

MENINJAU KEKURANGAN APLIKASI DOMPET DIGITAL LINKAJA: GUNA MASA DEPAN LAYANAN KEUANGAN DIGITAL YANG LEBIH BERKUALITAS

**Merry Cranes^{1)*}, Ariaahmand Saragih²⁾, Chintia Ni³⁾, Claudio Cassano
Nistelrooy Purba⁴⁾, Haga Creis Tentry⁵⁾, Ika Fitriani Sukur⁶⁾**

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Riau

^{2,3,4,5,6)}Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

*E-mail: merrycranessiantury@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini didasari oleh latar belakang permasalahan terkait bagaimana cara memperbaiki kekurangan aplikasi LinkAja untuk masa depan layanan keuangan digital yang lebih berkualitas. Identifikasi pada permasalahan tersebut tidak hanya berdasarkan dengan keinginan pelanggan, namun juga bagaimana kepuasan pelanggan dalam memakai aplikasi LinkAja. Penggunaan metode yang relevan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa kata-kata, gambar atau video untuk menggambarkan fenomena yang diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) Mengidentifikasi atribut layanan pada aplikasi LinkAja. (2) Mengidentifikasi minat pelanggan terhadap penggunaan dompet digital LinkAja. (3) Mengidentifikasi faktor apa saja yang membuat LinkAja berada di posisi terakhir dari dompet digital lainnya. (4) Memberikan solusi kepada LinkAja agar dapat meningkatkan daya saing terhadap kompetitornya.

Kata Kunci: LinkAja, Dompet Digital, Minat Pelanggan

Abstract

This research is focused on the background of problems related to how to improve the shortcomings of the LinkAja application for the future of higher quality digital financial services. Identification of these problems is not only based on customer desires, but also on customer satisfaction in using the LinkAja application. The use of relevant methods in this research is qualitative methods. Qualitative research is research that uses data in the form of words, images or videos to describe the phenomenon being studied. The aim of this research is to: (1) Identify service attributes in the LinkAja application. (2) Identify customer interest in using the LinkAja digital wallet. (3) Identify what are the factors causing LinkAja to be in last position compared to other digital wallets. (4) Providing solutions to LinkAja so that it can increase its competitiveness against its competitors.

Keywords: LinkAja, Digital Wallet, Customer Interest

PENDAHULUAN

Di era yang serba digital dan praktis seperti sekarang ini, teknologi mengambil peranan yang penting dalam kehidupan sehari-hari, karena dapat mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas. Salah

satu aktivitas yang dilakukan seperti ketika ingin melakukan pembayaran, mereka hanya memerlukan dompet digital. Dengan adanya dompet digital manusia tidak perlu lagi membawa banyak uang jika ingin berbelanja, mereka hanya harus

memiliki ponsel untuk melakukan pembayaran.

Menurut data yang penulis dapatkan dari bank indonesia bahwa penggunaan dompet digital sebelum adanya pandemi hanya berkisar sekitar 10%, namun pada tahun 2022 persentase tersebut meningkat menjadi 44% dan diperkirakan pertumbuhan penggunaan dompet digital kedepannya akan semakin meningkat. Pada tahun 2022 ShopeePay berhasil menempati posisi teratas dengan persentase sebesar 34%, diikuti dengan dompet digital lainnya seperti OVO sebesar 28%, Gopay 17%, Dana 14%, dan LinkAja 8%.

Tabel 1. Data Pengguna Dompet Digital Tahun 2022

Dompet Digital	Penggunaan Tahun 2022
ShopeePay	34%
OVO	28%
Gopay	17%
LinkAja	8%

Sumber: Bank Indonesia, 2022

Berdasarkan data diatas LinkAja menempati posisi paling akhir untuk penggunaan Dompet digital paling banyak di Indonesia. Penyebab LinkAja menempati posisi paling akhir disebabkan oleh beberapa faktor, seperti antarmuka pengguna yang rumit, kualitas layanan yang kurang baik, masalah kinerja pelayanan *customer service*, *event cashback* yang sering mengalami kendala. Berdasarkan faktor yang telah disebutkan maka LinkAja harus melakukan perbaikan pada aplikasinya agar dapat bersaing dengan kompetitornya.

Perbaikan bukan hanya dilakukan berdasarkan keinginan pelanggan, namun juga dengan membandingkan dengan kompetitornya (Fikri et al., 2020) untuk meningkatkan daya saing dari LinkAja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja kekurangan dari aplikasi LinkAja dan apa saja inovasi yang bisa dilakukan untuk memperbaiki aplikasi LinkAja sehingga dapat bersaing dengan kompetitornya.

