

ANALISIS PERBANDINGAN PENGALAMAN PENGGUNA PADA APLIKASI INVESTASI DENGAN MENGGUNAKAN UX CURVE (STUDI PADA BIBIT DAN AJAIB)

Griscipta Yosefanita^{*1}, Buce Trias Hanggara², Retno Indah Rokhmawati³

^{1,2,3}Universitas Brawijaya, Malang

Email: ¹griscipta@student.ub.ac.id, ²buce_trias@ub.ac.id, ³retnoindahr@ub.ac.id

^{*}Penulis Korespondensi

(Naskah masuk: 05 Desember 2022, diterima untuk diterbitkan: 26 Desember 2022)

Abstrak

Aplikasi investasi merupakan salah satu jenis pengembangan *platform* digital yang dipicu oleh teknologi. Bibit dan Ajaib adalah dua *platform* yang mendominasi industri aplikasi investasi reksa dana di Indonesia. Dalam persaingan *platform* digital, penting untuk memahami performa aplikasi, salah satunya dari pengalaman pengguna. Penelitian ini membandingkan perubahan pengalaman pengguna pada aplikasi Bibit dan Ajaib. Metode *UX Curve* yang digunakan pada penelitian ini adalah metode yang sering dipakai untuk mendapatkan pengalaman pengguna jangka panjang. Responden dalam penelitian ini terdiri dari sepuluh orang pada kelompok Bibit dan sepuluh orang pada kelompok Ajaib. Setiap responden yang terlibat diberikan template *UX Curve* dengan lima perspektif: *general UX*, *attractiveness*, *ease of use*, *utility*, dan *degree of usage*. Penelitian ini telah menghasilkan 50 kurva dan 186 alasan dari kelompok Bibit, sedangkan dari kelompok Ajaib menghasilkan 50 kurva dan 191 alasan. Hasil analisis perbandingan dari kedua aplikasi investasi berdasarkan arah kecenderungan kurva dan alasan responden membuktikan bahwa Ajaib memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dibandingkan Bibit. Berdasarkan kurva *general UX* di awal penggunaan Ajaib memiliki persepsi yang cukup positif dari pada Bibit. Kemudian seiring berjalannya waktu Ajaib digambarkan terus mengalami peningkatan sedangkan Bibit cenderung stabil. Arah kurva *improving* yang paling banyak pada Bibit adalah *attractiveness*, sedangkan Ajaib adalah *general UX* dan *ease of use*. Adanya pergerakan arah kurva tersebut, didukung oleh alasan yang berasal dari pengalaman positif dan negatif responden. Alasan yang paling banyak disampaikan oleh responden untuk kedua aplikasi investasi tersebut adalah alasan yang terdapat pada aspek *utility* dari kategori pragmatis.

Kata kunci: *pengalaman pengguna jangka panjang, aplikasi investasi, Bibit, Ajaib, UX curve*

COMPARATIVE ANALYSIS OF USER EXPERIENCE ON INVESTMENT APPLICATIONS USING UX CURVE (STUDY ON BIBIT AND AJAIB)

Abstract

Investment applications are one type of digital platform development triggered by technology. Bibit and Ajaib are the two platforms that dominate the mutual fund investing application industry in Indonesia. In a competitive digital platform, it is important to understand the application's performance, one of which is the user experience. This research compares changes in user experience on the Bibit and Ajaib apps. The UX Curve method applied in this research is a popular method for getting a long-term user experience. Respondents in this research included ten people in the Bibit group and ten people in the Ajaib group. Each respondent involved was given a UX Curve template with five perspectives: *general UX*, *attractiveness*, *ease of use*, *utility*, and *degree of usage*. This research has produced 50 curves and 186 reasons from the Bibit group, while the Ajaib group produced 50 curves and 191 reasons. The results of the comparative analysis of the two investment applications based on the direction of the trend curve and the respondents' reasons prove that Ajaib provides a better user experience than Bibit. Based on the general UX curve at the beginning of use, Ajaib has a fairly positive perception of Bibit. Then, over time, Ajaib is described as continuing to increase while Bibit tends to be stable. The direction of the improving curve in Bibit is *attractiveness*, while Ajaib is *general UX* and *ease of use*. There is a movement in the curve's direction, which is supported by reasons derived from respondents' positive and negative experiences. The reasons that most respondents conveyed for the two investment applications were the reasons contained in the utility aspect of the pragmatic category.

Keywords: *long-term user experience, investment application, Bibit, Ajaib, UX Curve*

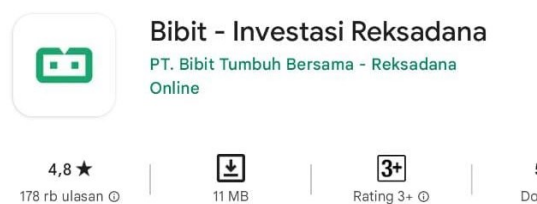
1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memicu berbagai jenis platform digital yang mulai populer di kalangan masyarakat Indonesia. Di lain sisi, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menginformasikan pencapaian realisasi investasi tahun 2020 (Januari-Desember) berhasil mencapai 101,1% dari target Rp817,2 triliun. Adanya data tersebut menunjukkan bahwa terjadi peningkatan minat masyarakat Indonesia terhadap investasi seiring dengan munculnya platform investasi secara online. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh hampir semua perusahaan sekuritas sudah memiliki aplikasi investasi sehingga setiap transaksi tidak perlu melalui pialang atau broker dengan demikian investor yang menggunakan aplikasi investasi digital dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja (Affifatusholihah & Putri, 2021).

