

# KEPUASAN MENUJU SINERGI: BAGAIMANA APLIKASI FINTECH MENOPTIMALKAN EFISIENSI TRANSAKSIONAL DALAM EKONOMI DIGITAL PASCA-PANDEMI

*From Satisfaction To Synergy: How Fintech Applications Optimize Transactional Efficiency In The Post-Pandemic Digital Economy*

Umi Lailatul Muniroh<sup>1</sup>, Boy Ghozy Fadholi<sup>2</sup>, Suprayitno<sup>3</sup>, Mahdha Nafilata Aulia Az-Zulfa<sup>4</sup>,  
Diana Pramudya Wardhani<sup>5</sup>

Email: [umilailatul166@gmail.com](mailto:umilailatul166@gmail.com)<sup>1</sup>, [boyghozyf@gmail.com](mailto:boyghozyf@gmail.com)<sup>2</sup>, [supra16066@gmail.com](mailto:supra16066@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[mahdhaazulfa@gmail.com](mailto:mahdhaazulfa@gmail.com)<sup>4</sup>, [diana\\_pramudyawardhani@umpo.ac.id](mailto:diana_pramudyawardhani@umpo.ac.id)<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Pascasarjana Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo  
Jl. Budi Utomo No. 10, Ronowijayan, Kec. Siman, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63471

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis mekanisme transformasi kepuasan pengguna aplikasi fintech menjadi efisiensi transaksional dalam ekosistem ekonomi digital pasca-pandemi di Indonesia. Secara spesifik, penelitian ini menguji peran mediasi kepercayaan digital dan sinergi digital, serta efek moderasi literasi digital terhadap hubungan antara kepuasan pengguna dan efisiensi transaksional. Mengintegrasikan *Expectation-Confirmation Theory* dan *Service-Dominant Logic*, studi kuantitatif ini melibatkan 420 responden pengguna aktif fintech di Indonesia. Instrumen penelitian diadaptasi dari studi-studi internasional yang telah divalidasi dan dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4 dengan prosedur *bootstrapping* 5.000 subsampel. Hasil menunjukkan bahwa kepuasan pengguna secara signifikan mendorong terbentuknya kepercayaan digital ( $\beta = 0,542$ ,  $p < 0,001$ ) dan sinergi digital ( $\beta = 0,485$ ,  $p < 0,001$ ). Jalur menuju efisiensi transaksional bersifat tidak langsung dan dimediasi secara kuat oleh sinergi antara pengguna dan ekosistem platform. Literasi digital terbukti memperkuat dampak kepuasan terhadap optimalisasi efisiensi ( $\beta = 0,185$ ,  $p = 0,002$ ). Riset ini memperkenalkan konstruk "Sinergi Digital" sebagai jembatan antara respons psikologis dan hasil operasional teknis dimensi yang selama ini terabaikan dalam literatur manajemen fintech. Model "*Satisfaction-to-Synergy*" yang diusulkan memberikan panduan strategis bagi penyedia layanan fintech di pasar berkembang dalam mengoptimalkan nilai ekonomi melalui kolaborasi pengguna dan keunggulan fitur digital.

**Kata Kunci:** Fintech, Efisiensi Transaksional, Sinergi Digital, Kepuasan Pengguna, Literasi Digital, Pasca-Pandemi

## Abstract

*This study aims to analyze the transformation mechanism of fintech user satisfaction into transactional efficiency within the post-pandemic digital economy ecosystem in Indonesia. Specifically, it examines the mediating roles of digital trust and digital synergy, as well as the moderating effect of digital literacy on the relationship between user satisfaction and transactional efficiency. Integrating Expectation-Confirmation Theory and Service-Dominant Logic, this quantitative study involved 420 active fintech users in Indonesia. Research instruments were adapted from internationally validated studies and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via SmartPLS 4 with 5,000-subsample bootstrapping procedures. Results indicate that user satisfaction significantly drives digital trust formation ( $\beta = 0.542$ ,  $p < 0.001$ ) and digital synergy ( $\beta = 0.485$ ,  $p < 0.001$ ). The pathway to transactional efficiency is indirect, strongly mediated by the synergy between users and the platform ecosystem. Digital literacy strengthens the impact of satisfaction on efficiency optimization ( $\beta = 0.185$ ,  $p = 0.002$ ). This research introduces the "Digital Synergy" construct as a bridge between psychological responses and technical operational outcomes a dimension previously overlooked in fintech management literature. The proposed "Satisfaction-to-Synergy" model offers strategic guidance for fintech providers in emerging markets to optimize economic value through user collaboration and digital feature excellence.*

