

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi (Flip.id) merupakan perusahaan teknologi finansial (*fintech*) yang berbasis di Depok, Indonesia. Flip didirikan pada tahun 2015 oleh tiga mahasiswa Universitas Indonesia, yakni Rafi Putra Arriyan, Luqman Sungkar, dan Ginanjar Ibnu Solikhin. Ide pendirian Flip muncul dari pengalaman pribadi salah satu pendirinya yang mengalami kesulitan transfer beda bank akibat biaya administrasi yang cukup membebani mahasiswa. Masalah tersebut menginspirasi mereka untuk mengembangkan layanan transfer antarbank tanpa biaya admin yang dapat diakses secara mudah, aman, dan responsif.

Flip dikenal sebagai pionir layanan transfer beda bank gratis di Indonesia dan awalnya menyasar pengguna individu melalui situs resmi serta aplikasi *mobile* di Android dan iOS. Kurun waktu singkat, Flip berhasil menarik perhatian masyarakat dan berkembang pesat, melayani jutaan pengguna dan menangani transaksi triliunan rupiah per bulan. Flip memperkuat legalitas dan keamanannya dengan memperoleh izin operasional resmi dari Bank Indonesia (BI) pada tahun 2016, nomor izin 18/196/DKSP/68. Flip berada di bawah pengawasan Bank Indonesia dalam konteks pengawasan sektor keuangan, karena beroperasi sebagai penyedia layanan transfer dana. Hal ini berbeda dengan institusi keuangan lainnya, seperti perbankan dan asuransi, yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Peran OJK tetap penting dalam menjaga stabilitas industri keuangan secara keseluruhan,

termasuk memberikan arahan umum bagi pertumbuhan sektor *fintech* yang sehat dan akuntabel.

Menjawab kebutuhan pelaku usaha, Flip meluncurkan Big Flip, layanan yang dirancang untuk membantu aktivitas operasional bisnis seperti penggajian, pembayaran kepada mitra, dan pengembalian dana (*refund*) ke pelanggan. Layanan ini memungkinkan pengguna mengirim uang ke ratusan hingga ribuan rekening sekaligus, dengan biaya transaksi mulai dari Rp4.000. Sementara itu, Flip tetap mempertahankan layanan Flip Instan untuk pengguna individu, dengan batas transfer gratis hingga Rp5 juta per hari.

Selama pandemi COVID-19, Flip menunjukkan adaptabilitasnya dengan menambahkan fitur pembelian pulsa dan paket data harga agen sebagai respons terhadap meningkatnya kebutuhan digital masyarakat. Flip terus berkembang menjadi salah satu perusahaan *fintech* lokal yang terpercaya, berkat sistem keamanan berstandar Bank Indonesia dan pendekatan inovatif terhadap layanan. Dukungan dari investor tahap awal serta kepercayaan jutaan pengguna semakin memperkuat posisi Flip dalam ekosistem keuangan digital di Indonesia.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Setiap organisasi memerlukan tujuan atau cita-cita yang jelas untuk memastikan kelangsungan operasionalnya. Visi dan misi yang tepat sangat penting bagi sebuah organisasi, karena dapat memberikan panduan untuk tetap eksis dalam jangka panjang, melakukan inovasi, dan terus berkembang. Flip adalah salah satu platform layanan keuangan digital yang memiliki visi dan misi yang jelas, yaitu:

2.2.1 Visi Flip

Menjadi perusahaan dengan layanan paling *customer-centric* di dunia dan memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan yang adil dari mana saja kepada siapa pun.

2.2.2 Misi Flip

Memberikan Layanan terbaik dan Kenyamanan maksimal dengan Biaya yang *fair*.

