**DAFTAR ISI**

DAFTAR ISI…………………………………………………………………….1

JUDUL, COVER DAN HALAMAN UTAMA………………………………....2

PENDAHULUAN……………………………………………………………….3

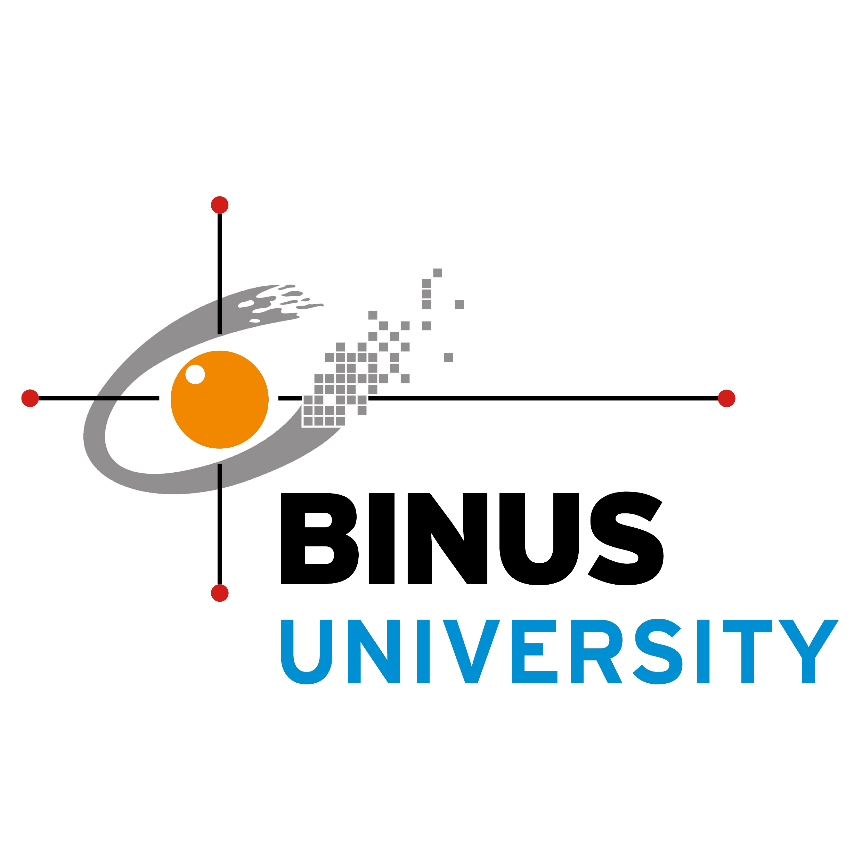
IDENTIFIKASI MASALAH…………………………………………………....4

TUJUAN PENULISAN………………………………………………………....6

KAJIAN TEORI…………………………………………………………………7 STRATEGI PEMECAHAN MASALAH……………………………………….7 DAFTAR PUSTAKA…………………………………………………………....9

