

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang

Aplikasi Dzikra yang dikembangkan oleh PT Bejana Investidata Globalindo (BIG IO) dirancang untuk membantu kaum Muslimin dalam membangun kebiasaan baik dalam beribadah, terutama terkait interaksi dengan Al-Qur'an (membaca, mendengarkan, mempelajari, dan memahami), membiasakan berdzikir, berdo'a, belajar, serta melakukan infaq setiap hari. Sejak diluncurkan, aplikasi ini telah berhasil mencapai lebih dari 7.000 unduhan di platform Android dan iOS. Meskipun angka ini cukup signifikan, namun masih relatif kecil untuk dapat dinilai sebagai aplikasi yang sukses memberikan dampak nyata.

Dari total jumlah unduhan tersebut, hanya sekitar 10% pengguna yang tetap memasang aplikasi di perangkat mereka, dengan tingkat pengguna aktif yang hanya mencapai 1-2%. Tingkat retensi yang rendah ini menunjukkan bahwa ada sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan bahwa pengguna tidak hanya mengunduh aplikasi, tetapi juga terus menggunakannya secara aktif dalam jangka panjang.

Mengingat kondisi-kondisi tersebut, diperlukan beberapa terobosan ide atau inovasi terkait fitur dan strategi pemasaran yang dilakukan sehingga Dzikra bisa dikembangkan menjadi aplikasi yang lebih dicintai pengguna. Redesign dan optimalisasi aplikasi menjadi sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memastikan aplikasi ini dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik. Selain itu, pengembangan model bisnis yang dapat mendukung keberlanjutan dan pengembangan lanjutan aplikasi ini juga menjadi aspek yang krusial untuk diperhatikan.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang dan mengoptimalkan aplikasi Dzikra menggunakan metodologi Product Design Sprint. Metodologi ini melibatkan tahapan-tahapan seperti pemahaman, ideasi, pembuatan prototipe, dan pengujian, yang dilakukan dalam waktu singkat namun intensif untuk menghasilkan solusi desain yang efektif dan inovatif. Dengan pendekatan ini, diharapkan aplikasi Dzikra dapat meningkatkan kepuasan pengguna, meningkatkan tingkat retensi dan pengguna aktif, serta memperkuat posisi PT Bejana Investidata Globalindo di industri layanan digital religius.

I.2 Lingkup

Kegiatan yang saya lakukan adalah meredesign sebuah produk aplikasi dari perusahaan tempat magang yaitu Dzikra dan mengerjakan Improvement UI Design dari aplikasi tersebut, membuat konten daily pada sosial media Pixside, Membuat portofolio untuk di upload ke Behance untuk membangun branding diri dan melatih skill design, Membantu pengerjaan dan perbaikan asset quran hifz

I.3 Tujuan

Penelitian bertujuan untuk

1. Mengidentifikasi penyebab rendahnya tingkat retensi pengguna aplikasi Dzikra yang hanya 10% dari total unduhan
2. Menemukan faktor-faktor menyebabkan rendahnya tingkat pengguna aktif (1-2%) dari aplikasi Dzikra
3. Merancang ulang antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX) aplikasi Dzikra agar lebih menarik dan memudahkan pengguna dalam beribadah
4. Mengembangkan dan mengimplementasikan inovasi serta fitur-fitur baru yang dapat meningkatkan kepuasan dan retensi pengguna aplikasi Dzikra