



Adiraku

Rifqi Rafilady Dwijaya (Batch 14)

Aplikasi mobile **ADIRAKU** merupakan aplikasi berbasis Android dan iOS yang dikembangkan oleh Adira Finance sebagai platform untuk memudahkan nasabah dalam mengelola pembiayaan serta kebutuhan finansial mereka.

Diluncurkan untuk memberikan akses yang lebih mudah dan nyaman bagi para nasabah, **ADIRAKU** memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi dan layanan terkait pembiayaan secara online, tanpa harus mengunjungi kantor cabang.

- Customer Needs
- Value Proposition
- Market Segmentation
- Market Sizing
- OKR
- KPI

OBJECTIVE



Customer Needs/Pain Points

Kemudahan dan Aksesibilitas Finansial.

Kemudahan dalam mencari informasi terkait layanan finansial, dan pengajuan layanan tanpa perlu ke kantor cabang.

Flexibilitas Pembayaran

Terdapat pilihan atau opsi untuk melakukan pembayaran secara real time tanpa harus menuju bank atau atm .

Sistem yang ter-personalisasi

Membutuhkan sistem yang dapat mengingatkan terkait pinjaman yang akan jatuh tempo atau pembayaran otomatis agar tidak lupa .

VALUE PROPOSITION

Layanan Finansial dalam Genggaman

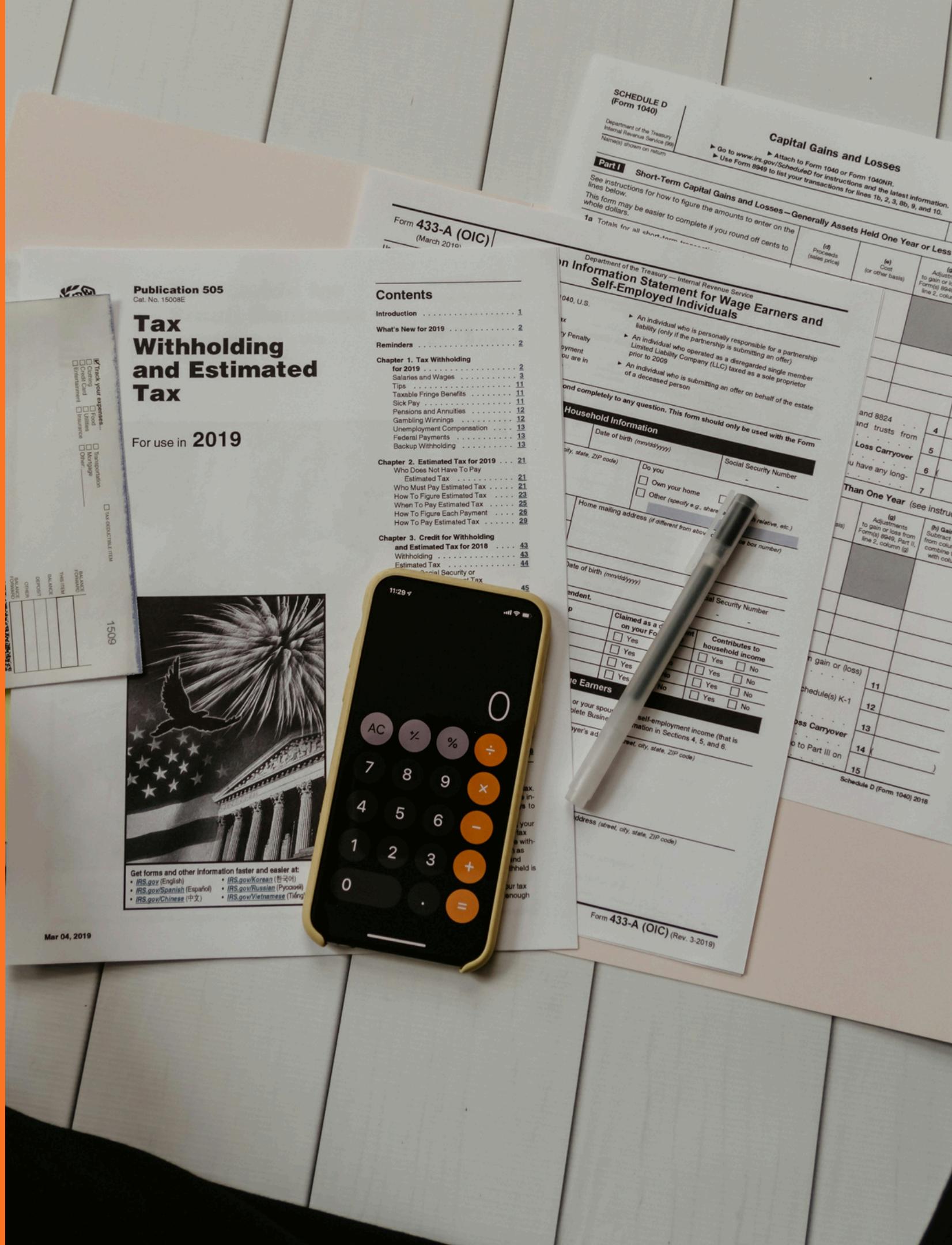
- Menghilangkan kebutuhan datang ke kantor cabang dengan proses digital yang cepat & seamless.
- Memberikan akses penuh ke informasi finansial dalam satu platform terintegrasi.

