

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT. Pegadaian berdiri atas dasar keinginan Pemerintahan Indonesia untuk membantu masyarakat luas yang membutuhkan solusi pendanaan, mencegah ijon, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya guna mendukung program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional.

Sejarah Pegadaian di Indonesia dimulai sejak zaman Hindia Belanda, pada masa pemerintahan VOC dengan didirikannya *Bank Van Leening* yang merupakan Lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746. Namun usaha gadai tersebut mengalami beberapa kali perubahan dalam pengelolaannya sejalan dengan perubahan peraturan yang di tetapkan oleh Pemerintah.

Saat pemerintah Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda pada tahun 1811-1816, Bank Van Leening dibubarkan, dan masyarakat diberikan keleluasaan untuk mendirikan usaha Pegadaian dengan mendapat lisensi dari pemerintah daerah setempat. Metode ini dikenal dengan *liecentie stelsel*. Namun dalam perjalanannya, metode tersebut banyak menimbulkan dampak buruk bagi kehidupan masyarakat. Banyak pemegang lisensi yang menyalahgunakan sehingga masyarakat terasa terbebani dan dirasa kurang menguntungkan bagi pemerintah yang berkuasa. Sehingga akhirnya metode *liecentie stelsel* diubah menjadi metode *patch stelsel*, yaitu pendirian Pegadaian diberikan kepada umum bagi yang mampu membayarkan pajak yang tinggi kepada pemerintah.

Ketika Pemerintahan Belanda berkuasa kembali, metode patch stelseltetap dipertahankan. Namun menimbulkan dampak yang sama, di mana pemegang lisensi ternyata banyak melakukan penyelewengan dalam menjalankan bisnisnya. Selanjutnya pemerintah Hindia Belanda menerapkan metode baru yang disebut dengan cultur stysel, di mana kegiatan Pegadaian di tangani sendiri oleh pemerintah agar dapat memberikan perlindungan dan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

Pada tanggal 12 Maret 1901 pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan *Staatsblad* (Stbl) No. 131 yang mengatur bahwa usaha Pegadaian merupakan monopoli pemerintah dan tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian pertama di kota Sukabumi (Jawa Barat). Maka dari itu setiap tanggal 1 April diperingati sebagai Hari Ulang Tahun Pegadaian.

Pegadaian sudah beberapa kali berubah status, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961, kemudian berdasarkan PP.No.7/1969 menjadi perusahaan Jawatan (PERJAN), selanjutnya berdasarkan PP.No.10/1990 (yang diperbaharui dengan PP. No.103/2000) berubah lagi menjadi perusahaan umum (PERUM). Hingga pada tahun 2011, berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 51 tahun 2011 tanggal 13 Desember 2011, bentuk badan hukum Pegadaian berubah menjadi Perusahaan Persero, pada 13 September 2021, Kementerian BUMN secara resmi membentuk Holding BUMN Ultra Mikro dengan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai Induk *Holding* dan beranggotakan PT Pegadaian (Persero) dan PT Permodalan Nasional Madani (Persero).



Gambar 1. 1 Struktur Grup dan Daftar Entitas Anak dan Entitas Asosiasi

Sumber: Laporan Tahunan PT Pegadaian 2022

1.1.2 Logo Perusahaan Dan Penjelasannya

Adapun logo PT.Pegadaian (Persero adalah sebagai berikut :



Gambar 1. 2 Logo PT.Pegadaian (Persero) Versi Terbaru

Sumber: pegadaian.co.id, diakses pada 12 April 2023

Logo Pegadaian terdiri dari dua komponen, yaitu gambar tiga lingkaran yang bersinggungan dengan kata “Pegadaian”. Gambar tiga lingkaran tersebut memiliki arti tiga inti layanan Pegadaian yakni Bisnis Pembiayaan, Bisnis Emas, dan Aneka Jasa.

Gambar timbangan bermakna kejujuran dan keadilan. Sedangkan warna hijau, melambangkan keteduhan serta senantiasa membantu masyarakat

meningkatkan kesejahteraannya. Kata “Pegadaian” ditulis dengan huruf kecil yang bermakna memiliki sikap rendah hati, tulus, dan senantiasa ramah dalam melayani masyarakat Indonesia (PT Pegadaian, 2017).