2.3 Nilai Perusahaan

- ***Fairness:*** setiap orang akan mendapatkan haknya sesuai dengan porsinya dan sadar akan situasi yang adil bagi perusahaan dan tim Flip.
- ***Customer Love:*** menyediakan layanan terbaik untuk memberikan pengalaman menyenangkan dan fokus pada kebutuhan mereka.
- ***Integrity:*** menjunjung tinggi integritas moral & intelektual dalam setiap tindakan untuk berpegang pada kebenaran, kewajiban untuk berbeda pendapat, dan berkomitmen untuk hasil.
- ***Introspective:*** tetap rendah hati, terbuka terhadap feedback, dan memiliki kemauan untuk terus berkembang.
- ***Ownership:*** menghasilkan hasil terbaik dengan gigih, gesit, dimulai dengan memiliki proses hingga memberikan hasil.

2.4 Logo Flip

Logo merupakan identitas visual utama suatu merek yang berfungsi untuk membangun pengenalan dan asosiasi di benak pengguna. Logo pada aplikasi keuangan digital seperti Flip berfungsi tidak hanya sebagai simbol, tetapi juga mencerminkan nilai, karakter, dan kredibilitas layanan yang ditawarkan. Logo Flip

menggunakan huruf kecil dengan tipografi yang sederhana dan modern, dipadukan dengan warna oranye cerah yang menciptakan kesan hangat, bersahabat, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Pilihan warna ini mencerminkan semangat inovasi dan optimisme, yang selaras dengan misi Flip untuk memberikan layanan keuangan yang lebih hemat, transparan, dan efisien bagi masyarakat Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Flip

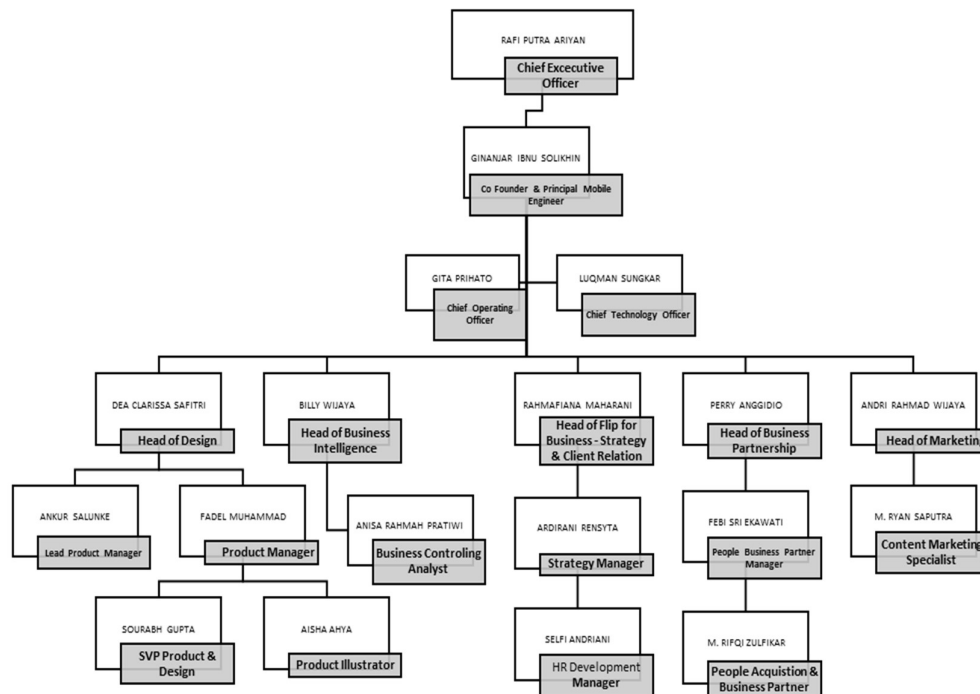
Sumber: Didapat dari <https://flip.id>, diakses tahun 2025

Kesederhanaan logo Flip juga menunjukkan pendekatan aplikasi yang user-friendly, mudah digunakan, dan relevan dengan kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari. Penggunaan elemen desain minimalis memperkuat citra Flip sebagai layanan teknologi finansial (*fintech*) yang praktis namun andal. Secara keseluruhan, logo Flip tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi komunikasi visual perusahaan dalam membangun kepercayaan, memperkuat loyalitas pengguna, serta membedakan diri dari pesaing di sektor layanan keuangan digital.