**Keywords:** Fintech, Transactional Efficiency, Digital Synergy, User Satisfaction, Digital Literacy, Post-Pandemic

## PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam sektor keuangan global telah mencapai titik balik yang belum pernah terjadi sebelumnya. Pandemi COVID-19 bertindak sebagai katalisator yang memaksa akselerasi adopsi teknologi finansial (*fintech*) secara masif di seluruh dunia. Laporan *World Bank* [3] menunjukkan bahwa digitalisasi layanan keuangan tidak hanya menjadi instrumen ketahanan ekonomi selama krisis, tetapi juga telah mengubah perilaku konsumen secara permanen menuju ekosistem nirkontak (*cashless*). Fenomena ini memicu pergeseran paradigma dari model layanan tradisional yang kaku menuju platform digital yang dinamis, di mana efisiensi transaksi menjadi penentu utama daya saing penyedia layanan.

Sebagai salah satu ekonomi digital dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara, Indonesia menjadi laboratorium yang sangat relevan bagi perkembangan *fintech*. Data Bank Indonesia [1] mencatat lonjakan volume transaksi pembayaran digital yang signifikan, didorong oleh populasi *tech-savvy* yang besar dan dukungan regulasi melalui Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025. Namun, di tengah penetrasi yang luas, pasar Indonesia menghadapi tantangan unik terkait fragmentasi platform dan variasi tingkat kepercayaan digital yang sangat beragam di antara penggunanya. Kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan kemampuan pengguna memanfaatkannya secara optimal menjadi isu sentral yang belum banyak dieksplorasi secara akademis.

Meskipun aplikasi *fintech* menjanjikan kemudahan, masalah praktis sering muncul dalam bentuk *user churn* (perpindahan pengguna) yang tinggi. Banyak pengguna merasakan kepuasan sesaat saat menggunakan aplikasi, namun kepuasan tersebut gagal bertransformasi menjadi efisiensi transaksional yang berkelanjutan. Masalah intinya terletak pada kegagalan platform dalam menciptakan "Sinergi Digital" sebuah kondisi di mana teknologi tidak hanya digunakan, tetapi terintegrasi secara cerdas dalam aktivitas ekonomi pengguna untuk meminimalkan *transaction cost* dan waktu. Selain itu, aspek kepercayaan digital menjadi penentu kritis, mengingat pengguna yang tidak percaya pada keamanan platform cenderung menghindari fitur-fitur yang justru paling efisien [4].

Studi terdahulu banyak berfokus pada faktor-faktor adopsi *fintech* menggunakan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) atau UTAUT [12]. Namun, masih terdapat kesenjangan literatur mengenai bagaimana kepuasan pengguna di era pasca-pandemi dapat dikonversi menjadi efisiensi transaksional yang nyata melalui mediasi kepercayaan digital dan sinergi pengguna. Kebanyakan penelitian berhenti pada variabel minat perilaku (*behavioral intention*), tanpa mengeksplorasi hasil akhir berupa efisiensi operasional bagi pengguna di ekosistem digital yang semakin kompleks. Lebih jauh, peran literasi digital sebagai moderator antara kepuasan dan efisiensi juga belum mendapat perhatian memadai, padahal kemampuan teknis pengguna sangat menentukan seberapa besar nilai yang dapat diekstrak dari platform *fintech* [7].