1.1.3 Visi Misi PT.Pegadaian

a. Visi

Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

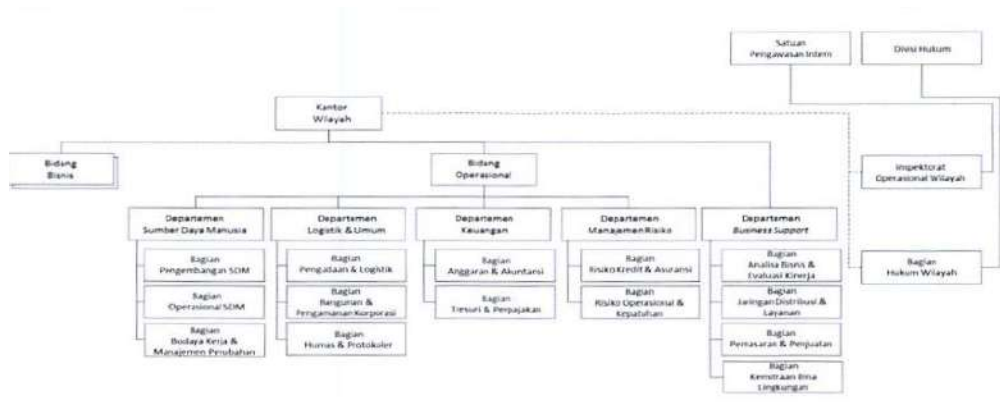
b. Misi

Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.

1. Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan,
2. Memberikan *service excellence* dengan focus nasabah melalui:
 - a) Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
 - b) Teknologi informasi yang handal dan mutakhir
 - c) Praktek manajemen risiko yang kokoh
 - d) SDM yang professional berbudaya kinerja baik

1.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi sangat penting untuk perusahaan karena seseorang dapat mengetahui kemungkinan kegiatan apa yang ada didalam suatu organisasi, karena terdapat divisi-divisi dan posisi setiap manajer, dimana ada garis penghubung untuk menunjukan bagian atau bertanggungjawab kepada siapa (Fianda, 2014). Pada Gambar 1.3 terdapat Pemimpin Wilayah, Deputy Operasional dan Bisnis beserta Pimpinan Departemen lainnya.



Gambar 1. 3 Struktur Organisasi Kanwil X Bandung PT. Pegadaian

1.2 Latar Belakang Penelitian

Teknologi diciptakan dengan tujuan untuk membantu kehidupan manusia. Teknologi transaksi keuangan atau *financial technology (fintech)* menurut Christi dan Barberis (2016) adalah inovasi transaksi keuangan dengan memanfaatkan teknologi. Perkembangan *fintech* dimulai pada tahun 1950 dengan diciptakannya sistem terkomputerisasi dan otomatisasi transaksi. Saat ini digitalisasi sistem merupakan inovasi lanjutan dalam pengembangan *fintech*. (Christi dan Barberis, 2016).

Menurut Stewart dan Jurjens (2018) penyesuaian yang harus dilakukan oleh industry perbankan dalam memanfaatkan teknologi sebagai cara baru bertransaksi adalah keamanan dan kenyamanan transaksi. Dampak dari keamanan dan kenyamanan transaksi dengan teknologi menurut Colwell, Schrezenmaier, Neufeld, Turner, dan Ebstein (2017) adalah penerimaan konsumen terhadap inovasi teknologi yang dikembangkan. Dalam konsep penerimaan konsumen terhadap teknologi terdapat dua konstruk penting yang memiliki pengaruh menurut Dasgupta (2007) yaitu niat untuk melakukan perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku menggunakan (*use behavior*).

Lima tahun terakhir yang dimulai pada tahun 2013 menjadi awal perkembangan *fintech* di Indonesia. Sejak saat itu industry perbankan dan keuangan

nasional berlomba-lomba untuk melakukan transformasi dengan memanfaatkan *fintech* sebagai cara baru melakukan transaksi. Tantangan industry, mengharapkan keuntungan yang tinggi dan mencari pasar potensial baru adalah tiga faktor utama yang memotivasi industry perbankan dan Lembaga keuangan nasional untuk mengembangkan *fintech* berbasis aplikasi *mobile* atau *mobile banking apps* (Rifki, 2019).