2.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu kerangka yang menggambarkan hubungan antara unit-unit dalam organisasi, di mana terdapat pejabat, tugas, dan wewenang yang masing-masing memiliki peran tertentu. Fungsi utama dari struktur organisasi

adalah untuk memberikan kejelasan mengenai pembagian tugas, kewenangan, dan posisi dalam pelayanan. Berikut adalah struktur organisasi PT Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi (Flip).



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi
Sumber: Diolah dari theorg.com/flip-id, diakses tahun 2025

2.6 Deskripsi Jabatan

Setiap posisi dalam organisasi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung kelancaran operasional dan pencapaian tujuan bersama. Deskripsi jabatan ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai posisi dalam struktur organisasi, serta peranannya dalam mendukung visi dan misi organisasi. Pemahaman yang jelas tentang setiap posisi diharapkan dapat membantu menciptakan kerjasama yang efektif, serta mendorong tercapainya hasil yang optimal bagi organisasi secara keseluruhan.

1. *Chief Executive Officer (CEO)*

Bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis perusahaan secara keseluruhan. Memastikan visi, misi, dan tujuan perusahaan tercapai. Memimpin tim manajemen dalam pengelolaan operasional, keuangan, pemasaran, serta hubungan dengan *stakeholder*. Mengawasi kinerja organisasi dan memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

2. *Co-Founder & Principal Mobile Engineer*

Memimpin perancangan dan pengembangan aplikasi *mobile* perusahaan. Mengawasi tim engineering untuk menghasilkan solusi *mobile* inovatif dan berkualitas tinggi sesuai kebutuhan bisnis. Berperan sebagai *Co-Founder* yang mendukung visi dan pengembangan teknologi perusahaan.

3. *Chief Operating Officer (COO)*

Mengelola operasional harian perusahaan. Mengoptimalkan proses bisnis agar efisien dan efektif. Memastikan pelaksanaan program dan proyek berjalan sesuai rencana. Menghubungkan visi strategis CEO dengan pelaksanaan operasional.

4. *Chief Technology Officer (CTO)*

Memimpin pengembangan teknologi dan inovasi perusahaan. Bertanggung jawab atas strategi teknologi yang mendukung tujuan bisnis. Mengawasi seluruh tim teknologi agar implementasi teknologi berjalan tepat dan terkini.

5. *Head of Design*

Mengelola seluruh aspek desain produk dan brand perusahaan. Memimpin tim desain dalam menghasilkan UI, UX, dan materi visual yang sesuai identitas perusahaan dan kebutuhan pengguna.

6. *Head of Business Intelligence*

Mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data bisnis untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Memimpin tim *Business Intelligence* dalam menyediakan *insight* yang akurat dan *actionable* bagi manajemen.

7. *Head of Business Strategy & Client Relations*

Memimpin perencanaan dan implementasi strategi bisnis. Memelihara hubungan baik dengan klien utama. Memastikan strategi bisnis selaras dengan kebutuhan pasar dan kepuasan klien.

8. *Head of Partnership for Business*

Membangun dan mengelola kemitraan strategis dengan pihak eksternal. Menunjang pertumbuhan bisnis melalui kerja sama yang saling menguntungkan.

9. *Head of Marketing*

Memimpin aktivitas pemasaran perusahaan. Meningkatkan *brand awareness* dan mendukung pertumbuhan penjualan melalui strategi pemasaran digital dan konvensional.

2.7 Produk dan Layanan Aplikasi Flip

Produk dan layanan yang disediakan menjadi elemen utama untuk memenuhi ekspektasi pengguna sekaligus memperkuat daya saing perusahaan. Pemahaman karakteristik produk dan layanan secara komprehensif memungkinkan perusahaan memastikan keberhasilan menghadirkan pengalaman terbaik bagi pengguna.

2.7.1 Produk Aplikasi Flip

Aplikasi Flip menyediakan berbagai produk keuangan digital yang dirancang untuk memudahkan kebutuhan transaksi pengguna. Produk utama yang ditawarkan antara lain:

1. Kirim Uang: Flip Plus

Layanan transfer antarbank dalam negeri tanpa biaya admin.