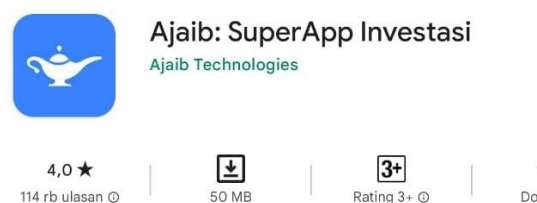
Terdapat survei yang dilakukan Dailysosial.id pada sejumlah 209 responden terkait “Survei Awareness Penggunaan Platform Digital untuk Investasi”. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa reksa dana merupakan investasi yang paling diminati oleh 67% dari berbagai macam instrumen investasi. Sedangkan platform yang mendominasi pasar aplikasi investasi reksa dana di Indonesia adalah Bibit dengan 32,9% dan Ajaib dengan 26,4%. Namun ternyata, adanya pandemi Covid-19 juga berdampak pada sejumlah 36,8% responden yang cenderung memilih untuk mengurangi investasi dan sejumlah 34% responden memilih untuk meningkatkan investasi.

Bibit adalah aplikasi reksa dana untuk membantu investor pemula mulai berinvestasi yang menawarkan berbagai layanan salah satunya adanya teknologi Robo Advisor yang secara dinamis menyesuaikan investasi memilih reksa dana yang sesuai dengan usia, profil risiko, toleransi risiko, serta keadaan finansial dari investor. Sedangkan, Ajaib Reksa Dana sudah berdiri dari tahun 2019 dan terdaftar di OJK, Ajaib menyediakan layanan berupa reksa dana online. Investor juga dapat berinvestasi obligasi, saham, dan pasar uang melalui reksa dana yang sesuai dengan profil risiko sesuai investor.

Berdasarkan ulasan pada Google Playstore bulan Oktober 2022 masih ditemukan banyak respon positif dan negatif yang diberikan pengguna pada aplikasi tersebut. Gambar 1 menjelaskan bahwa Bibit memperoleh rating 4,8 dari 5 bintang berdasarkan 178 ribu ulasan yang diberikan pengguna. Respon yang bersifat negatif kebanyakan terkait lamanya proses transaksi pencairan atau penarikan dana dari produk investasi. Sedangkan Gambar 2 menjelaskan bahwa Ajaib memperoleh rating 4,0 dari 5 bintang berdasarkan 114 ribu ulasan pengguna. Terdapat respon negatif yang mayoritas terkait lamanya proses transaksi pencairan dana hingga berbulan-bulan.



Gambar 1. Screenshot Aplikasi Bibit pada Google Play Store



Gambar 2. Screenshot Aplikasi Ajaib pada Google Play Store

Penelitian yang membahas aplikasi investasi reksa dana di Indonesia sudah pernah dilakukan pada tahun 2022 dengan membandingkan kualitas layanan aplikasi reksa dana studi kasus Ajaib dan Bibit menggunakan metode PIECES (*Performance, Information/Data, Economic, Control/Security, Efficiency, dan Service*). Penelitian tersebut bersifat kuantitatif yang melibatkan masing-masing 54 responden pengguna Ajaib dan Bibit. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa kepuasan pengguna pada aplikasi Bibit memuaskan dengan nilai *performance* 3,62, *economic* 3,49, *control/security* 3,56, *efisiensi* 3,42 dan indikator *service* 3,57 sedangkan aplikasi Ajaib memuaskan pada indikator *information/data* dengan nilai 3,47 (Larasati & Purnamasari, 2022). Kemudian penelitian lainnya mengenai faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan dari aplikasi investasi reksa dana menggunakan metode TAM (*Technology Acceptance Model*) dan studi kasus yang digunakan adalah aplikasi Bibit. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa dari 12 hipotesis terdapat 4 hipotesis yang ditolak dan terdapat efek signifikan secara tidak langsung dari *variable User Interface, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness* dan *Attitude Toward Using* terhadap *Actual System Use* (Andrea & Suroso, 2022). Penelitian selanjutnya mengenai faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi secara online dengan menggunakan aplikasi Ajaib dan Bibit. Penelitian tersebut melibatkan masing-masing 50 responden untuk aplikasi Ajaib dan Bibit dengan teknik analisis yang digunakan adalah uji *Independent Sample T Test*. Hasil penelitian tersebut memaparkan bahwa Bibit memiliki kelebihan dibandingkan Ajaib dari segi layanan, harga dan promosi sehingga meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi secara online (Fatmawati, 2022). Penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya tersebut merupakan jenis penelitian kuantitatif.