Smartphone saat ini sudah menjadi kebutuhan primer setiap individu di era digital 4.0. Penggunaan smartphone kini telah banyak dimanfaatkan dalam berbagai layanan digital untuk berbagai keperluan baik dalam instansi, sector usaha, dan lingkungan masyarakat sekitar. Sektor usaha perusahaan jasa keuangan merupakan salah satu sector yang mulai giat melakukan pengembangan sistem berbasis layanan digital. Transformasi digital kini mulai menggeser layanan konvensional menjadi layanan digital dalam pengembangan bisnis di era pesatnya pertumbuhan teknologi dengan salah satu layanan yang tersedia pada smartphone. Kemudahan layanan digital yang disediakan oleh perusahaan jasa keuangan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, cek saldo, pembukaan rekening, dan lain-lain yang dapat diakses secara langsung dari aplikasi pada smartphone. Smartphone telah mengubah layanan yang sebelumnya secara konvensional kini mulai dialihkan pada layanan digital sehingga pengguna layanan digital berbasis *mobile apps* semakin meningkat.

Hadirnya smartphone dengan teknologinya ke Indonesia memberikan perubahan menuju layanan berbasis digital yang digunakan berupa aplikasi mobile commerce sehingga memungkinkan untuk melakukan transaksi perbankan secara online dengan menggunakan perangkat seluler (Personal Data Assistants/PDA) mobile phone atau smartphone yang divalidasi oleh Lembaga keuangan atau bank (Baabdullah, Alalwan, Rana, Kizgin, & Patil, 2019). Aktifitas transaksi dapat dilakukan melalui aplikasi pada smartphone sehingga dimungkinkan nasabah tidak lagi perlu mengunjungi kantor setiap waktu untuk melakukan transaksi seperti

transfer dana, pembayaran tagihan, cek saldo serta pembuatan rekening (Sangar & Rastari, 2015).



Gambar 1. 4 Gambaran Umum Adopsi dan Penggunaan Perangkat dan Layanan yang Terhubung

Berdasarkan hasil laporan terbaru Hootsuite dan We Are Social pada Januari 2023 dari total puplasi Indonesia sebanyak 276,4 juta jiwa, dimanaa untuk pengguna mobile phone yang terkoneksi di Indonesia sebanyak 353,8 juta yang artinya peredaran mobile phone di Indonesia kini lebih banyak dari jumlah penduduk di seluruh Indonesia yang sudah terhubung dengan internet (Clinten & Pertiwi, 2023). Dari data yang disajikan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di Indonesia tidak terlepas dengan penggunaan mobile phone serta koneksi internet dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

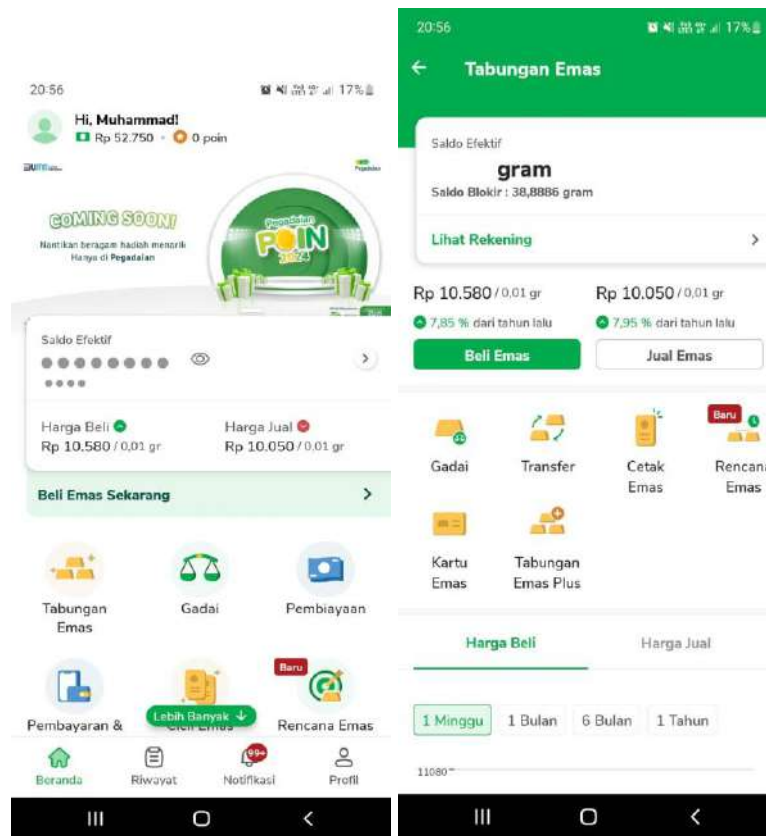
Kehidupan Masyarakat yang semakin termudahkan seiring perkembangan teknologi. Kemudahan yang diciptakan dengan perkembangan teknologi menuntut Pegadaian Syariah sebagai para pelaku usaha untuk menghadirkan proses bisnis yang semakin efisien namun dengan kualitas yang semakin meningkat. Jika hal ini tidak bisa dipenuhi oleh pelaku usaha, maka basis pelanggan akan semakin cepat bergeser kepada para pesaing yang tentunya lebih mengakomodasi kualitas dan efisiensi