**UAS**

**AstraPay : Perusahaan e-wallet**

****

DISUSUN OLEH

NAMA: Jason Oei

NIM: 2440031446

JURUSAN: Computer Science

Code – Course: BUSS6088005 – Current Issues in Business and Technology

**UNIVERSITAS BINA NUSANTARA**

**2022**

**1.1 Pendahuluan**

Kemajuan teknologi informasi telah memfasilitasi inovasi dalam pembayaran elektronik di mana barang dan jasa diperdagangkan tanpa menggunakan uang tunai fisik. Pembayaran tanpa uang tunai menghilangkan penggunaan uang sebagai alat tukar barang dan jasa dengan memungkinkan pembayaran transfer elektronik atau pembayaran nonelektronik melalui cek. Mengadopsi pembayaran tanpa uang tunai memiliki banyak keuntungan. Tidak seperti transaksi tunai tradisional, pembayaran tanpa uang tunai mencegah perampokan dan kejahatan terkait uang tunai lainnya. Ketika orang memilih cara pembayaran alternatif lain, mereka cenderung memegang lebih sedikit uang fisik saat berbelanja. Dengan demikian, ini menghilangkan insentif bagi perampok untuk melakukan kejahatan terkait uang tunai. Sedangkan bagi vendor, kemudahan bertransaksi melalui berbagai mode pembayaran akan meningkatkan pendapatan mereka, meningkatkan efisiensi operasional dan menurunkan biaya operasional. Pembayaran tanpa uang tunai juga dianggap higienis bagi penjual makanan. Salah satu perusahaan yang telah melakukan inovasi tersebut merupakan AstraPay. AstraPay merupakan bagian dari Astra Internasional Tbk. Grup yang telah didirkan sejak tahun 1957 tersebut telah sukses berada sebagai suatu multinasional company yang berbasis di berbagai sector lain. AstraPay pun mendapat antusias luar biasa dari publik pada 15 September 2021. AstraPay menguatkan brand image sebagai uang elektronik yang terpercaya karena didukung oleh Grup Astra yang telah memiliki posisi kuat dan reputasi baik di mata masyarakat. Dengan hadirnya AstraPay, diharapkan pengguna akan mendapatkan banyak fasilitas dan keuntungan selama perjalanan, baik bagi pengguna personal maupun transportasi umum. Sejauh ini, sistem pembayaran di Indonesia telah disusun oleh beberapa platform ewallet. AstraPay sendiri tidak berniat bersaing langsung dengan para pemain tersebut. Muncul dari lingkungan Grup Astra, AstraPay memiliki proposisi nilai khusus, yaitu pengenalan layanan pembayaran mobile bagi pemilik kendaraan dan pengguna layanan transportasi umum. AstraPay memiliki semacam mandat untuk mengembangkan proposisi nilai yang kami sebut proposisi nilai bagi pelanggan. Iabertindak sebagai portofolio berjalan dan lebih diutamakan daripada industri otomotif dan transportasi seperti bengkel Astra dan transportasi umum seperti MRT Jakarta atau TransJakarta Ia mengambilnya dari keynote speaker yaitu CEO AstraPay, dan menunjukkan bahwa, pada dasarnya, tujuan AstraPay adalah untuk mengintegrasikan produk-produk Grup Astra, yang diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia. AstraPay bermaksud untuk berkontribusi sebagai fasilitator teknologi untuk produk digital yang dikembangkan oleh Grup Astra. AstraPay juga adalah layanan cryptocurrency, dan nilai cryptocurrency yang dikelola oleh AstraPay bukanlah deposit, seperti yang disebutkan dalam Undang-Undang Layanan Perbankan. Akun AstraPay adalah akun yang dibuka oleh pengguna yang tersimpan di server platform pembayaran mikro AstraPay. Saldo AstraPay pengguna akan secara otomatis terpotong dari jumlah yang ditunjukkan oleh pengguna atau dikonfirmasi untuk pembayaran tertentu, jika Saldo AstraPay pengguna mencukupi. Jika saldo AstraPay pengguna tidak mencukupi untuk pembayaran yang relevan, pihak Astra dapat menolak untuk memproses pembayaran pengguna atau jika layanan Astra mengizinkan pembayaran sebagian, pengguna harus membayar selisih uang tunai atau ditentukan lain oleh Astra. Tidak hanya soal keamanan aplikasi atau data pengguna, AstraPay menegaskan pihaknya berusaha menjaga seluruh sistem, termasuk ketentuan Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hal ini menyangkut kewajiban pengelolaan data dan sertifikasi keamanan.