Perkembangan aplikasi tentu tidak terlepas dari adanya berbagai *feedback* yang disampaikan oleh pengguna dari pengalaman yang dirasakan dan

dialaminya selama menggunakan produk. *User Experience* adalah sebagai respon dan persepsi dari pengguna karena telah menggunakan sebuah layanan, sistem ataupun produk (ISO 9241-210, 2019). Sedangkan menurut Hartson dan Pyla, pengalaman pengguna adalah sebagai keseluruhan dari dampak yang dirasakan pengguna karena adanya interaksi dengan penggunaan sesuatu, begitu pula dengan pengaruh penggunaan, emosional saat berinteraksi dan pengalaman yang dirasakan setelah berinteraksi (Hartson & Pyla, 2012).

Metode retrospektif adalah evaluasi pengalaman pengguna yang meminta pengguna untuk mengingat-ingat kembali pengalaman jangka panjang yang dirasakan terhadap suatu produk (Karapanos, et al., 2010). Metode retrospektif yang cocok pada penelitian ini adalah *UX Curve*, dimana dapat menggambarkan proses perubahan dari pengalaman pengguna seiring dengan berjalannya waktu dan dapat menggambarkan data secara kualitatif yang dapat menjelaskan secara detail dari sisi kualitas pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan aplikasi.

Metode *UX Curve* sudah banyak digunakan khususnya pada penelitian terkait evaluasi pengalaman pengguna jangka panjang. Penelitian dengan metode *UX Curve* yang dilakukan oleh Sari Kujala (2011) menunjukkan bahwa pengalaman pengguna bersifat subjektif dan berbeda-beda sehingga peningkatan pengalaman pengguna bergantung pada konteks, karakteristik pengguna dan interaksi dengan produk. Penelitian selanjutnya menggunakan dua metode yaitu *AttrakDiff questionnaire* untuk *first-time user experience* dan metode *UX Curve* untuk *long-term user experience*, menunjukkan bahwa dari tiga masalah aspek pragmatis dan hedonis didapati 12 masalah kritis yang dapat memperburuk pengalaman pengguna, sehingga pihak pengembang aplikasi perlu memperhatikan faktor apa saja yang dapat memperburuk dan meningkatkan pengalaman pengguna pada suatu aplikasi (Feng & Wei, 2019).

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian kali ini dilakukan dengan melihat perbandingan aplikasi investasi yang populer yaitu Bibit dan Ajaib. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa baik aplikasi tersebut dapat menghasilkan pengalaman pengguna. Evaluasi pengalaman pengguna dilakukan pada kedua aplikasi tersebut karena dari awal peluncuran keduanya memiliki proses bisnis, bidang industri dan target pasar yang sama. Sehingga dalam hal ini, tujuan dari penelitian ini adalah melakukan evaluasi pengalaman pengguna jangka panjang pada kedua aplikasi investasi tersebut untuk mengetahui ingatan pengguna dan adanya kemungkinan perubahan pengalaman selama penggunaan aplikasi investasi tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian analitik kualitatif. Hal ini dilatarbelakangi oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang bersifat kuantitatif dan selaras dengan pemilihan metode *UX Curve* untuk penelitian ini. Responden yang dilibatkan adalah 10 pengguna aplikasi Bibit dan 10 pengguna aplikasi Ajaib dengan minimal penggunaan aplikasi investasi selama 6 bulan. Penelitian sebelumnya yang menggunakan metode *UX Curve*, menjelaskan bahwa minimal 3 bulan sampai 12 bulan adalah waktu yang baik bagi pengguna untuk dapat mengingat pengalaman pengguna dalam menggunakan produk (Kujala, et al., 2011).

Tahapan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode *UX Curve*, namun pada penelitian ini hanya menggunakan dua tahapan yaitu *initial questionnaire* dan *curve drawing templates*. Hal ini dikarenakan pada penelitian Sari Kujala tahapan *Final Questionnaires* tersebut berfokus untuk mengetahui kepuasan pengguna, ekspektasi dan rekomendasi pengguna yang ternyata pada kurva *attractiveness* sudah menjawab terkait hal-hal tersebut (Kujala, et al., 2011). Tahap *initial questionnaire* merupakan kuesioner awal yang bertujuan untuk mendapatkan informasi latar belakang partisipan. Responden yang terpilih dapat mengikuti tahapan selanjutnya yaitu *curve drawing templates*. Akan tetapi, sebelumnya responden perlu mengikuti *pre test* terlebih dahulu yang bertujuan untuk mendapatkan responden yang memiliki pengetahuan yang sama mengenai aplikasi tersebut. Hal ini dikarenakan pengukuran pengalaman pengguna perlu mempertimbangkan tingkat pengetahuan pengguna karena aplikasi dengan teknologi baru terkadang memberikan pengalaman pengguna yang kurang memadai kepada pengguna yang belum paham aplikasi (Arifin, et al., 2018). Menurut Hou (2020), responden yang terlibat adalah orang yang berpengalaman merupakan suatu pilihan yang paling tepat, walaupun tidak menjamin bahwa semua responden yang berpengalaman tersebut dapat memiliki ingatan yang baik.