proses bisnis. Pegadaian menerapkan strategi ekstensi produk, ialah merupakan Upaya-upaya untuk menjaga dan meningkatkan *monetary* dari produk dan sub produk yang telah dihasilkan. Hal tersebut dilakukan dengan penambahan dan penguatan saluran distribusi (*channel*). *Channel* yang ada tersebut perlu dioptimalkan sehingga memberi dampak berupa peningkatan kinerja berkelanjutan.

Mengacu pada laporan tahunan PT Pegadaian Tahun 2022, salah satu tantangan bisnis gadai di tahun 2022 adalah munculnya perusahaan-perusahaan *fintech* berbasis digital yang dapat menjadi substitusi atas pemenuhan kebutuhan dana cepat masyarakat. Untuk menghadapi tantangan tersebut, Pegadaian merilis Layanan Gadai dari Rumah yang diperuntukkan bagi Nasabah yang tidak bisa datang langsung ke Outlet Pegadaian. Layanan ini dilakukan oleh Penaksir Pegadaian dengan pencairan langsung di tempat Nasabah. Belakangan ini, peran kantor cabang yang melakukan layanan konvensional pun saat ini dapat tergantikan oleh layanan digital yaitu dengan adanya aplikasi *mobile apps* yang dapat memenuhi kebutuhan aktivitas transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembukaan rekening, dan pengajuan pinjaman, serta fitur lainnya yang telah tersedia pada *mobile apps* tersebut (Pegadaian, 2022). Menyikapi hal tersebut, Pegadaian terus berupaya dalam memberikan kemudahan untuk nasabahnya menggunakan teknologi berbasis digital pada *mobile apps* yang diberi nama Pegadaian Digital Service. PT. Pegadaian mendapatkan penghargaan berupa Top Innovation Choice Award 2021 kategori Pegadaian Digital Service oleh Info Brand (PT Pegadaian, 2023).

Inovasi *fintech* yang dilakukan Pegadaian pada tahun 2017 untuk menjawab tantangan zaman dan nasabah adalah dengan meluncurkan aplikasi *mobile* Pegadaian Digital, yang diharapkan mampu mengoptimalkan tiga fungsi bisnis Pegadaian yaitu pembiayaan, Tabungan emas dan jasa pendanaan UMKM. Aplikasi *mobile* Pegadaian Digital diharapkan mampu menarik dua juta nasabah baru khususnya generasi millennial. Aplikasi *mobile* Pegadaian Digital merupakan aplikasi berbasis *fintech* yang melayani nasabah Pegadaian secara virtual baik yang akan mengajukan

pendanaan dengan fasilitas gadai tanpa Bunga, menabung emas, dan pengajuan biaya usaha yang disalurkan untuk UMKM. Selain itu, aplikasi *mobile* Pegadaian Digital adalah *fintech* yang hingga saat ini masih menjadi satu-satunya di Indonesia yang menyediakan layanan transaksi pembelian, penjualan dan penggadaian emas atau logam mulia secara daring. Gambar 1.5 merupakan tampilan menu dan fitur dalam aplikasi *mobile* Pegadaian Digital.