**1.2 Identifikasi masalah**

Dibandingkan competitor mereka, AstraPay tidak cukup diketahui oleh masyarakat Indonesia sebagai layanan cashless terbaik. GoPay, OVO dan Jenius merupakan 3 perusahaan cashless terbesar di Indonesia dan AstraPay pun tidak memberikan jasa yang cukup baik untuk bersaing dengan perusahaan terbesar berikut. Jika kita melihat rating dari aplikasi cashless AstraPay, kita dapat melihat bahwa AstraPay mempunyai image yang buruh di mata masyarakat Indonesia. Dengan rating 3.2 di AppStore dan 3.7 di PlayStore, AstraPay dianggap sebagai aplikasi kurang bagus jika dibandingkan dengan aplikasi cashless lainnya seperti Jenius yang memiliki rating 4.3 dan 3.4. Dalam beberapa review yang diberikan oleh pengguna kita dapat melihat bahwa layanan Cashless di AstraPay pun masih memiliki banyak masalah terkait sistem dan jasa mereka. Salah satu complain terbesar di bagian review aplikasi adalah kerumitan dari aplikasi AstraPay dalam melakukan proses pembayaran. Kerumitan ini diketahui memberi masalah kepada pengguna yang ingin melakukan transaksi secara cepat dan efisien. Selain itu, kerumitan dan masalah lain yang dialami pengguna adalah error dan bug di dalam aplikasi. Error dan bug ini pun bisa membuat pengguna tidak puas dan menghilangkan kepercayaan dalam aplikasi AstraPay. Perihal ini pun sangat bermasalah karena seharusnya suatu keunggulan dari melakukan cashless transaksi adalah kecepatan, keamanan dan efisien tanpa harus meluangkan waktu untuk ke ATM dan melakukan transaksi. Tetapi, beberapa masalah yang dialami pengguna berikut merupakan semua permasalahan yang sama dialami dengan melakukan transaksi melalui tradisional banking. Beberapa masalah lain yang dialami pengguna merupakan masalah customer service dan bermasalahan dengan fitur-fitur aplikasi. Sebuah bisnis pun harus membuat sebuah solusi kepada para pengguna dan memberi kepuasan kepada pengguna. Dan jika masalah-masalah tersebut tidak memberikan kepuasan kepada pengguna, bisnis AstraPay pun tidak akan dapat menjadi bisnis yang berkembang dan menjadi perusahaan besar jika semua masalah-masalah tersebut tidak segera diselesaikan. Permasalahan masyarakat cashless Seperti yang kita ketauhui, pembuatan sistem cashless adalah untuk membuat solusi terhadap transaksi banking yang lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan banking tradisional. Tentunya, cashless pun juga dapat memberi beberapa kerugian kepada para pengguna cashless. Kekhawatiran yang meningkat bagi banyak pengguna cashless adalah masalah data dan keamanan siber dari pembayaran tanpa uang tunai tidak dipantau dengan baik oleh bank sentral. Selain itu, pengguna juga memiliki masalah privasi yang menyertai setiap transaksi yang memiliki jejak digital, sedangkan uang tunai lebih anonym dan tidak memerlukan data pribadi untuk menggunakan uang kas. Dan bagaimana jika bencana alam atau dengan cara lain sistem pendukung negara cashless mati—dan itu menjadi masalah besar bagi layanan keuangan. Tiba-tiba, kemampuan pengguna untuk mengakses dana mereka akan diblokir dan tanpa ada yang mampu membayar apa pun, hasilnya kemungkinan akan menjadi penutupan ekonomi. Dengan cashless transaksi, mudah untuk menggesek, mengetuk, atau mengklik tanpa memperhatikan berapa banyak yang digunakan pengguna untuk belanja. Faktanya, ketika menggunakan pembayaran digital, sangat mudah bagi pengguna untuk kehilangan jejak berapa banyak yang mereka belanjakan dan itu dapat membuat orang mendekati akhir bulan dengan saldo yang lebih rendah. Tidak diragukan lagi bahwa transaksi cashles lebih mudah dilakukan hanya dengan sekali klik; orang dapat melakukan pembayaran. Keuntungan transaksi ini menyebabkan kecenderungan pengeluaran yang berlebihan, terutama di kalangan generasi modern. Kombinasi berikut dengan besarnya fee buat setiap transaksi, ini dapat merugikan pengguna. Pemroses pembayaran dapat menguangkan volume tinggi dengan mengenakan biaya, yang akan menghilangkan penghematan yang seharusnya berasal dari penanganan uang tunai yang lebih sedikit. Permasalahan lain dari cashless adalah kenaikan transaksi penipuan dan kenaikan korban dari transaksi penipuan. Penipuan transaksi ini dapat diakibatkan dari kenaikan pengguna cashless dan akan berdampak kepada keuangan para pengguna jika tidak terbiasa dengan transaksi penipuan.

