuitif (*Intuitive Use*), Kualitas Konten (*Quality of Content*), Tingkat Kepercayaan (*Trust*), Tingkat Kepercayaan Terhadap Konten (*Trustworthiness of Content*), Kegunaan (*Usefulness*), dan Nilai (*Value*) [8].

Sementara itu, *User Engagement Scale* (UES) merupakan instrumen yang dikembangkan untuk mengukur tingkat keterlibatan pengguna (*user engagement*) dalam berinteraksi dengan suatu aplikasi atau sistem digital. Skala ini berfungsi untuk memahami sejauh mana pengguna merasa tertarik, terlibat, dan menikmati pengalaman mereka saat menggunakan suatu aplikasi atau sistem digital, Skala penilain pada UES mencakup *Aesthetic appeal* (AE), *Endurability* (EN), *Felt involvement* (FI), *Novelty* (NO), dan *Perceived usability* (PU) [9].

Berdasarkan temuan dari penelitian sebelumnya, berbagai instrumen evaluasi seperti *User Experience Questionnaire* (UEQ), *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+), *System Usability Scale* (SUS), dan *User Engagement Scale* (UES) telah digunakan untuk menilai kualitas pengalaman dan tingkat keterlibatan pengguna pada aplikasi digital, termasuk aplikasi dompet digital (*e-wallet*). Penelitian yang dilakukan oleh Chika Prasida Nabil Yahya dkk. memberikan gambaran mendalam mengenai pengalaman pengguna pada aplikasi ShopeePay dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ).

Dalam penelitian tersebut, pengalaman pengguna dianalisis melalui enam dimensi utama, yaitu *Attractiveness*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna menilai tampilan dan navigasi ShopeePay sebagai aspek yang paling kuat, karena aplikasi dianggap menarik secara visual, mudah dipahami, dan mampu membantu pengguna menyelesaikan tugas secara cepat. Namun, penelitian ini juga mengungkapkan beberapa tantangan yang perlu diperhatikan. Dimensi *Dependability* ditemukan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pengguna terkait akurasi dan konsistensi fitur. Selain itu, dimensi *Stimulation* dan *Novelty* menunjukkan skor yang relatif rendah, yang mengindikasikan bahwa aplikasi masih kurang memberikan kesan inovatif, kurang memunculkan rasa antusiasme, dan belum mampu menghadirkan pengalaman emosional yang berkelanjutan. Temuan ini menjadi penting karena menyoroti bahwa meskipun ShopeePay unggul dalam aspek kemudahan penggunaan, aplikasi masih memerlukan peningkatan dalam aspek inovasi tampilan, kreativitas fitur, serta elemen emosional untuk memperkuat daya tarik pengguna dalam jangka panjang [10].

Selanjutnya, penelitian oleh Cindiana Putri dkk. mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi GoPay dengan menggunakan kombinasi metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) dan *System Usability Scale* (SUS). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengguna menilai GoPay sebagai aplikasi yang mampu memberikan pengalaman positif terutama pada aspek *Efficiency*, *Ease of Use*, dan *Clarity of Interface*. Instrumen *User Experience Questionnaire* memperlihatkan bahwa antarmuka GoPay dinilai mudah digunakan dan mendukung aktivitas transaksi dengan baik, sementara hasil pengukuran *System Usability Scale* mengonfirmasi bahwa tingkat kegunaan aplikasi berada pada kategori baik. Penelitian ini juga menyoroti bahwa meskipun pengguna merasa terbantu dengan kemudahan akses dan proses transaksi, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti konsistensi penyajian informasi dan peningkatan kualitas pengalaman emosional agar aplikasi dapat menciptakan tingkat kepuasan yang lebih optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pengguna berperan penting dalam mendukung kenyamanan serta kelancaran transaksi digital pada aplikasi dompet digital seperti GoPay [11].

Penelitian terbaru oleh Kevin Angkasa dkk. yang mengevaluasi aplikasi M-Tix menggunakan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dan *User Engagement Scale* (UES) menunjukkan bahwa aplikasi tersebut memperoleh hasil evaluasi positif pada hampir seluruh skala penilaian. Berdasarkan pengukuran UEQ+, seluruh skala, yaitu *Trust*, *Dependability*, *Quality of Content*, *Trustworthiness of Content*, *Efficiency*, *Clarity*, *Intuitive Use*, *Value*, dan *Usefulness*, memperoleh nilai rata-rata tinggi yang mencerminkan pengalaman pengguna

yang baik. Sementara itu, hasil pengukuran UES menunjukkan tingkat keterlibatan pengguna yang positif, dengan penilaian sangat baik pada skala *Perceived Usability*, *Aesthetic Appeal*, *Endurability*, dan *Felt Involvement*, penilaian baik pada *Novelty*, serta penilaian rendah pada *Focused Attention* karena durasi penggunaan aplikasi yang relatif singkat. Hasil uji korelasi antara UEQ+ dan UES memperlihatkan bahwa sebagian besar skala memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat korelasi yang bervariasi dari rendah hingga kuat. Namun, skala *Focused Attention* menunjukkan hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap sebagian besar skala lainnya, kecuali terhadap *Perceived Usability*, *Felt Involvement*, *Trust*, dan *Dependability*. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik pengalaman pengguna pada berbagai aspek UEQ+, maka semakin tinggi pula tingkat keterlibatan pengguna pada berbagai dimensi UES dalam aplikasi digital seperti M-Tix [12].