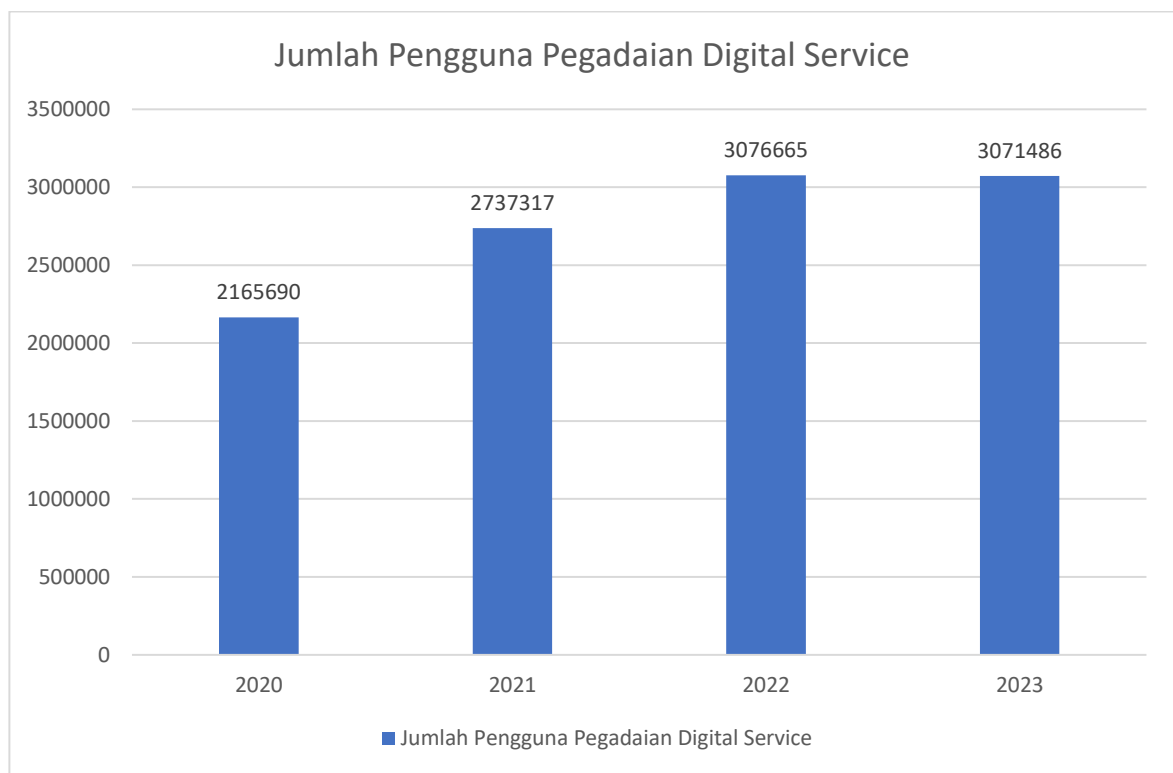
Gambar 1. 5 Tampilan Menu dan Fitur Aplikasi Mobile Pegadaian Digital

Sumber: Aplikasi *Mobile* Digital Pegadaian

Tujuan utama diluncurkannya aplikasi *mobile* Pegadaian Digital adalah mempermudah pelayanan dan memperluas jangkauan pelayanan kepada nasabah. Inovasi diharapkan dapat mengubah stigma Masyarakat selama ini yang menghubungkan Pegadaian dengan Masyarakat menengah kebawah di desa menjadi

Masyarakat menengah atas dan berpendidikan tinggi yang sedang mengembangkan usaha (*startup*) atau nasabah yang tertarik menabung emas secara digital.