**1.3 Tujuan Penulisan**

Tujuan penulisan adalah untuk mengidentifikasi masalah krusial dari perusahaan AstraPay yang bisa dipecahkan dan dapat memperkuat branding nama AstraPay sebagai perusahaan elit dalam bidang e-wallet atau disebut sebagai aplikasi cashless. Beberapa masalah ini termasuk keamanan dari para aplikasi berikut, literasi dari para pengguna dalam menggunakan teknologi dan manajemen dalam perusahaan yang harus tetap berinovasi untuk memuaskan para pengguna AstraPay. Untuk ini, kita dapat melihat dalam review aplikasi AstraPay yang dalam kondisi sekarang tidak cukup memuaskan ketika dibandingkan dengan perusahaan e-wallet lainnya seperti OVO dan Dana.

**2 Kajian Teori**

Degan melihat internal struktur dalam perusahaan, kita dapat melihat permasalahan terbesar dari AstraPay merupakan bagian manajemen. Karena AstraPay merupakan anak perusahaan dari Astra Internasional Tbk. Grup, perusahaan orang tua ini lebih memfokusi tenaga kerja dalam bidang utama nya yaitu produksi dan penjualan mobil. Ini dapat dilihat dari feedback dari para pelanggan tentang kekurangan server AstraPay dan permasalahan sistem dalam melakukan transaksi. Dalam marketing, sebagai pengguna saya tidak banyak melihat promosi dari AstraPay. Dibandingkan dengan OVO dan Jenius yang mempromosi lewat media sosial dan stan dalam beberapa mal besar, AstraPay belum melakukan hal banyak untuk mempromosikan aplikasi cashless mereka. Kemitraan dengan perusahaan konsumer lain pun masih kurang berkualitas dibandingkan para competitor AstraPay.

Ini membawa kita dalam masalah kedua AstraPay yaitu sistem finance dalam perusahaan dan taktik marketing perusahaan. AstraPay tidak menyediakan banyak promosi dan diskon dalam aplikasi mereka sedangkan sebuah studi menunjukkan bahwa penawaran kupon atau diskon dapat menghalangi konsumen untuk mencari produk yang sama di tempat lain. Ini karena diskon menciptakan rasa urgensi untuk membeli, yang mengalihkan perhatian pembeli dari mencari opsi lain. Dengan kurangnya promosi dan diskon dalam aplikasi, hal ini mendorong pengguna untuk lari ke pesaing AstraPay.