Pembayaran yang **Fleksibel** & Bebas Repot

- Memungkinkan pembayaran instan melalui berbagai metode tanpa batasan tempat dan waktu.
- Menyediakan opsi auto-debit & notifikasi cerdas agar pembayaran tetap lancar tanpa perlu diingat manual

Pengalaman yang Dipersonalisasi & Proaktif

- Menggunakan data & insight pengguna untuk menawarkan solusi pembayaran yang sesuai kebutuhan.
- Memberikan promo, reward, dan rekomendasi finansial yang relevan agar pengguna mendapatkan manfaat maksimal.





Market Segment

- Pekerja Tetap.
- Mahasiswa/Fresh Graduate
- Freelancer/UMKM

dari ketiga segment tersebut dapat ditarik persamaan yaitu ketiga segment berdasarkan aktivitasnya membutuhkan pembiayaan atau layanan finansial untuk mendukung kebutuhan mereka seperti kendaraan dan peralatan elektronik.



ICP (Ideal Customer Profile)

Kategori: Pekerja Tetap di Kota Besar

- ◆ Usia: 25–40 tahun
- ◆ Pendapatan: Rp5–15 juta/bulan
- ◆ Status Pekerjaan: Karyawan tetap di perusahaan swasta/BUMN
- ◆ Lokasi: Kota besar dengan penetrasi fintech tinggi (Jabodetabek, Surabaya, Bandung, Medan, Makassar)

Kenapa Pekerja Tetap Jadi ICP?

1. Pasar yang Stabil & Potensial

Pekerja tetap memiliki penghasilan bulanan yang stabil, membuat mereka lebih mudah untuk mengajukan cicilan atau pinjaman.

2. Sudah Terbiasa dengan Layanan Keuangan Digital

Mereka lebih cenderung menggunakan aplikasi fintech untuk kebutuhan keuangan mereka.

3. Lebih Likely untuk Layanan Cicilan & Pembiayaan

Banyak dari mereka menggunakan cicilan untuk kendaraan, elektronik, dan kebutuhan lain.

Market Sizing

Market Sizing ADIRAKU (TAM, SAM, SOM)
Untuk menghitung estimasi pangsa pasar
ADIRAKU, kita menggunakan model TAM-SAM-SOM:

- TAM (Total Addressable Market)

Total pasar potensial jika semua orang yang memenuhi kriteria menggunakan layanan ini.

- SAM (Serviceable Available Market)

Pasar yang bisa dijangkau berdasarkan faktor geografis dan perilaku pengguna.

- SOM (Serviceable Obtainable Market)

Pangsa pasar yang realistik bisa dicapai oleh ADIRAKU dalam waktu tertentu.