Tahap kedua *curve drawing template*, responden diminta menggambarkan kurva pada template sesuai dengan perubahan pengalaman yang dialami atau dirasakan selama penggunaan aplikasi Bibit atau Ajaib dan diminta juga untuk menambahkan alasan terkait perubahan pengalaman pengguna. Rogers (dalam Rahardja, et al., 2019) menjelaskan bahwa layanan dan produk modern ditentukan oleh lima karakteristik berbeda: (1) keunggulan relatif, (2) kesesuaian, (3) kompleksitas, (4) kemampuan untuk diuji, dan (5) *observability*. Sehingga penelitian kualitatif ini bergantung pada kondisi responden saat dilakukan pengambilan data karena dapat berpengaruh besar terhadap hasil penelitian.

UX Curve Templates yang digunakan pada penelitian ini menggunakan lima perspektif (Kujala, et al., 2013):

1. *General UX*, gambaran umum pengalaman pengguna pada aplikasi.
2. *Attractiveness*, ketertarikan pada tampilan aplikasi.
3. *Easy of use*, kemudahan dalam penggunaan aplikasi.
4. *Utility*, kegunaan layanan dari aplikasi menurut pengguna.
5. *Degree of usage*, frekuensi waktu penggunaan aplikasi oleh pengguna.

Data yang didapatkan dari responden berupa kurva dan alasan yang kemudian dilakukan analisis. Berdasarkan prosedur metode *UX Curve*, analisis data dilakukan secara manual, dimana kurva yang terkumpul dianalisis untuk masuk ke dalam kategori *improving* (meningkat), *deteriorating* (menurun), dan *stable* (stabil) (Kujala, et al., 2013). Penentuan kategori tersebut berdasarkan dari posisi titik awal kurva dengan titik akhir kurva, misalnya jika titik awal kurva posisinya berada di bawah titik akhir kurva maka kurva tersebut dikategorikan arah kurva cenderung meningkat. Kemudian untuk alasan perubahan pengalaman pengguna dikumpulkan dan dianalisis dengan dikelompokkan menjadi alasan yang bersifat positif ataupun negatif.

Selain itu alasan tersebut juga dikategorikan menjadi pragmatis (kegunaan dari aplikasi) dan hedonis (sisi psikologis pengguna). Pengkategorian tersebut berdasarkan faktor perubahan pengalaman pengguna seiring berjalannya waktu dapat dijelaskan dengan model *user experience* yang terbagi dalam dua kualitas yaitu pragmatis dan hedonis (Hassenzahl, 2003). Kemudian untuk menentukan prioritas alasan-alasan dari responden, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yang berarti untuk mendapatkan data dapat diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda-beda namun dengan teknik pengumpulan data yang sama (Hardani, et al., 2020). Hal tersebut berarti sumber data yang berbeda dari alasan-alasan yang disampaikan responden dengan teknik yang sama yaitu metode *UX Curve*, bertujuan untuk mendapatkan alasan yang memiliki jumlah kesamaan paling banyak.

3. HASIL PENELITIAN

3.1. Initial Questionnaire

Tahapan *initial questionnaire* diikuti oleh 69 responden. Kemudian, responden yang sudah mengikuti tahapan tersebut diberikan *pre test* untuk diseleksi sesuai dengan kriteria penelitian dan diambil masing-masing 10 responden untuk aplikasi Bibit dan Ajaib. Tabel 1 dan 2 merupakan responden kelompok aplikasi Bibit dan kelompok aplikasi Ajaib yang telah terpilih pada tahapan *pre test*, lalu

responden dapat mengikuti tahapan selanjutnya yaitu *curve drawing templates*.

Tabel 1. Responden Kelompok Bibit

R	JK	U (tahun)	AD	LP (bulan)
R1	Laki-laki	20	Karanganyar	> 12
R2	Laki-laki	18	Sidoarjo	> 12
R3	Laki-laki	20	Semarang	> 12
R4	Laki-laki	22	Lumajang	> 6
R5	Perempuan	21	Serang	> 6
R6	Perempuan	20	Bukittinggi	> 12
R7	Perempuan	23	Kediri	> 6
R8	Laki-laki	21	Malang	> 6
R9	Perempuan	21	Malang	> 6
R10	Perempuan	21	Blitar	> 6

Catatan:

R = Responden, JK = Jenis Kelamin, U = Usia, AD = Asal Daerah, LP = Lama Penggunaan, dan R1 = Responden ke-1 dst.

Tabel 1. Responden Kelompok Ajaib

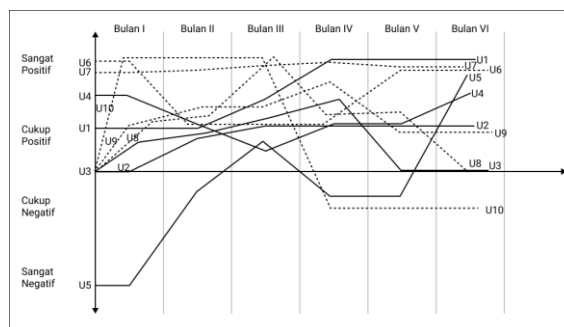
R	JK	U (tahun)	AD	LP (bulan)
R1	Perempuan	21	Malang	> 12
R2	Perempuan	22	Surabaya	> 6
R3	Laki-laki	21	Gresik	> 6
R4	Laki-laki	23	Bogor	> 6
R5	Laki-laki	23	Kediri	> 6
R6	Perempuan	25	Bantaeng	> 6
R7	Perempuan	22	Bandung	> 6
R8	Perempuan	22	Jember	> 6
R9	Laki-laki	22	Blitar	> 6
R10	Perempuan	20	Batam	> 12