Temuan-temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendekatan evaluasi pengalaman dan keterlibatan pengguna telah diterapkan pada berbagai aplikasi digital. Studi [12] merupakan rujukan paling relevan karena menggunakan kombinasi metode UEQ+ dan UES serta menganalisis hubungan antara keduanya. Namun, penelitian tersebut dilakukan pada aplikasi M-Tix yang berfokus pada pemesanan tiket, yang secara karakteristik, pola penggunaan, dan tujuan interaksi berbeda dengan aplikasi dompet digital. Kombinasi UEQ+ dan UES belum pernah diterapkan secara spesifik pada konteks *e-wallet*, termasuk AstraPay, yang memiliki karakteristik dan fungsi yang sangat terikat pada ekosistem Astra terutama dalam layanan pembiayaan. Ini yang membuat aplikasi AstraPay berbeda dari *e-wallet* general (GoPay, DANA, OVO, dan ShopePay) yang fokus utamanya adalah pembayaran umum dan transfer. Oleh karena itu, pengulangan penggunaan kombinasi UEQ+ dan UES pada aplikasi AstraPay menjadi penting untuk memvalidasi apakah hubungan antara pengalaman pengguna dan keterlibatan pengguna yang ditemukan pada penelitian [12] juga muncul pada aplikasi dompet digital. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan tersebut dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kualitas UX dan UE pada aplikasi AstraPay.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“EVALUASI PENGALAMAN DAN KETERLIBATAN PENGGUNA PADA APLIKASI DOMPET DIGITAL ASTRAPAY DENGAN METODE UEQ+ (USER EXPERIENCE QUESTIONNAIRE PLUS) DAN UES (USER ENGAGEMENT SCALE)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil pengukuran/penilaian evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi dompet digital AstraPay berdasarkan UEQ+?
2. Bagaimana hasil pengukuran/penilaian evaluasi keterlibatan pengguna pada aplikasi dompet digital AstraPay berdasarkan UES?
3. Skala atau Dimensi mana yang paling berpengaruh terhadap pengalaman pengguna berdasarkan UEQ+ dan keterlibatan pengguna berdasarkan UES?
4. Bagaimana hubungan antara pengalaman pengguna dengan tingkat keterlibatan pengguna pada aplikasi dompet digital AstraPay berdasarkan metode UEQ+ dan UES?

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hasil pengukuran/penilaian terhadap evaluasi pengalaman pengguna pada aplikasi dompet digital AstraPay berdasarkan UEQ+.
2. Untuk mengetahui hasil pengukuran/penilaian terhadap evaluasi keterlibatan pengguna pada aplikasi dompet digital AstraPay berdasarkan UES.
3. Untuk mengetahui skala atau dimensi yang paling berpengaruh terhadap pengalaman pengguna berdasarkan UEQ+ dan keterlibatan pengguna berdasarkan UES
4. Untuk menganalisis hubungan antara pengalaman pengguna dengan tingkat keterlibatan pengguna pada aplikasi dompet digital AstraPay berdasarkan UEQ+ dan UES.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan dalam bidang *User Experience* (UX) dan *User Engagement* (UE), khususnya dalam penerapan metode *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) dan *User Engagement Scale* (UES) pada aplikasi dompet digital, serta dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan antara pengalaman dan keterlibatan pengguna pada aplikasi berbasis *mobile*.

2. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi masukan atau referensi bagi pengembang dalam merancang dan mengembangkan aplikasi dompet digital berbasis *mobile*. Khususnya bagi pengembang aplikasi AstraPay, mengenai aspek-aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan hasil pengukuran skala UEQ+ dan UES. Temuan ini dapat digunakan untuk merancang dan mengembangkan fitur serta tampilan aplikasi yang lebih interaktif, mudah digunakan, dan mampu meningkatkan kepuasan serta keterlibatan pengguna secara keseluruhan.

1.5 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini yaitu:

1. Objek yang diteliti adalah aplikasi dompet digital AstraPay yang tersedia di Google PlayStore dan AppStore.
2. Skala penilaian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua instrumen, yaitu: UEQ+ dan UES. Skala UEQ+ mencakup sembilan skala yaitu, *Clarity, Dependability, Efficiency, Intuitive Use, Quality of Content, Trust, Trustworthiness of Content, Usefulness, dan Value*. Dengan empat skala UES meliputi, *Aesthetic Elements, Focused Attention, Perceived Usability dan Reward Factor*.
3. Kuesioner dalam penelitian ini dirancang dan dikumpulkan menggunakan *Google Form*. Kuesioner dibagikan secara acak kepada seluruh masyarakat di Indonesia melalui media sosial dan dengan *barcode* yang telah disediakan oleh peneliti. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan *data analysis tool* yaitu *SPSS* versi 29.0.2.
4. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aktif aplikasi AstraPay yang telah menggunakan aplikasi tersebut minimal 3 bulan.
5. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan populasi pengguna aktif dompet digital AstraPay. Perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow*, dengan tingkat kepercayaan (*confidence level*) sebesar 95% dan batas kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 385 responden dan kemudian data yang diolah berjumlah 405 responden.
6. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling*.