

**LAPORAN AKHIR PENELITIAN  
PENGALAMAN PENGGUNA APLIKASI GOPAY  
BERDASARKAN PENDEKATAN DESIGN THINKING**



Disusun Oleh :  
Inggit Powrensita - 15230013

**PROGRAM STUDI SAINS DATA  
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI**

**JUNI 2025**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat Indonesia berinteraksi dengan layanan keuangan. Salah satu bentuk inovasi teknologi dalam sistem pembayaran adalah dompet digital (e-wallet), seperti GoPay. Layanan ini memberikan kemudahan dalam transaksi non-tunai, mulai dari pembayaran tagihan, pembelian makanan, hingga transfer uang antar pengguna (Dhiya Ul Hikmah, 2024).

GoPay sebagai salah satu e-wallet terkemuka di Indonesia turut mendorong transformasi digital dalam sistem keuangan. Pengguna GoPay terutama dari kalangan mahasiswa dan generasi muda yang cenderung mengutamakan kemudahan dan efisiensi (Sitinjak, 2019). Namun, di balik pertumbuhan pengguna yang pesat, masih ditemukan sejumlah tantangan seperti aplikasi error, transaksi gagal, dan respon sistem yang lambat, yang seringkali menimbulkan ketidaknyamanan (Febrina Rahardi, 2023).

Beberapa studi menyatakan bahwa faktor kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan menjadi penentu penting minat penggunaan e-wallet (Sitinjak, 2019); (Rissya Nurrohyani, 2020). Selain itu, perilaku konsumtif juga menjadi konsekuensi dari fitur-fitur promosi seperti cashback dan diskon yang diberikan oleh layanan e-wallet.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman pengguna GoPay dengan menggunakan pendekatan Design Thinking, guna mengidentifikasi kebutuhan, masalah, dan potensi solusi berbasis inovasi layanan keuangan digital.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apa saja kendala dan kebutuhan utama pengguna dalam menggunakan layanan GoPay?
2. Bagaimana implementasi tahapan Design Thinking dapat digunakan untuk merancang solusi inovatif terhadap masalah yang dihadapi pengguna?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi masalah dan pengalaman pengguna GoPay melalui observasi, kuesioner, dan wawancara.
2. Mengembangkan solusi berbasis pendekatan Design Thinking yang berfokus pada pengguna.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam bentuk masukan bagi pengembang aplikasi GoPay serta memperkaya literatur terkait inovasi layanan keuangan digital berbasis user-centric design.

## **BAB II**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan Design Thinking. Design Thinking adalah metode penyelesaian masalah yang berpusat pada manusia dan melibatkan lima tahap: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test (Dhiya Ul Hikmah, 2024).

#### **B. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Observasi**

##### **Langsung**

Penulis melakukan observasi terhadap ulasan pengguna GoPay di Play Store. Ditemukan 10 ulasan yang menggambarkan kendala umum seperti error saat transaksi, kecepatan loading, dan gangguan saat top-up atau pembelian pulsa.

##### **2. Kuesioner**

Kuesioner disebarkan kepada 15 responden pengguna GoPay untuk menggali persepsi mereka terkait kemudahan, keamanan, serta pengalaman transaksi. Pertanyaan menggunakan skala Likert dan pertanyaan terbuka.

##### **3. Wawancara**

##### **Mendalam**

Dilakukan kepada 3 pengguna aktif GoPay dengan pertanyaan terstruktur yang berfokus pada kebutuhan, perasaan, dan pengalaman mereka.

#### **C. Teknik Analisis Data**

Analisis dilakukan dengan:

1. **Tabulasi hasil kuesioner** untuk melihat kecenderungan persepsi pengguna.
2. **Empathy Map** untuk memvisualisasikan hasil wawancara (Says, Thinks, Feels, Does).
3. Perumusan **How Might We** (HMW) dari sintesis data untuk masuk ke tahap ideasi.

#### **D. Sumber Data Penunjang**

Penelitian ini juga merujuk pada berbagai literatur ilmiah sebagai landasan teoritis, di antaranya:

1. Pengaruh GoPay terhadap perilaku konsumtif
2. Persepsi pengguna terhadap kemudahan & kebermanfaatan (Sitinjak, 2019)
3. Strategi promosi cashback pada perilaku pengguna (Rissya Nurrohyani, 2020)
4. Analisis faktor minat pengguna GoPay (Febrina Rahardi, 2023)
5. Aplikasi Design Thinking dalam pengembangan layanan fintech (Dhiya Ul Hikmah, 2024)

## BAB III

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Temuan Observasi

Hasil observasi ulasan GoPay di Play Store menunjukkan mayoritas pengguna mengeluhkan:

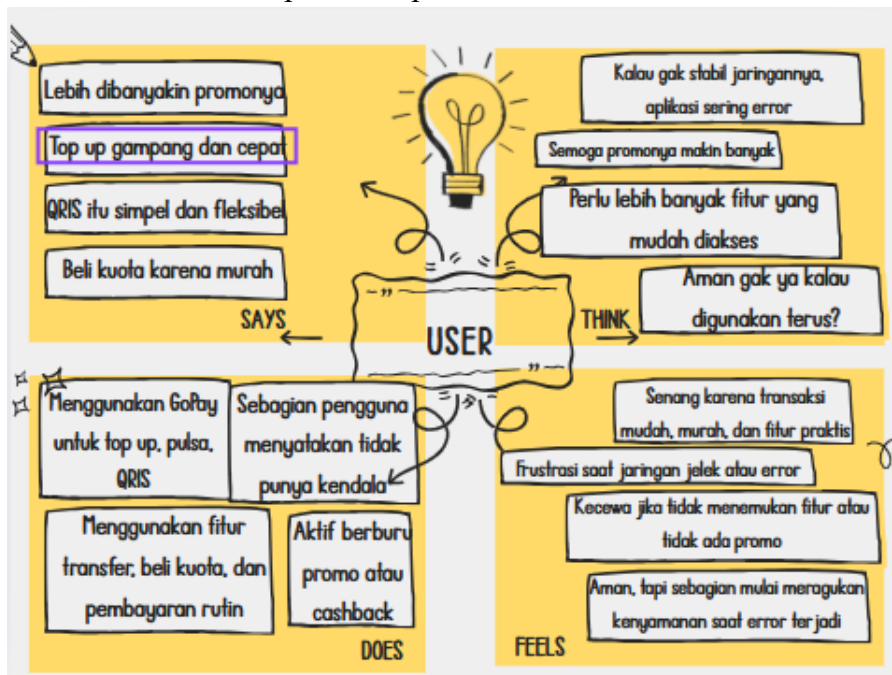
1. Proses transaksi yang lambat atau stuck
  2. Error saat pembayaran pulsa/PLN
  3. Kendala top-up
  4. Bug aplikasi meskipun jaringan baik
- Namun beberapa pengguna tetap menyukai fitur promo, cashback, dan kecepatan pembayaran saat sistem stabil.

#### B. Hasil Kuesioner

1. Sebagian besar responden menilai GoPay mudah digunakan (80%), namun hanya 53% yang merasa puas dengan stabilitas aplikasi.
2. 70% merasa promo dan cashback memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan GoPay.
3. Kendala paling banyak disebut adalah error saat transaksi dan loading lama.

#### C. Wawancara dan Empathy Mapping

Dari wawancara 3 responden diperoleh:



**Gambar 2.** Empathy Map

1. **Says:** "Sering stuck saat beli pulsa, padahal saldo cukup."
2. **Thinks:** "Gimana kalau butuh cepat tapi gak bisa dipakai?"
3. **Feels:** frustrasi, cemas, kadang senang saat transaksi berhasil cepat
4. **Does:** sering cek saldo & riwayat, bahkan hapus data aplikasi saat error

#### **D. Perumusan Masalah (Define)**

Masalah utama yang dirasakan pengguna:

1. Ketidakstabilan saat transaksi pulsa dan tagihan
2. Notifikasi sistem tidak akurat
3. Pengalaman pengguna tidak konsisten

#### **E. How Might We (HMW)**

1. **How might we** menyederhanakan proses pembelian pulsa agar tidak error?
2. **How might we** membantu pengguna memahami status transaksi secara real-time?

#### **F. Ide Solusi (Ideate)**

1. **Real-time Transaction Status:** Fitur yang memberikan info visual & progres saat transaksi sedang diproses.
2. **Promo Wallet Tersendiri:** Dompet khusus hanya untuk promo agar tidak bentrok dengan saldo utama.
3. **Auto-Fix Error Mode:** Mode otomatis saat transaksi error yang menyarankan langkah pemulihan cepat.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa kendala utama pengguna GoPay terletak pada stabilitas transaksi dan kejelasan status pembayaran. Meskipun demikian, pengguna tetap merasakan manfaat dari sisi kemudahan penggunaan, efisiensi, serta daya tarik promosi dan cashback. Dengan menerapkan pendekatan Design Thinking, ditemukan potensi solusi yang berpusat pada kebutuhan pengguna.

#### **B. Saran**

- Bagi pengembang GoPay: prioritaskan fitur yang mengurangi error saat transaksi dan optimalkan feedback sistem.
- Bagi peneliti selanjutnya: dapat mengembangkan prototipe berdasarkan ide solusi dan mengujinya langsung kepada pengguna melalui tahapan *Test*.

## Daftar Pustaka

- Dhiya Ul Hikmah, R. Y. (2024). Implementasi Design Thinking Dalam Product Management Untuk Menciptakan Layanan Fintech "Paymily". *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, 3(1), 97-106. doi:<https://doi.org/10.55606/jimas.v3i1.977>
- Febrina Rahardi, N. M. (2023). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL GOPAY. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Febrina Rahardi, N. M. (2023). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL GOPAY. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Rissya Nurrohyani, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*. doi:DOI : 10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.3764
- Sitinjak, L. J. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY. *Jurnal Manajemen*, 8(2).