Catatan:

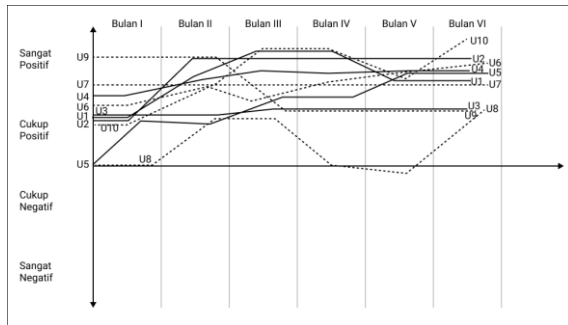
R = Responden, JK = Jenis Kelamin, U = Usia, AD = Asal Daerah, LP = Lama Penggunaan, dan R1 = Responden ke-1 dst.

3.2. Curve Drawing Templates

Tahapan pengambilan data yang sudah dilakukan pada 10 responden kelompok Bibit dan 10 responden kelompok Ajaib tersebut menghasilkan total 50 kurva kelompok Bibit dan 50 kurva dari kelompok Ajaib. Masing-masing kelompok Bibit dan Ajaib telah mendapatkan 10 kurva *general UX*, 10 kurva *attractiveness*, 10 kurva *ease of use*, 10 kurva *utility*, dan 10 kurva *degree of usage*. Kurva-kurva pada setiap perspektif lalu dijadikan satu, Gambar 3 merupakan *general UX* dari kelompok Bibit dan Gambar 4 merupakan *general UX* dari kelompok Ajaib.

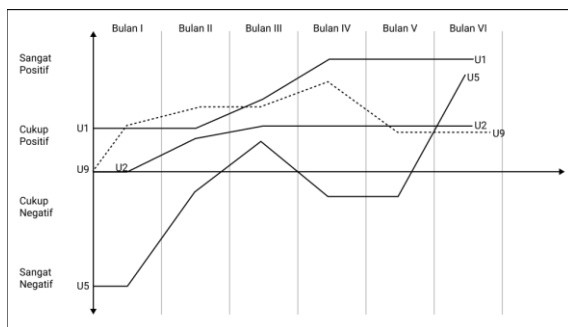
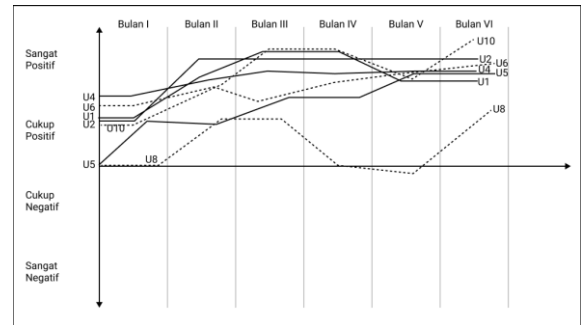


Gambar 3. Kurva *General UX* dari Kelompok Bibit

Gambar 4. Kurva *General UX* dari Kelompok Ajaib

Berdasarkan kurva *general UX* pada Gambar 3 dan 4 menunjukkan bahwa di awal penggunaan Ajaib memiliki persepsi yang cukup positif dari pada Bibit. Kemudian seiring berjalannya waktu Ajaib mengalami peningkatan sedangkan Bibit cenderung stabil. Hal tersebut membuktikan bahwa evaluasi pengalaman pengguna retrospektif dengan menggunakan metode *UX Curve* dapat membantu pengguna dalam menunjukkan bagaimana pengalaman mereka dari waktu ke waktu (Distler, et al., 2020). Perubahan arah kurva tersebut menggambarkan bagaimana pengalaman pengguna yang dirasakan pengguna. Kualitas pengalaman yang dirasakan pengguna dipengaruhi oleh konten aplikasi yang terkait dengan kualitas konten dan kualitas layanan yang disediakan oleh aplikasi (Arifin, et al., 2018).

Setiap garis kurva yang terdapat pada perspektif kurva kemudian dikategorikan menjadi *improving*, *deteriorating*, dan *stable*. Kelompok Bibit pada kurva *general UX* menghasilkan 4 garis kurva *improving* sedangkan kelompok Ajaib menghasilkan 7 garis kurva *improving*. Berdasarkan kedua kurva tersebut menunjukkan bahwa Ajaib secara keseluruhan kurva yang digambarkan oleh responden cenderung mengalami peningkatan yang lebih banyak dari pada Bibit. Hal tersebut menunjukkan bahwa dari perspektif keseluruhan berdasarkan arah kecenderungan kurva, aplikasi Ajaib memberikan perubahan pengalaman pengguna yang baik dari pada Bibit. Walaupun hasil penelitian yang didapat ini bertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya (Larasati & Purnamasari, 2022; Fatmawati, 2022) yang menyatakan Bibit memiliki kelebihan daripada Ajaib.