Penggunaan Pegadaian Digital Service terus menunjukkan peningkatan yang signifikan dimana jumlah pengguna aplikasi Pegadaian Digital per 31 Desember 2020 sebanyak 2,1 Juta. Lalu pada tahun 2022 meningkat menjadi 2,7 juta orang. Kemudian terjadi peningkatan sebesar 12,4% menjadi 3,07 juta orang di tahun 2022. Namun pada tahun 2023 tidak terjadi peningkatan, justru terdapat penurunan sekitar 5.000 pengguna Pegadaian Digital Service. Gambar 1.6 merupakan gambaran tentang Jumlah Pengguna Pegadaian Digital Service



Gambar 1. 6 Jumlah Pengguna Pegadaian Digital Service

Sumber: Dokumen Database Perusahaan (Pegadaian,2023)

Jumlah pengguna atau *user* aplikasi Pegadaian Digital serta jumlah transaksi pada aplikasi Pegadaian Digital menjadi sangat penting bagi Kantor Wilayah X Bandung karena menjadi salah satu indikator KPI yang harus dicapai, berikut merupakan indikator KPI dari PT.Pegadaian Kantor Wilayah X Bandung :

Tabel 1. 1 Indikator KPI PT.Pegadaian Kanwil X Bandung

No	Perspektif Komponen dan Definisi Komponen	Definisi
Perspektif Keuangan & Pasar		
1	OSL Rata-rata	Indikator yang menunjukkan pencapaian Jumlah <i>Outstanding</i> pinjaman rata-rata harian yang diberikan kepada nasabah
2	<i>Non-Performing Loan</i> (NPL)	Indikator yang menunjukkan seberapa besar kualitas pinjaman yang diberikan dari produk pembiayaan secara keseluruhan
3	Laba Usaha	Indikator yang menunjukkan Pencapaian Laba usaha
4	Kontribusi Channel Non-Outlet (BPO, Agen, dan ME)	Indikator yang menunjukkan Pencapaian Omset dari <i>Channel</i> BPO, Agen dan <i>Marketing Executive</i>
Perspektif Fokus Pelanggan		
1	Pencapaian jumlah nasabah <i>User</i> dan transaksi PDS	Indikator yang menunjukkan pencapaian jumlah nasabah
2	a. <i>User</i> Pegadaian Digital	a. Indikator yang menunjukkan jumlah <i>user</i> PDS yang sudah link CIF
	b. Transaksi Pegadaian Digital	b. Indikator yang menunjukkan jumlah transaksi Pegadaian Digital
3	Jumlah Nasabah Tabungan Emas	Indikator yang menunjukkan pencapaian jumlah nasabah Tabungan Emas
Perspektif Efektifitas Produk dan Proses		
1	<i>Cashless Transaction</i> dan <i>Fee Based Income</i>	
	a. <i>Cashless Transaction</i>	a. Indikator yang menunjukkan Transaksi Pencairan Non Tunai dibandingkan seluruh transaksi Pencairan
	b. <i>Fee Based Income</i>	b. Indikator yang menunjukkan pendapatan <i>Fee Based</i>
Perspektif Kepemimpinan Tata Kelola dan Tanggungjawab Kemasyarakatan		
1	Realisasi PKBL	
	a. Penyaluran PK	a. Indikator yang menunjukkan Realisasi Penyaluran Program Kemitraan (PK)
	b. Kolektibilitas PK	b. Indikator yang menunjukkan seberapa besar kualitas pinjaman yang diberikan dari program PK

Peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa pegawai Pegadaian Kantor Cabang Pungkur diantaranya Ibu Dina Kartika Dewi selaku pimpinan Cabang Pungkur dan Bapak Suwanto selaku manajer operasiona, yang mana diperoleh informasi bahwa masih ada keluhan dari nasabah secara langsung yang disampaikan pegawai pada bagian unit layanan frontliner ketika melayani nasabah. Keluhan nasabah yang disampaikan adalah terkait kendala-kendala yang dialami pada saat