2. QRIS

Pembayaran digital menggunakan QR Code yang terintegrasi dengan sistem nasional.

3. E-Wallet

Kemudahan *top up* ke berbagai dompet digital seperti DANA, OVO, GoPay, LinkAja, dan ShopeePay.

4. Produk Digital

Meliputi pembelian pulsa, paket data, pembayaran BPJS Kesehatan, listrik (token/pascabayar), PDAM, layanan internet dan TV, Telkom, zakat dan sedekah, serta *voucher game*.

5. Flip Globe

Layanan remitansi internasional ke lebih dari 55 negara tujuan.

6. Flip for Business

Solusi transaksi keuangan skala besar untuk kebutuhan korporat seperti *payroll*, pembayaran vendor, dan *refund*.

7. Flip Freedom

Fitur pengiriman uang dengan kebebasan jumlah tanpa batasan harian tertentu.

2.7.2 Layanan Aplikasi Flip

Selain produk, Flip juga menyediakan layanan unggulan untuk menunjang kenyamanan pengguna dalam bertransaksi, antara lain:

1. Transfer ke lebih dari 100 bank di Indonesia tanpa biaya administrasi.
2. Pengisian saldo *e-wallet* secara praktis dan cepat.
3. Pembelian pulsa, paket data, dan token listrik dalam satu aplikasi terpadu.
4. Pembayaran tagihan listrik secara mudah dan efisien.
5. Layanan transfer uang ke luar negeri dengan jangkauan 55 negara.
6. Proses *refund* otomatis jika terjadi kesalahan transaksi, seperti kelalaian penggunaan kode unik.
7. Fitur penarikan koin Flip sebagai bentuk *reward* loyalitas pengguna.
8. Dukungan Pusat Bantuan yang tersedia 24 jam untuk melayani kebutuhan dan keluhan pengguna.

2.8 Identitas Responden

Mengetahui kondisi dan latar belakang responden merupakan aspek penting dalam penelitian, sehingga dilakukan identifikasi terhadap pengguna aplikasi Flip yang dijadikan sebagai sampel. Responden dalam penelitian ini merupakan pengguna yang berdomisili tetap atau sementara di Kota Semarang, pernah menggunakan aplikasi Flip untuk melakukan transaksi minimal dua kali dalam kurun waktu enam bulan terakhir, dan berada dalam rentang usia 18–35 tahun. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 97 orang, yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan secara langsung (*offline*). Data karakteristik responden dikategorikan berdasarkan usia, jenis

kelamin, kecamatan tempat tinggal, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, penghasilan bulanan, frekuensi penggunaan aplikasi Flip, serta jenis layanan atau fitur yang paling sering digunakan atau menjadi tujuan utama responden menggunakan aplikasi Flip.

2.8.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku dalam menggunakan layanan keuangan digital seperti aplikasi Flip, karena berkaitan dengan tingkat literasi digital, intensitas kebutuhan transaksi, dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi. Dalam penelitian ini, responden terdiri dari masyarakat Kota Semarang yang berusia antara 18 hingga 35 tahun, yang berada dalam masa usia produktif dan umumnya sudah terbiasa menggunakan layanan berbasis aplikasi untuk mempermudah aktivitas finansial sehari-hari.

Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	18 – 20	7	7,2
2.	21 – 23	20	20,6
3.	24 – 26	28	28,9
4.	27 – 29	16	16,5
5.	30 – 32	18	18,6
6.	33 – 35	8	8,2
Jumlah		97	100

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2.1, mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 24–26 tahun sebanyak 28 orang (28,9%), disusul oleh kelompok usia 27–29 tahun dan 30–32 tahun, masing-masing sebanyak 18 orang (18,6%). Kelompok usia lainnya seperti 21–23 tahun dan 33–35 tahun masing-masing berjumlah 20 orang (20,6%) dan 6 orang (6,2%), sementara usia termuda yaitu 18–20 tahun tercatat sebanyak 7 orang (7,2%). Temuan ini menunjukkan bahwa

mayoritas responden berada dalam kategori usia produktif muda, yang umumnya lebih akrab dan terbiasa dengan penggunaan teknologi digital, termasuk layanan keuangan digital seperti aplikasi Flip. Rentang usia ini juga cenderung memiliki kebutuhan tinggi terhadap efisiensi dan kemudahan dalam bertransaksi, sehingga lebih terbuka terhadap adopsi aplikasi keuangan berbasis digital.