Gambar 5. Kurva *General UX* dari Bibit yang *Improving*Gambar 6. Kurva *General UX* dari Ajaib yang *Improving*

Kurva-kurva yang sudah dijadikan satu dan dikategorikan berdasarkan arah kecenderungan kurva tersebut kemudian dijumlahkan dan dibandingkan. Tabel 3 menyajikan perbandingan jumlah kurva berdasarkan arah kecenderungan kurva yaitu *improving* (meningkat), *deteriorating* (menurun), dan *stable* (stabil) pada setiap perspektif *UX Curve* antara aplikasi Bibit dan aplikasi Ajaib. Berdasarkan ketiga kategori kecenderungan arah kurva dapat dilihat bahwa arah kurva yang *improving* dari kelompok Bibit dan kelompok Ajaib mempunyai jumlah yang lebih banyak dari kurva *deteriorating* dan *stable*. Sehingga hal tersebut dapat dimaknai bahwa perubahan pengalaman pengguna pada aplikasi investasi (Bibit dan Ajaib) cenderung mengalami peningkatan seiring dengan berjalannya waktu pengguna dalam menggunakan aplikasi investasi.

Tabel 3. Perbandingan Jumlah Kecenderungan Arah Kurva (Bibit dan Ajaib)

Kurva	<i>Improving</i>		<i>Deteriorating</i>		<i>Stable</i>	
	B	A	B	A	B	A
<i>General UX</i>	4	7	1	1	5	2
<i>Attractiveness</i>	8	6	0	1	2	3
<i>Ease of Use</i>	5	7	1	1	4	2
<i>Utility</i>	4	6	2	1	4	3
<i>Degree of Usage</i>	2	5	7	3	1	2
Jumlah	23	31	11	7	16	12

Catatan: B = Bibit dan A = Ajaib

Tabel 4. Perbandingan Jumlah Alasan Pengalaman Pengguna (Bibit dan Ajaib)

Kategori	Aspek	Positif		Negatif		Jumlah
		B	A	B	A	
Pragmatis	<i>Usability</i>	31	35	6	12	84
	<i>Utility</i>	59	62	13	11	145
	<i>Aesthetic</i>	16	16	8	0	40
Hedonis	<i>Enjoyment</i>	28	24	6	3	61
	<i>Motivation</i>	7	22	12	6	47
Jumlah		141	159	45	32	377

Catatan: B = Bibit dan A = Ajaib

Responden yang terlibat juga diminta untuk memberikan alasan-alasan dari adanya perubahan pengalaman pengguna yang dirasakan, lalu alasan tersebut dikelompokkan dan dianalisis. Tabel 4 menyajikan perbandingan jumlah alasan kedua aplikasi yang sudah dikelompokkan dengan melihat sisi sifat, kategori dan aspek. Menyelidiki faktor-faktor pengalaman pengguna yang positif dan negatif

dapat membantu pengembang aplikasi untuk lebih mengoptimalkan aplikasi sehingga memungkinkan untuk dapat meningkatkan pengalaman pengguna (Feng & Wei, 2019).

Berdasarkan Tabel 3 dan 4 tersebut, dapat dimaknai bahwa alasan yang paling banyak disampaikan oleh responden dari aplikasi Bibit dan Ajaib pada sisi positif dan negatif adalah aspek *utility* dengan jumlah alasan 145 dari 377 alasan. Alasan terkait aspek *utility* yang bersifat positif yang ditemukan dari aplikasi Bibit seperti grafik yang disediakan sesuai kebutuhan untuk berinvestasi, fitur menabung rutin dapat menjadi pengingat investasi, dan Robo Advisor yang memenuhi kebutuhan karena dapat membantu pemula dalam berinvestasi. Salah satu contoh alasan yang disampaikan oleh responden Bibit (R4) dalam mendukung pernyataan tersebut adalah *“dan pada tampilan detail produk, tampilan grafiknya mudah dipahami sehingga memudahkan saya mengambil keputusan apabila ingin berinvestasi”*. Sedangkan pada aplikasi Ajaib meliputi adanya perbaikan kekurangan sistem dan Ajaib terus meningkatkan keamanan, proses transaksinya yang *simple*, terdapat berbagai metode pembayaran dan fitur kalkulator yang bisa memprediksi investasi. Salah satu contoh alasan yang disampaikan oleh responden Ajaib (R5) dalam mendukung pernyataan tersebut adalah *“semakin kesini, aplikasi tersebut menurut saya semakin baik dikarenakan Ajaib mampu memperbaiki kekurangan-kekurangan sistemnya dan meningkatkan keamanan akun pengguna”*. Kemudian alasan pada aspek *utility* yang bersifat negatif dari aplikasi Bibit dan aplikasi Ajaib adalah grafiknya yang membingungkan dan sulit dipahami untuk pemula. Hal tersebut didukung oleh adanya salah satu alasan yang disampaikan oleh responden Bibit (R10) adalah *“informasi grafiknya kurang jelas dan agak sulit dimengerti”* dan responden Ajaib (R9) yaitu *“tampilan grafiknya menurut saya sedikit rumit untuk pemula kalau di mobile dan kurang responsive serta tidak ramah bagi pengguna baru”*. Dari pernyataan responden tersebut kemungkinan dipicu oleh beberapa hal, dari aplikasi itu sendiri yang kurang mampu dalam menyajikan suatu konten atau responden kurang paham perihal aplikasi. Hal ini pula yang menyebabkan adanya pengguna pasif yang kurang termotivasi karena tingkat kerumitan yang ada belum dikuasai oleh pengguna tersebut, karena adanya pengguna pasif inilah muncul perbedaan dalam keberlanjutan dan keadilan dalam jangka panjang (Aini, et al., 2021).