METODE PENELITIAN

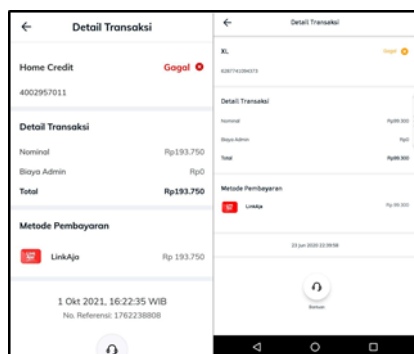
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa kata-kata, gambar atau video untuk menggambarkan fenomena yang diteliti. Pada penelitian yang kami lakukan data kualitatif berasal dari jurnal-jurnal terdahulu yang membahas tentang kelemahan LinkAja serta solusinya, dari beberapa buku, dan dari situs website yang penulis jadikan panduan untuk menulis artikel ini. Penelitian ini menggunakan populasi yang mencakup perusahaan penyedia layanan dompet digital, dan sampel yang diambil adalah aplikasi LinkAja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwasanya pengguna dompet digital cukup meningkat dengan pesat, tepatnya sebelum pandemi hanya berkisar 10% konsumen yang memakai dompet digital, namun setelah pandemi meningkat menjadi 44% dan akan diprediksi pertumbuhan penggunaan dompet digital akan semakin meningkat.

Pada aplikasi LinkAja, atribut layanan pada aplikasi ini sudah cukup lengkap dan namun, belum begitu mampu bersaing dengan kompetitornya seperti Shopeepay, OVO, Gopay, dan Dana. Dari data yang diperoleh dompet digital LinkAja menempati posisi paling akhir untuk penggunaanya di Indonesia. Karena disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kualitas layanan, kelengkapan dan keunggulan fitur layanan, kinerja aplikasi, proses pengembalian dana, persepsi risiko, persepsi kenyamanan, masalah kinerja pelayanan *customer service*, dan *event cashback* yang sering mengalami kendala.

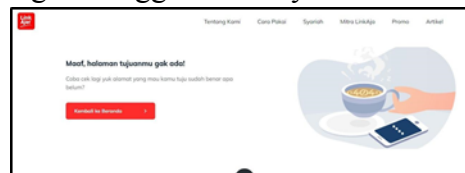
Faktor penyebab dompet digital LinkAja menempati posisi paling akhir yaitu kualitas layanan. Dimana kualitas layanan LinkAja terdapat kendala seperti akses *login* aplikasi yang gagal, kesulitan meng-*update* layanan penuh hingga *customer service* yang harusnya dapat membantu menyelesaikan masalah namun pengguna merasa kurang terbantu.



Gambar 1. Transaksi Gagal di LinkAja

Sumber: <https://mediakonsumen.com>, 2023

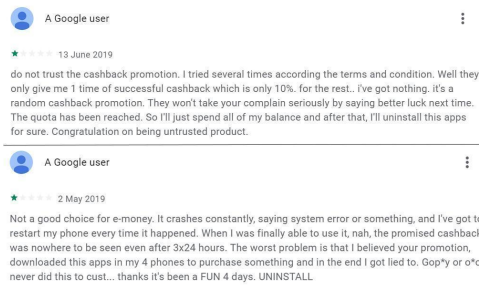
Faktor yang kedua yaitu kelengkapan dan keunggulan fitur layanan LinkAja yang masih kurang lengkap. Contohnya seperti fitur yang bernama “*Merchant Sekitarmu*” tidak semua wilayah bisa dan tidak dapat difungsikan, selain itu juga antarmuka pengguna yang rumit dan tidak ramah pengguna, hal ini menghalangi beberapa pengguna untuk menggunakan layanan sepenuhnya. Selain itu juga, seringkali website atau aplikasi mengalami permasalahan akses sehingga pengguna kesulitan ketika ingin menggunakan layanan.



Gambar 2. Halaman Menu Merchant LinkAja

Sumber: <https://www.linkaja.id>, 2023

Faktor yang ketiga yaitu kinerja aplikasi LinkAja yang lambat. Seperti pada saat membuka aplikasi yang membutuhkan durasi waktu yang membutuhkan durasi waktu yang lama membuat konsumen tidak bisa melakukan transaksi lebih cepat. Faktor keempat yaitu proses pengembalian dana yang lama. Contohnya seperti pada saat transfer berlangsung antara LinkAja dan bank terbilang sudah berhasil namun dana yang di transfer tidak masuk ke bank tersebut. Selain itu, *event cashback* yang ditawarkan sering mengalami kendala teknis seperti *cashback* yang tidak masuk ke saldo pengguna.