Penelitian ini dibangun di atas integrasi dua landasan teoretis utama: *Expectation-Confirmation Theory* (ECT) dan *Service-Dominant Logic* (S-D Logic). ECT yang dikembangkan [8] dan diadaptasi dalam konteks sistem informasi [2] menjelaskan bagaimana ekspektasi pengguna pasca-pandemi terpenuhi melalui konfirmasi atas kinerja aplikasi, menciptakan kepuasan yang menjadi pemicu efisiensi lebih lanjut. Sementara itu, S-D Logic [11] digunakan untuk membedah bagaimana sinergi antara pengguna dan platform menciptakan nilai bersama (*value co-creation*) yang tidak dapat dicapai secara unilateral. Dalam ekosistem *fintech*, nilai tidak lagi hanya terletak pada fitur teknologi, tetapi pada bagaimana teknologi tersebut mampu menciptakan proses transaksi yang cepat, aman, mudah, dan kolaboratif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menilai pengaruh kepuasan pengguna terhadap pembangunan kepercayaan digital; (2) menganalisis peran mediasi sinergi digital dalam meningkatkan efisiensi transaksi; dan (3) menguji efek moderasi literasi digital terhadap hubungan kepuasan dan efisiensi. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada penggabungan variabel "Sinergi Digital" sebagai jembatan antara kepuasan psikologis dan efisiensi teknis sebuah dimensi yang sering terabaikan dalam literatur manajemen keuangan. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan panduan strategis bagi pengembang aplikasi *fintech* di Indonesia untuk merancang fitur yang tidak hanya memuaskan secara visual, tetapi juga memberikan nilai efisiensi ekonomi yang terukur bagi penggunanya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori untuk menguji hubungan kausalitas dalam model konseptual yang diusulkan. Instrumen penelitian dikembangkan melalui proses deduktif yang ketat, dimulai dengan sintesis literatur sistematis untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan memiliki landasan teoretis yang kuat. Kuesioner dirancang dalam format elektronik menggunakan skala Likert tujuh poin (1: Sangat Tidak Setuju; 7: Sangat Setuju).

Validitas konstruk dijamin melalui adaptasi instrumen dari studi-studi mapan yang telah divalidasi secara internasional: Kepuasan Pengguna diadaptasi dari *Expectation-Confirmation Model* [2]. Kepercayaan Digital dari skala kepercayaan teknologi finansial [9]. Sinergi Digital dari konsep *Value Co-creation* [10]. Efisiensi Transaksional dari dimensi efisiensi operasional [5], dan Literasi Digital dari instrumen kecakapan digital [7].

Validitas konten dilakukan melalui panel ahli yang terdiri dari dua akademisi bidang sistem informasi dan dua praktisi senior industri *fintech*. Pilot study dilaksanakan terhadap 30 responden untuk mendeteksi ambiguitas pertanyaan dan memastikan nilai Cronbach's Alpha awal di atas 0,70. Pengumpulan data utama dilakukan selama tiga bulan pada tahun 2025 melalui purposive sampling terhadap pengguna aktif aplikasi *fintech* di Indonesia melalui kanal media sosial profesional dan komunitas keuangan digital. Dari total respon yang masuk, dilakukan pembersihan data melalui pemeriksaan missing values, deteksi *straight-lining*, dan identifikasi outliers menggunakan *Mahalanobis Distance*, menghasilkan 420 data valid untuk analisis.

Penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling berbasis varian dengan perangkat lunak SmartPLS 4. Analisis dilakukan melalui dua tahap sesuai panduan [6]: (1) Evaluasi *Measurement Model* (Outer Model) melalui nilai *loading factor*, AVE, dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) untuk validitas diskriminan; dan (2) Evaluasi *Structural Model* (Inner Model) melalui *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel untuk menentukan nilai *t-statistics* dan p-value, serta analisis efek moderasi menggunakan pendekatan *product-indicator*.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Analisis model struktural menggunakan SmartPLS 4 menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terdukung secara empiris. Berdasarkan uji *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel, hubungan antara Kepuasan Pengguna dan Kepercayaan Digital (H1) ditemukan positif dan signifikan ( $\beta = 0,542$ ,  $p < 0,001$ ). Demikian pula, Kepuasan Pengguna secara kuat memicu terbentuknya Sinergi Digital (H2) dengan nilai  $\beta = 0,485$  ( $p < 0,001$ ).