2.8.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor demografis yang dapat memengaruhi persepsi risiko dan kemudahan penggunaan dalam konteks layanan *fintech*. Perbedaan preferensi berdasarkan jenis kelamin dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap aplikasi.

Tabel 2.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	63	64,9
2.	Laki-Laki	34	35,1
Jumlah		97	100

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2025

Dari Tabel 2.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, sebanyak 63 orang atau 64,9%, sedangkan 34 responden (35,1%) merupakan laki-laki. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengguna perempuan mendominasi partisipasi dalam penelitian ini, yang dapat memberikan gambaran bagaimana persepsi terhadap manfaat maupun risiko aplikasi Flip dirasakan oleh mayoritas pengguna perempuan di Kota Semarang.

2.8.3 Identitas Responden Berdasarkan Kecamatan

Distribusi tempat tinggal responden berdasarkan kecamatan dapat memberikan gambaran mengenai sebaran pengguna aplikasi Flip di berbagai wilayah Kota

Semarang. Semakin luas sebaran responden, semakin menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Flip tidak terbatas pada wilayah tertentu saja, melainkan menjangkau berbagai lapisan masyarakat di seluruh kota. Hal ini juga relevan dalam memahami persepsi pengguna dari berbagai latar lingkungan sosial yang berbeda terhadap manfaat, risiko, dan kepuasan penggunaan aplikasi.

Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Kecamatan

No.	Kecamatan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Tembalang	11	11,3
2.	Pedurungan	11	11,3
3.	Semarang Barat	9	9,3
4.	Banyumanik	8	8,2
5.	Genuk	8	8,2
6.	Ngaliyan	8	8,2
7.	Semarang Utara	7	7,2
8.	Gunung Pati	6	6,2
9.	Mijen	5	5,5
10.	Semarang Selatan	4	4,1
11.	Candisari	4	4,1
12.	Gayamsari	4	4,1
13.	Semarang Timur	4	4,1
14.	Gajah Mungkur	3	3,1
15.	Semarang Tengah	3	3,1
16.	Tugu	2	2,0
Jumlah		97	100

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2.3, kecamatan dengan jumlah responden terbanyak adalah Tembalang dan Pedurungan, masing-masing sebanyak 11 orang atau 11,3% dari total responden. Selanjutnya diikuti oleh Semarang Barat dengan 9 responden (9,3%), kemudian Banyumanik, Genuk, dan Ngaliyan masing-masing sebanyak 8 responden (8,2%). Wilayah lain seperti Semarang Utara (7,2%), Gunungpati (6,2%), dan Mijen (5,5%) juga memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap penyebaran data. Sementara itu, kecamatan dengan jumlah responden

paling sedikit adalah Tugu (2 responden atau 2%). Variasi ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip telah digunakan oleh masyarakat dari berbagai kecamatan, baik di wilayah pusat kota maupun pinggiran.

2.8.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan terakhir berperan penting dalam memengaruhi pemahaman serta penerimaan terhadap penggunaan teknologi, termasuk aplikasi keuangan digital seperti Flip. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, umumnya semakin tinggi pula kemampuan individu dalam mengevaluasi manfaat, risiko, dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh suatu aplikasi.

Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir			
No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	SD	0	0,0
2.	SMP	1	1,0
3.	SMA/MA/SMK	40	41,2
4.	Sarjana/Diploma	49	50,5
5.	Pascasarjana	7	7,2
Jumlah		97	100

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2.4, sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan terakhir Sarjana/Diploma, yaitu sebanyak 49 orang atau 50,5%, diikuti oleh responden dengan pendidikan SMA/MA/SMK sebanyak 40 orang (41,2%). Sementara itu, terdapat 7 responden (7,2%) yang telah menempuh pendidikan Pascasarjana, dan hanya 1 orang (1,0%) lulusan SMP. Tidak ada responden dengan pendidikan terakhir tingkat SD. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan menengah ke atas yang memungkinkan mereka cukup familiar dengan teknologi layanan keuangan seperti Flip.