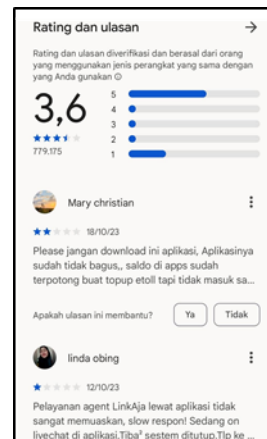


Gambar 3. Cashback Tidak Masuk
Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.telkom.mwallet&hl=en-ID>, 2023

Faktor kelima yaitu persepsi resiko yang dimana seorang konsumen merasakan adanya ketidakpastian ketika mereka melakukan keputusan pembelian. Faktor ketujuh adalah persepsi keamanan yang bisa menjaga data pribadi dari konsumen secara baik dikarenakan sebelum menggunakan aplikasi LinkAja, pada pendaftaran diminta banyak sekali data konsumennya. Faktor yang terakhir adalah kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan LinkAja haruslah tinggi agar tingkat penggunaan aplikasi tersebut mampu bersaing dengan dompet digital lainnya.

Faktor tadi juga didukung oleh beberapa bukti *review* dari konsumen yang menggunakan LinkAja. Bukti dari konsumen yang menggunakan LinkAja penulis dapatkan dari Google Play Store seperti customer service yang tidak membantu konsumen sama sekali dalam menjawab permasalahan mereka, transaksi yang sering terganggu, sulit untuk *login* kedalam aplikasinya, terlalu sering dilakukan upgrade, saldo yang sering hilang dan masih banyak lagi permasalahan yang dihadapi konsumen ketika menggunakan aplikasi Linkaja.

Selain itu juga LinkAja mendapatkan *rating* 3.6 di Play Store, hal ini memungkinkan untuk LinkAja memperbaiki fitur layanan, serta tampilannya. Sehingga mudah untuk digunakan konsumen dan konsumen juga merasa aman serta nyaman ketika menggunakan Aplikasi LinkAja.



Gambar 4. Ulasan Aplikasi LinkAja
Sumber: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.telkom.mwallet>, 2023

Solusi yang dapat diberikan kepada LinkAja agar dapat mampu bersaing dengan kompetitor dompet digital lainnya adalah untuk dapat menonjolkan produk unggulan seperti LinkAja Syariah yang tidak semua dompet digital memiliki produk tersebut. Meningkatkan kualitas layanan antar *customer services* dan pelanggan, melakukan *feedback* dengan cepat dan baik ketika pelanggan terdapat masalah pada transaksi atau lain sebagainya. Meningkatkan keamanan data pengguna agar lebih terlindungi dan tidak mudah bocor, menerapkan poin dan *reward* yang menarik untuk pengguna, meningkatkan brand *image*, mengatasi *bug* dan masalah teknis yang sering terjadi di dalam aplikasi LinkAja, menambahkan opsi

pengembalian dana yang lebih beragam seperti transfer bank, *e-wallet*, atau *voucher* belanja. Meningkatkan desain dan tampilan aplikasi agar lebih *user-friendly* dan menarik bagi pengguna. LinkAja juga harus menerapkan manajemen risiko guna untuk menganalisis, mengevaluasi dan mengendalikan risiko-risiko yang akan terjadi kedepannya dan untuk meminimalkan atau mengurangi dampak negatif dari risiko yang akan terjadi

SIMPULAN

Penggunaan dompet digital di Indonesia meningkat pesat, terutama setelah pandemi. Namun, LinkAja menempati posisi paling akhir untuk penggunaannya di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu kualitas layanan, kelengkapan dan keunggulan fitur layanan, kinerja aplikasi, proses pengembalian dana, persepsi risiko, persepsi kenyamanan, masalah kinerja pelayanan *customer service*, dan *event cashback* yang sering mengalami kendala. Solusi yang dapat penulis berikan untuk LinkAja adalah menonjolkan produk unggulan seperti LinkAja Syariah, meningkatkan kualitas layanan antar *customer services* dan pelanggan, melakukan *feedback* dengan cepat dan baik ketika pelanggan terdapat masalah pada transaksi atau lain sebagainya. Meningkatkan keamanan data pengguna agar lebih terlindungi dan tidak mudah bocor, menerapkan poin dan *reward* yang menarik untuk pengguna, meningkatkan *brand image*, mengatasi *bug* dan masalah teknis yang sering terjadi di dalam