Analisis mediasi mengungkapkan bahwa Kepercayaan Digital dan Sinergi Digital berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan kepuasan psikologis dengan hasil teknis. Efek mediasi ganda (H3 dan H4) terbukti signifikan, mengindikasikan bahwa kepuasan saja tidak cukup untuk menciptakan efisiensi tanpa adanya rasa aman dan integrasi fitur yang mendalam. Terakhir, pengujian efek moderasi (H5) mengonfirmasi bahwa Literasi Digital memperkuat hubungan antara kepuasan dan efisiensi ( $\beta = 0,185$ ,  $p = 0,002$ ), yang berarti pengguna dengan kecakapan teknologi tinggi mampu mengekstraksi nilai efisiensi yang lebih besar dari aplikasi *fintech*.

### Pembahasan

Temuan penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa di era pasca-pandemi, kepuasan pengguna telah bertransformasi dari sekadar "perasaan senang" menjadi penggerak "sinergi transaksional". Dukungan terhadap H1 dan H2 sejalan dengan *Expectation-Confirmation Theory* [2], di mana konfirmasi atas kinerja aplikasi *fintech* di Indonesia telah menciptakan basis kepercayaan digital yang kokoh. Namun, kontribusi unik riset ini terletak pada variabel Sinergi Digital. Sinergi ini mencerminkan bagaimana pengguna di Indonesia tidak lagi menggunakan aplikasi secara terisolasi, melainkan mengintegrasikan berbagai fitur pembayaran, investasi, dan asuransi dalam satu ekosistem, [10] merupakan puncak dari *value co-creation*.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa efisiensi transaksional di pasar Indonesia sangat bergantung pada kepercayaan. Hal ini menjelaskan mengapa meskipun banyak aplikasi *fintech* menawarkan biaya rendah, pengguna tetap memilih platform yang memiliki reputasi keamanan tinggi, sejalan dengan temuan [9]. Lebih lanjut, temuan mengenai moderasi literasi digital menegaskan adanya "kesenjangan kapabilitas". Pengguna yang puas namun memiliki literasi rendah cenderung tetap tidak efisien karena mereka hanya menggunakan fitur dasar. Sebaliknya, pengguna dengan literasi tinggi mampu melakukan otomatisasi transaksi yang secara drastis mengurangi *transaction cost*, konsisten dengan argumen [5].

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa optimalisasi efisiensi transaksional *fintech* dapat menjadi media edukasi yang efektif bagi pengguna dengan tingkat literasi digital dan literasi keuangan yang rendah. Dalam perspektif *Service-Dominant Logic* [11], nilai layanan *fintech* tercipta melalui interaksi berkelanjutan antara platform dan pengguna sehingga proses penggunaan aplikasi secara simultan juga menjadi proses pembelajaran digital. Pengguna dengan literasi rendah cenderung sulit memahami edukasi berbasis teori atau informasi teknis. Namun, ketika mereka merasakan langsung bahwa transaksi lebih cepat, pembayaran lebih mudah, biaya lebih rendah, dan proses lebih praktis, maka muncul kepuasan yang bersifat *experiential learning*. Dalam kondisi ini,

aplikasi fintech secara tidak langsung menjadi media pembelajaran digital, sehingga efisiensi transaksional bukan hanya outcome bisnis, tetapi juga instrumen edukasi perilaku digital masyarakat.