Total Addressable Market (TAM)

Populasi usia produktif di Indonesia (20–45 tahun) = 90 juta orang (BPS 2023). Dari angka ini, sekitar 40% (36 juta orang) sudah menggunakan layanan fintech atau pinjaman digital (data OJK & BI 2023)

TAM ADIRAKU = 36 juta orang

Serviceable Available Market (SAM)

Dari TAM (36 juta orang), kita mempersempit ke segmen ideal pelanggan ADIRAKU:

- Pekerja kantoran & profesional di kota besar
- Pendapatan Rp5–15 juta/bulan
- Aktif menggunakan fintech & e-wallet

Menurut data dari BPS & OJK:

60% dari pengguna fintech adalah pekerja kantoran/profesional

$36\text{ juta} \times 60\% = 21,6\text{ juta orang}$

Sekitar 70% dari mereka tinggal di kota besar

$21,6\text{ juta} \times 70\% = 15,1\text{ juta orang}$

SAM ADIRAKU = 15,1 juta orang

Serviceable Obtainable Market (SOM)

SOM dihitung berdasarkan pangsa pasar realistik yang bisa ADIRAKU capai dalam 2–3 tahun ke depan.

- Kompetitor utama: Perusahaan fintech lain seperti Akulaku, Kredivo, Home Credit
- Market share yang bisa diperoleh: 5–10% dari SAM

Jika ADIRAKU bisa mendapatkan 5% dari SAM:

$15,1\text{ juta} \times 5\% = 755.000\text{ pengguna}$

Jika ADIRAKU bisa mendapatkan 10% dari SAM:

$15,1\text{ juta} \times 10\% = 1,51\text{ juta pengguna}$

SOM ADIRAKU = $755.000 - 1,51\text{ juta pengguna dalam 2-3 tahun}$

North Start Metric

"Meningkatkan keterlibatan pengguna dengan transaksi yang lebih sering dan bernilai tinggi."

Metrik ini mengukur peningkatan penggunaan ADIRAKU sebagai solusi finansial utama bagi pelanggan, memastikan bahwa mereka tidak hanya menggunakan aplikasi tetapi juga aktif bertransaksi secara rutin.



OBJECTIVE 1: Membuat ADIRAKU Menjadi Pilihan Utama dalam Pembayaran Angsuran

Membantu pengguna merasa lebih nyaman dan percaya diri dalam mengelola keuangan mereka melalui ADIRAKU.

Key Result 1:

Meningkatkan konversi pengguna baru ke transaksi pertama dari 15% menjadi 30% dalam 6 bulan.

Key Result 2:

Meningkatkan jumlah pengguna yang mengaktifkan auto-debit dari 20% menjadi 40%.

Key Result 3:

Meningkatkan skor kepuasan pelanggan (CSAT) dari 70% menjadi 85%.

Solusi:

- Onboarding yang intuitif & interaktif untuk membuat pengguna merasa nyaman sejak awal.
- Fitur pembayaran otomatis & pengingat pintar agar pengguna tidak perlu khawatir tentang jatuh tempo.
- Personalisasi rekomendasi finansial berbasis data pengguna.

OBJECTIVE 1: ADIRAKU sebagai platform keuangan terpercaya dan aman .

"Membantu pengguna merasa aman, percaya, dan terhubung dengan layanan finansial mereka."

Key Result 1:

Mengurangi churn rate pengguna baru sebesar 20% dalam 3 bulan.

Key Result 2:

Meningkatkan engagement pengguna (MAU/WAU ratio) sebesar 25% dalam 6 bulan.

Solusi:

- Meningkatkan transparansi & keamanan transaksi agar pengguna lebih percaya diri dalam menggunakan layanan.
- Customer support yang proaktif & AI chatbot cerdas untuk membantu pengguna kapan saja.
- Penyempurnaan UI/UX aplikasi untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

Target KPI for ADIRAKU

Meningkatkan jumlah transaksi yang diproses sebesar 20% dalam 6 bulan

Latar Belakang KPI:

- Jumlah transaksi yang diproses mengukur seberapa sering pengguna melakukan transaksi di ADIRAKU.
- Menunjukkan keberhasilan dalam menarik dan mempertahankan pengguna untuk terus bertransaksi.
- Mendorong penggunaan jangka panjang sehingga transaksi bulanan konsisten dan mencerminkan nilai aplikasi yang berkelanjutan.
- Menunjukkan dampak dari pembaruan produk dan strategi pemasaran dalam meningkatkan transaksi pengguna.