Alasan perubahan pengalaman pengguna dari kedua aplikasi jika dilihat dari kategori hedonis terdapat aspek *enjoyment* yang jumlah alasannya paling banyak. Kategori hedonis berkaitan dengan nilai-nilai psikologis yang berfokus pada kenyamanan dan kesenangan (Rahardja, et al., 2022). Hal tersebut dilatarbelakangi oleh pengguna yang merasakan kenyamanan dan kesenangan ketika

berinteraksi dengan aplikasi tersebut. Alasan positif dari pengguna Bibit dan Ajaib yang disampaikan oleh masing-masing responden menyatakan bahwa Bibit memiliki keunggulannya sendiri begitu juga sebaliknya dengan Ajaib. Namun alasan positif yang termasuk dalam aspek *enjoyment* dari kedua aplikasi tersebut adalah keseluruhan fiturnya menarik dan sangat mudah digunakan serta bisa berinvestasi sesuai dengan kebutuhan dan tujuan masing-masing. Hal tersebut didukung oleh adanya salah satu alasan yang disampaikan oleh responden Bibit (R6) adalah *“karena semakin dipelajari fitur-fiturnya juga mudah, bisa lihat tipe-tipe reksa dananya mudah juga diakses dan detail banget informasinya”* dan responden Ajaib (R7) yaitu *“penggunaan dari aplikasi ajaib ini, semakin kesini saya rasa semakin mudah, karena sudah terbiasa juga dengan fitur-fitur yang disajikannya”*.

Berdasarkan alasan yang disampaikan pengguna dari kedua kelompok aplikasi investasi yang paling banyak terdapat pada aspek *utility*, yang menandakan bahwa aspek *utility* adalah yang sangat berpengaruh terhadap perubahan pengalaman pengguna pada aplikasi investasi Bibit dan Ajaib. Temuan pada penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kategori hedonis mendorong pengalaman pengguna yang positif pada suatu produk daripada pragmatis (Hassenzahl, 2003). Penelitian ini menunjukkan bahwa kategori pragmatis khususnya *utility* berpengaruh besar dalam evaluasi pengalaman pengguna jangka panjang pada kedua aplikasi investasi. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa perubahan pengalaman pengguna yang baik ataupun tidak bergantung pada *utility* dari suatu aplikasi investasi itu sendiri. *Utility* dalam hal ini yang berkaitan dengan apakah suatu aplikasi dapat memberikan fungsionalitas, layanan dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, namun perubahan tersebut juga tidak terlepas dari lamanya waktu penggunaan serta pemahaman pengguna pada aplikasi. Hal tersebut selaras dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa meskipun terbentuknya pengalaman pengguna saat pengguna berkenalan dengan produk secara keseluruhan terlihat kurang, namun setelah akrab maka memungkinkan untuk membentuk pengalaman pengguna yang meningkat dan mampu bertahan sampai selesai periode penggunaan produk (Yoon, et al., 2020).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa Ajaib memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan memberikan dampak positif dibandingkan Bibit. Hasil arah kurva menunjukkan Ajaib mempunyai kurva *improving* yang lebih banyak pada kategori kurva *general UX*, *ease of use*, *utility* dan *degree of usage*. Sedangkan hasil alasan responden menunjukkan bahwa Ajaib mendapatkan jumlah

alasan positif yang lebih banyak yaitu sejumlah 159 alasan pada aspek *usability*, *utility*, dan *motivation*. Alasan positif yang disampaikan pengguna berkaitan dengan kualitas pengalaman baik yang dirasakan oleh pengguna (Kujala, et al., 2011). Hal tersebut bertentangan dengan temuan dari hasil penelitian sebelumnya (Larasati & Purnamasari, 2022; Fatmawati, 2022) yang menyatakan Bibit memiliki kelebihan daripada Ajaib.