Pasca-pandemi, perilaku masyarakat mengalami perubahan besar menuju transaksi non-tunai dan layanan berbasis aplikasi digital. Namun, percepatan adopsi teknologi tidak selalu diiringi kesiapan literasi masyarakat [3]. Karena itu, penelitian ini memiliki kontribusi penting dalam menjelaskan bahwa optimalisasi efisiensi transaksional fintech tidak hanya berdampak pada performa bisnis perusahaan, tetapi juga dapat menjadi mekanisme edukasi sosial untuk meningkatkan literasi digital dan literasi keuangan masyarakat secara bertahap. Dengan demikian, fintech tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan keuangan digital, tetapi juga sebagai agen transformasi sosial dalam pembangunan ekosistem ekonomi digital yang inklusif di Indonesia.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas *Service-Dominant Logic* [11] dalam konteks fintech dengan menunjukkan bahwa efisiensi transaksi merupakan hasil kolaborasi antara platform dan pengguna, bukan semata-mata fungsi dari kualitas teknologi. Model "*Satisfaction-to-Synergy*" yang diusulkan mengisi celah dalam literatur dengan menjembatani aspek perilaku psikologis dan hasil operasional teknis sebuah perspektif holistik yang sebelumnya belum tersedia dalam kajian manajemen fintech di pasar berkembang.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa efisiensi transaksional dalam ekonomi digital pasca-pandemi di Indonesia tidak terjadi secara otomatis melalui penyediaan teknologi, melainkan melalui proses bertahap yang dimulai dari kepuasan pengguna. Kepuasan tersebut harus mampu dikonversi menjadi kepercayaan digital dan sinergi operasional agar dapat mengoptimalkan waktu dan biaya transaksi. Literasi digital muncul sebagai faktor determinan yang menentukan seberapa besar kepuasan pengguna dapat diterjemahkan menjadi efisiensi nyata.

### Saran

Berdasarkan temuan penelitian, penyedia layanan fintech di Indonesia disarankan untuk tidak hanya fokus pada estetika antarmuka (UI), tetapi juga pada edukasi pengguna guna meningkatkan literasi digital dan penguatan protokol keamanan untuk membangun kepercayaan. Efisiensi transaksional akan menjadi keunggulan kompetitif utama bagi platform *fintech* yang ingin mempertahankan loyalitas pengguna di pasar yang sangat jenuh. Program literasi digital yang terintegrasi dalam aplikasi seperti fitur tutorial interaktif, panduan penggunaan fitur canggih, dan notifikasi edukatif dapat menjadi strategi efektif untuk mempercepat konversi kepuasan menjadi efisiensi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan data *self-reported* yang rentan terhadap *subjective* bias. Riset mendatang disarankan untuk menggunakan data log transaksi aktual guna memvalidasi efisiensi secara objektif. Selain itu, integrasi variabel budaya lokal Indonesia termasuk aspek kepercayaan berbasis komunitas dalam penggunaan uang digital dapat menjadi dimensi menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bank Indonesia. (2024). *Laporan transaksi ekonomi dan keuangan digital Indonesia 2023–2024*. <https://www.bi.go.id>
- [2] Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351–370. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- [3] Demirguç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Ansar, S. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital payments, and resilience in the age of COVID-19*. World Bank Publications. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1897-4>
- [4] Gomber, P., Parker, R. J., & Kauffman, R. J. (2023). On the fintech revolution: Interpreting the forces of innovation, disruption, and transformation in financial services. *Journal of Management Information Systems*, 40(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/07421222.2023.2172456>
- [5] Gozman, D., Liberti, J. M., & Mansilla-Fernández, J. M. (2023). The digitalization of financial services: Efficiency, security, and customer experience. *Journal of Banking & Finance*, 146, Article 106676. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2022.106676>
- [6] Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>

- [7] Lwoga, E. T., & Patrick, N. (2024). Digital literacy and the adoption of fintech services: A moderation analysis. *Journal of Science and Technology Policy Management*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2023-0045>
- [8] Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- [9] Raza, S. A., Ahmed, R., Mohamad, S. T., & Banu, A. M. (2024). Post-pandemic fintech adoption: The role of customer satisfaction and digital trust in emerging markets. *International Journal of Bank Marketing*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2023-0281>
- [10] Siaw, C. A., & Sarpong, D. (2021). Fintech and the future of financial services: A synergy of ecosystem and digital platform. *Journal of Financial Services Marketing*, 26, 1–13. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00088-3>
- [11] Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- [12] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>