2.8.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan berkaitan erat dengan kebutuhan transaksi finansial dan kecenderungan dalam memilih layanan keuangan digital. Pekerjaan juga dapat memengaruhi frekuensi serta tujuan penggunaan aplikasi seperti Flip, apakah untuk kebutuhan pribadi, bisnis, atau operasional pekerjaan.

Tabel 2.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Karyawan Swasta	33	34,0
2.	Pelajar/Mahasiswa	29	29,9
3.	Wiraswasta/Wirusaha	17	17,5
4.	Lainnya	9	9,3
5.	Karyawan BUMN	5	5,2
6.	TNI/POLRI/PNS	4	4,1
Jumlah		97	100

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2.5, sebagian besar responden merupakan karyawan swasta, yakni sebanyak 33 orang (34%), diikuti oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 29 orang (29,9%) dan wiraswasta/wirusaha sebanyak 14 orang (14,4%). Kelompok pekerjaan lainnya seperti lainnya (9,3%), karyawan BUMN (5,2%), serta TNI/POLRI/PNS (4,1%) mencakup proporsi yang lebih kecil dari keseluruhan responden. Hasil ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak menggunakan aplikasi Flip berasal dari kalangan profesional sektor swasta dan mahasiswa. Hal ini dapat dijelaskan oleh kebutuhan mereka terhadap efisiensi dalam mengelola transaksi keuangan, baik untuk keperluan pribadi, operasional, maupun aktivitas bisnis kecil. Pelajar dan mahasiswa juga cenderung lebih responsif terhadap teknologi baru serta membutuhkan layanan yang cepat dan hemat biaya, seperti yang ditawarkan oleh aplikasi Flip. Responden dari kalangan wiraswasta juga menunjukkan tingkat partisipasi yang cukup signifikan, yang

mengindikasikan bahwa penggunaan layanan keuangan digital seperti Flip juga dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan bisnis harian mereka.

2.8.6 Identitas Responden Berdasarkan Klasifikasi Pendapatan Per Bulan

Pendapatan bulanan mencerminkan kemampuan ekonomi responden yang dapat memengaruhi intensitas penggunaan layanan keuangan digital, termasuk aplikasi Flip. Semakin tinggi pendapatan, maka kemungkinan individu melakukan transaksi keuangan pribadi maupun bisnis juga semakin besar, sehingga dapat memengaruhi persepsi terhadap manfaat, kemudahan, dan kepuasan menggunakan aplikasi tersebut.

Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Klasifikasi Pendapatan Per Bulan

No.	Pendapatan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Rp500.000 – Rp1.600.000	19	19,6
2.	> Rp1.600.000 – Rp2.700.000	21	21,6
3.	> Rp2.700.000 – Rp3.800.000	16	16,5
4.	> Rp3.800.000 – Rp4.900.000	12	12,4
5.	> Rp4.900.000 – Rp6.000.000	15	15,5
6.	> Rp6.000.000 – Rp7.100.000	3	3,1
7.	> Rp7.100.000 – Rp8.200.000	5	5,2
8.	> Rp8.200.000 – Rp9.300.000	6	6,2
Jumlah		97	100

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2.6, responden dengan pendapatan bulanan sebesar Rp1.600.000 – Rp2.700.000 merupakan kelompok terbanyak, yaitu 21 orang (21,6%), disusul oleh kelompok dengan pendapatan Rp500.000 – Rp1.600.000 sebanyak 19 orang (19,6%), dan Rp2.700.000 – Rp3.800.000 sebanyak 16 orang (16,5%). Sebaliknya, responden dengan pendapatan tertinggi yaitu Rp8.200.000 – Rp9.300.000 hanya sebanyak 6 orang (6,2%), dan pendapatan Rp7.100.000 –

Rp8.200.000 sebanyak 5 orang (5,2%), menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang pendapatan menengah ke bawah.

Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Flip digunakan oleh berbagai lapisan pendapatan, namun paling banyak digunakan oleh mereka dengan pendapatan $\leq$ Rp3.800.000 per bulan. Kelompok ini kemungkinan besar tertarik pada aplikasi keuangan digital karena fitur hemat biaya dan kemudahan transaksi yang ditawarkan. Makin tinggi pendapatan, kecenderungan penggunaan aplikasi tetap ada, meski proporsinya menurun. Hal tersebut bisa disebabkan karena kelompok berpendapatan tinggi memiliki lebih banyak pilihan platform keuangan atau kebutuhan yang lebih kompleks.

2.8.7 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi Flip dalam Satu Bulan Terakhir

Frekuensi penggunaan aplikasi Flip dalam satu bulan terakhir menggambarkan seberapa intens responden memanfaatkan layanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan finansialnya. Semakin sering aplikasi digunakan, semakin besar pula peluang responden mengalami kepuasan atau bahkan risiko tertentu yang menjadi bagian dari evaluasi dalam penelitian ini.

Tabel 2.7 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi Flip dalam Satu Bulan Terakhir

No.	Intensitas Penggunaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	2 – 4	26	26,8
2.	5 – 7	30	30,9
3.	8 – 10	19	19,6
4.	11 – 13	9	9,3
5.	14 – 16	8	8,2
6.	17 – 19	5	5,2
Jumlah		97	100

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2025

Merujuk pada Tabel 2.7, dapat dilihat bahwa frekuensi penggunaan aplikasi Flip oleh responden paling banyak berada pada rentang 5–7 kali per bulan, dengan 30 responden (30,9%), diikuti oleh penggunaan 2–4 kali sebanyak 26 responden (26,8%), dan 8–10 kali sebanyak 19 responden (19,6%). Sementara itu, penggunaan lebih tinggi, yaitu 11–13 kali, 14–16 kali, dan 17–19 kali, memiliki jumlah responden yang lebih sedikit masing-masing sebanyak 9 (9,3%), 8 (8,2%), dan 5 orang (5,2%). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan aplikasi Flip dengan frekuensi antara 2 hingga 10 kali per bulan, yang mencerminkan pola penggunaan yang tergolong tidak terlalu sering namun cukup konsisten. Frekuensi penggunaan yang lebih tinggi kemungkinan mencerminkan responden dengan kebutuhan transaksi yang lebih intensif.

2.8.8 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Layanan yang Sering Digunakan pada Aplikasi Flip

Aplikasi Flip menyediakan beragam layanan keuangan digital yang dapat dimanfaatkan pengguna sesuai kebutuhan, seperti transfer antarbank, *top up e-wallet*, pembayaran tagihan, hingga transfer ke luar negeri. Pemilihan jenis layanan mencerminkan kebutuhan utama responden dan bisa menjadi cerminan kepuasan serta loyalitas terhadap fitur tertentu dalam aplikasi.

Tabel 2.8 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Layanan yang Sering Digunakan pada Aplikasi Flip

No.	Jenis Layanan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Transfer Antarbank	62	63,9
2.	<i>Top Up e-Wallet</i>	18	18,6
3.	Pembayaran Tagihan	8	8,2
4.	Pembelian Produk Digital	5	5,2
5.	Transfer ke Luar Negeri	4	4,1
Jumlah		97	100

Sumber: Data primer diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2.8, layanan yang paling sering digunakan oleh responden adalah Transfer Antarbank, dengan jumlah sebanyak 62 orang (63,9%). Layanan *Top Up e-Wallet* menempati posisi kedua dengan 18 responden (18,6%), disusul Pembayaran Tagihan sebanyak 8 orang (8,2%), Pembelian Produk Digital sebanyak 5 orang (5,2%), dan Transfer ke Luar Negeri sebanyak 4 responden (4,1%). Hasil ini menunjukkan bahwa fitur utama Flip yang paling dimanfaatkan oleh pengguna adalah transfer antarbank gratis, yang juga menjadi keunggulan kompetitif utama aplikasi ini.