Selanjutnya temuan penelitian ini juga mengungkapkan bahwa perubahan pengalaman pengguna pada suatu aplikasi investasi sebagian besar dipengaruhi oleh *utility*, yaitu bagaimana layanan yang disediakan aplikasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Perubahan pengalaman pengguna tersebut juga mempengaruhi kebiasaan pengguna ketika menggunakan aplikasi selain *utility*, faktor lain yang mempengaruhi adalah waktu dan pemahaman pengguna mengenai aplikasi. Dengan kondisi tersebut, Ajaib dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan layanan yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna yang lebih baik lagi khususnya pada kategori kurva *attractiveness*, aspek *aesthetic* dan aspek *enjoyment*. Sedangkan aplikasi Bibit perlu meningkatkan layanan yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna untuk lebih baik lagi khususnya pada kategori kurva *general UX*, *ease of use*, *utility* dan *degree of usage*, kemudian juga pada aspek *usability*, *utility*, *aesthetic* dan *motivation*.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, terdapat saran yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya. Apabila menggunakan metode *UX Curve* sebaiknya melakukan tahapan ketiga, yaitu *final questionnaires* yang bertujuan untuk menambahkan data penelitian yang bersifat kuantitatif sehingga dapat menambahkan keakuratan data dan hasil penelitian. Sedangkan penelitian selanjutnya dengan topik sejenis dapat dikembangkan dengan menambahkan jumlah responden, menambahkan keterangan fase penggunaan aplikasi atau memodifikasi *UX curve template* dan memperhatikan demografi pengguna misalnya status pekerjaan ataupun penghasilan dari responden yang dapat mempengaruhi intensitas dalam melakukan transaksi pada aplikasi investasi. Harapannya bisa mendapatkan lebih banyak kesamaan atau keragaman faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi perubahan pengalaman pengguna pada suatu aplikasi investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- AFFIFATUSHOLIHAN, L. & PUTRI, S. I., 2021. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Digital. *Media Bina Ilmiah*, 16(3), pp. 6583-6592.
- AINI, Q., LUTFIANI, N. & ZAHRAN, M. S., 2021. Analisis Gamifikasi iLearning Berbasis Teknologi Blockchain. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 2(1 Juni), pp. 79-85.
- ANDREA, J. A. & SUROSO, J. S., 2022. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Reksadana Online pada Generasi Millenial dan Generasi Z. *ITEJ (Information Technology Engineering Journals)*, 7(1), pp. 32-52.
- ARIFIN, Y., SASTRIA, T. G. & BARLIAN, E., 2018. User experience metric for augmented reality application: a review. *Procedia Computer Science*, Volume 135, pp. 648-656.
- DISTLER, V., LENZINI, G., LALLEMAND, C. & KOENIG, V., 2020. The framework of security-enhancing friction: How UX can help users behave more securely. *New Security Paradigms Workshop 2020*, 26-29 October, pp. 45-58.
- FATMAWATI, A., 2022. Analisis Perbandingan Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Online menggunakan Aplikasi Ajaib dan Bibit (Studi Kasus pada Generasi Milenial). [Online] Tersedia di: <<https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/2286>> [Diakses 13 Oktober 2022].
- FENG, L. & WEI, W., 2019. An Empirical Study on User Experience Evaluation and Identification of Critical UX Issues. *Sustainability*, 11(8).
- HARDANI, ET AL., 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- HARTSON, R. & PYLA, P. S., 2012. *The UX Book: Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience*. USA: Elsevier.
- HASSENZAH, M., 2003. The thing and I: understanding the relationship between user and product. In: *Funology: From Usability to Enjoyment*. Springer, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, pp. 31-42.
- HOU, L., 2020. *Studying the service encounter: Addressing the passive user experience in design*. [Online] Tersedia di: <<https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/44784>> [Diakses 13 Oktober 2022].
- ISO 9241-210, 2019. *Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems*. [Online] Tersedia di: <<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:v1:en>> [Diakses 30 Agustus 2021].
- KARAPANOS, E., MARTENS, J. B. & HASENZAH, M., 2010. On The Retrospective Assessment Of Users' Experiences Over Time: Memory Or Actuality?. *CHI'10 extended abstracts on human factors in computing systems*, 10-15 April, pp. 4075-4080.

- KUJALA, S. et al., 2011. UX Curve: A Method For Evaluating Long-term User Experience. *Interacting with computers*, 23(5), pp. 473-483.
- KUJALA, S. et al., 2013. *Guidelines How To Use The UX Curve Method*. [Online] Tersedia di: <https://www.researchgate.net/publication/242019830_Guidelines_how_to_use_the_UX_Curve_method> [Diakses 8 Maret 2022].
- KUJALA, S. et al., 2013. *Improved Versions of UX Curve Templates*. [Online] Tersedia di: <https://www.researchgate.net/publication/242019894_Improved_versions_of_UX_Curve_templates> [Diakses 30 Agustus 2021].
- LARASATI, S. & PURNAMASARI, D., 2022. Comparative Quality Analysis of Mutual Fund Investment Service on Ajaib and Bibit Application. *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 7(2), pp. 8-13.
- RAHARDJA, F., CHEN, S.-C. & RAHARDJA, U., 2022. Review of Behavioral Psychology in Transition to Solar Photovoltaics for Low-Income Individuals. *Sustainability*, 14(3), p. 1537.
- RAHARDJA, U., HARIGUNA, T. & AINI, Q., 2019. Understanding the impact of determinants in game learning acceptance: An empirical study. *International Journal of Education and Practice*, 7(3), pp. 136-145.
- YOON, J., KIM, C. & KANG, R., 2020. Positive user experience over product usage life cycle and the influence of demographic. *International Journal of Design*, 14(2), pp. 85-102.