aplikasi LinkAja, menambahkan opsi pengembalian dana yang lebih beragam seperti transfer bank, *e-wallet*, atau *voucher* belanja. Meningkatkan desain dan tampilan aplikasi agar lebih *user-friendly* dan menarik bagi pengguna. Dengan menerapkan solusi-solusi tersebut, diharapkan LinkAja dapat meningkatkan daya saing dengan kompetitornya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pengampu Bapak Miftah El Fikri S.E., S. Si. selaku dosen pengampu mata kuliah Start-up dan Perencanaan Bisnis atas bimbingan, dorongan, dan ilmu yang berharga yang telah Beliau berikan selama proses penulisan jurnal artikel ini. Beliau telah memberikan inspirasi dan wawasan yang sangat berarti bagi perkembangan pengetahuan penulis. Semua yang penulis pelajari dari Beliau sangat berharga dan semoga dapat bermanfaat bagi penulis dan juga pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Analita, N. S., & Wijaksana, T. I. (2020). ANALISIS PERBANDINGAN E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST APLIKASI LINKAJA DENGAN APLIKASI DANA. *e-Proceeding of Management*.
- BANK INDONESIA. (2023, March 31). *Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi*. Bank Indonesia. Retrieved October 18, 2023, from <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot->

[Digital--Naik-Daun.-Membetot
-Minat-Kala-Pandemi.aspx](#)

- Dagdeviren, O. (2018). Startups Grow With People: How to Pick Partners, Recruit the Top Talent and Build a Company Culture.
- Dina Dellyana, I. P. (2021). START UP TOOLS.
- Eisenmann, T. (2021). Why Startups Fail: A New Roadmap for Entrepreneurial Success.
- Fadhlorrahman, A., & Tantra, T. (2023). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN LINKAJA. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Fikri, M. El, Pane, D. N., & Ahmad, R. (2020). Factors Affecting Readers ' Satisfaction in " Waspada " Newspapers : Insight from Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 7(May), 357–371.
<https://doi.org/10.4444/ijrr.1002/1995>
- Furqon, M. A., Wulandari, S., & Aurachman, R. (2021). PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN LINKAJA MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE COMPETITOR ANALYSIS (IPCA). *e-Proceeding of Engineering* .
- Goyal, P. (2017). Before You Startup: How to prepare to make your startup dream a reality.
- Inggit, C. A., & Wijaksana S.SOS., M.SI, T. I. (n.d.). PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA LINKAJA. *e-Proceeding of Management*, 2020.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. n. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*.
- Muhammad A. F., Dkk (2021), "Perbaikan kualitas layanan LinkAja menggunakan metode importance performance competitor analysis (IPCA)".
- Quiserto, R. (2023, May 15). Review LinkAja | Kelebihan Kekurangan. *Duwitmu*. Retrieved October 18, 2023, from <https://duwitmu.com/tabungan/review-linkaja-kelebihan-kekurangan>
- Rahayu, N. A., & Lestari, M. T. (2021). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND IMAGE PADA APLIKASI LINKAJA. *Jurnal Universitas Telkom Bandung*.
- Saragih, M. E., & S.T., MM, D. H. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BELI

- ULANG KONSUMEN.
e-Proceeding of Management.
- Sunday Ade Sitorus, M. d. (2022).
Brand Marketing: The Art of
Branding.
- Taufik Faturohman, d. (2021).
MANAJEMEN RISIKO
UNTUK START-UP.
- Treder, M. (2013). UX DESIGN
FOR STARTUPS.
- Tschohl, J. (2019). ACHIEVING
EXCELLENCE THROUGH
CUSTOMER SERVICE.
- Violinda, Q., & Khorunnisya, N. V.
(2022). Minat Generasi
Milenial menggunakan
E-Wallet Link Aja: Perspektif
Teori Persepsi dan Perilaku.
*Jurnal Aplikasi Manajemen
dan Bisnis.*
- Wanto, S. (2020, February 4).
*Lambatnya Pengembalian
Saldo Transaksi LinkAja yang
Gagal.* Media Konsumen.
Retrieved October 18, 2023,
from
<https://mediakonsumen.com/2020/02/04/surat-pembaca/lambatnya-pengembalian-saldo-transaksi-linkaja-yang-gagal>