**3 Strategi Pemecahan Masalah**

Ini adalah solusi yang diberikan oleh pihak astra terkait masalah cashless yang dialaminya. 1. Astra membuat suatu promosi ataupun iklan untuk dapat membuat aplikasi ini dikenal masyarakat luas, karena masyarakat Indonesia rata rata hanya mengetahui layanan cashless seperti gopay, ovo, dan dana. Bisa dilihat astra mempunyai competitor yang sudah berada diatas sehingga membuat astra harus memberikan suatu hal yang baru dan menarik diaplikasinya tersebut. Hanya dengan cara ini Astra dapat membuat aplikasi ini dikenal oleh semua masyarakat Indonesia. 2. Membuat server yang lebih baik diantara kompetitornya. Masalah cashless yang terjadi pada umumnya disebabkan jaringan ataupun server yang tidak kuat menampung data yang diberikan oleh pengguna sehingga membuat transaksi tersebut batal, hal ini menyebabkan ketidaknyamanan pengguna dan membuat rating suatu aplikasi menjadi buruk karena masalah ini. Olehkarena itu server yang dibuat oleh Astra harus siap menampung data data yang akan ada di masa mendatang sehingga tidak menyebabkan masalah yang berlanjut kedepannya dan membuat masyarakat lebih ingin menggunakan aplikasi ini daripada aplikasi lain karena jika Astra mempunyai performa yang bagus masyarakat akan melihat bahwa aplikasi ini stabil dipakai dan tidak takut dapat menyebabkan kegagalan saat melakukan transaksi. 3. Dari masalah rating, ada masalah yang sangat rawan bagi pengguna cashless, yaitu cyber crime. Dengan adanya cyber crime ini tentu membuat pengguna merakan keresahan saat menggunakan aplikasi ini. Karena dengan adanya cyber crime bisa membocorkan suatu data dari seorang pengguna yang bisa menyebabkan masalah seperti identitas dipakai untuk hal yang tidak baik, melakukan penipuan, melacak lokasi tempat tinggal, dan pembajakan akun pengguna. Astra harus siap menghadapi masalah ini, bagaimana cara mengatasi masalah ini yaitu dengan menyiapkan keamanan yang terbaik bagi sebuah aplikasi tersebut dimana jika keamanan yang baik akan mengurangi resiko adanya cyber crime. 4. Memberikan sebuah tutorial saat awal pengguna mendownload aplikasi, banyak masyarakat Indonesia yang masih awam terhadap layanan cashless ini karena sudah terbiasa menggunakan pembayaran tunai. Sejak awal pandemic mulailah ramai masyarakat menggunakan layanan cashless ini dikarenakan masyarakat yang ingin menjaga Kesehatan sehingga tidak mau menyentuh barang yang asalnya dari luar untuk menghindari penyakit covid. Semenjak saat itu layanan cashless lah yang paling berguna untuk melakukan pembayaran tanpa mengeluarkan uang tunai, layanan ini akhirnya menjadi popular dikarenakan lebih mudah, simple, dan uang yang diberikan pasti pas tanpa perlu adanya pengembalian. Tetapi masyarakat Indonesia masih banyak yang belum siap terhadap layanan ini sehingga banyak yang masih bingung terhadap cara pemakaian layanan cashless ini. Solusi yang saya berikan adalah Astra harus mempunyai sebuah tutorial agar masyarakat mengerti cara memakai aplikasi itu. Dengan adanya tutorial yang diberikan tentu membuat pengguna lebih mengerti cara memakai aplikasi tersebut, sehingga Astra dapat bersaing terhadap competitor lainnya.

**DAFTAR PUSTAKA**

1. Vajid, A. (n.d.). Problems and Prospects of Cashless Economy in India | Think India Journal. Retrieved July 5, 2022, from thinkindiaquarterly.org website: <https://thinkindiaquarterly.org/index.php/think-india/article/view/8934>

2. Adzani, M. A., & Rahmi, A. N. (2022). Program Praktik Kerja Mahasiswa Di Astrapay Pada : 1 September – 31 Desember 2020 PT Astra Digital Astra. Retrieved July 5, 2022, from repository.ibs.ac.id website: <http://repository.ibs.ac.id/4104/>

3. Ari Syarifudin. (2021). Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menggunakan Dompet Elektronik (E-Wallet) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon). Retrieved July 5, 2022, from repository.syekhnurjati.ac.id website: <http://repository.syekhnurjati.ac.id/5133/>

4. Problems and Challenges in Adoption of Cashless Payment Mode by Online Consumers - ProQuest. (n.d.). Retrieved July 5, 2022, from www.proquest.com website: <https://www.proquest.com/openview/730da1107979f2a68a42642d1011b1d7/1?pq-origsite=gscholar&cbl=54462>

5. Putri, A. R. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah Mobile Banking Bank Muamalat (Studi Kasus Nasabah Bank Muamalat DKI Jakarta). *Repository.uinjkt.ac.id*. Retrieved from https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55897

‌

‌

‌

‌

‌