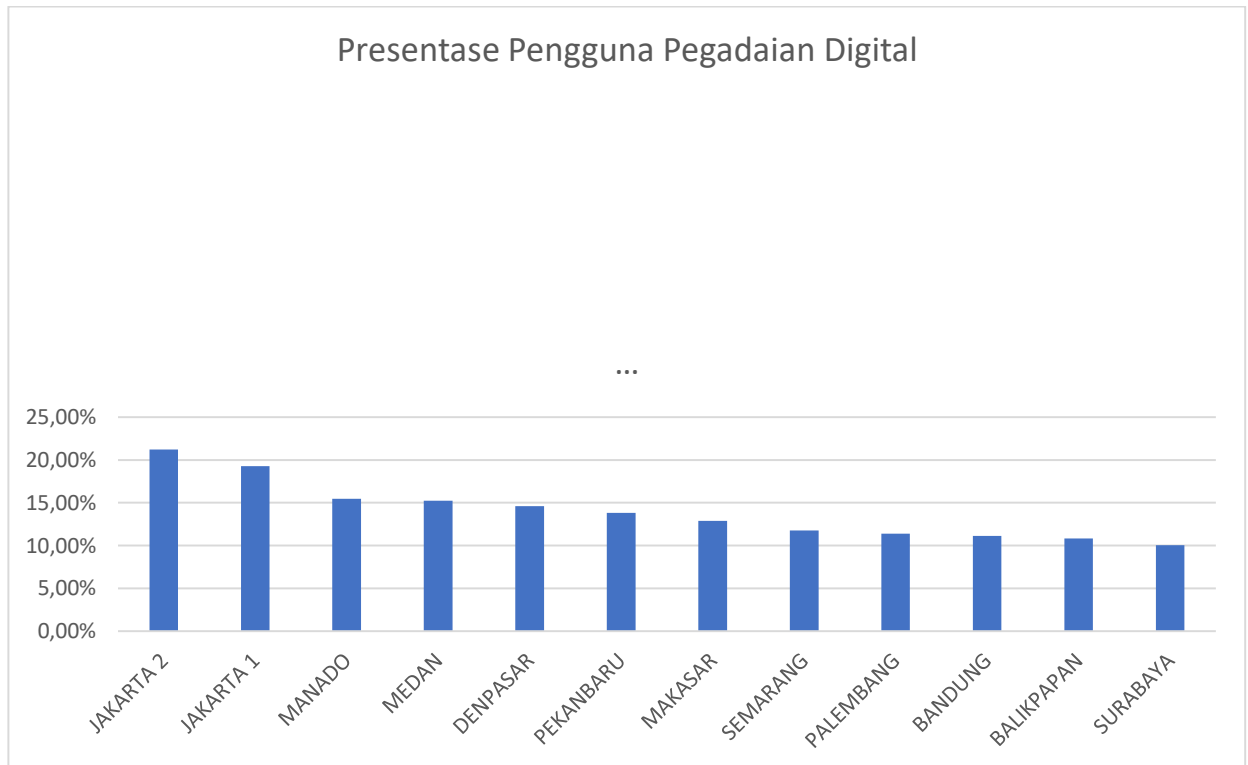
menggunakan penggunaan Pegadaian Digital Service seperti kendala teknis gagal transfer ataupun kesalahan sistem (system error) hingga nasabah tidak dapat melakukan transaksi pada Pegadaian Digital Service. Kendala tersebut sesekali dialami oleh pegawai Pegadaian itu sendiri. Kendala yang dirasakan oleh karyawan dalam menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service sama seperti nasabah pada umumnya. Data penggunaan Pegadaian Digital di Kantor Wilayah Bandung masih rendah yaitu hanya sekitar 11,12% yang mana wilayah Bandung masuk ke dalam posisi urutan tiga terendah pengguna Pegadaian Digital secara nasional.

Tabel 1. 2 Data Pengguna Pegadaian Digital per April 2023

No	Kantor Wilayah	Jumlah Nasabah Tahun 2023 (April)	User PDS Tahun 2023 (April)	Presentase
1	JAKARTA 2	1,641,067.00	348,010.00	21.21%
2	JAKARTA 1	1,893,691.00	365,078.00	19.28%
3	MANADO	1,545,728.00	239,332.00	15.48%
4	MEDAN	1,638,092.00	249,865.00	15.25%
5	DENPASAR	2,224,345.00	324,935.00	14.61%
6	PEKANBARU	1,068,625.00	147,505.00	13.80%
7	MAKASAR	2,160,773.00	278,062.00	12.87%
8	SEMARANG	2,784,653.00	327,331.00	11.75%
9	PALEMBANG	1,024,103.00	116,663.00	11.39%
10	BANDUNG	1,886,137.00	209,823.00	11.12%
11	BALIKPAPAN	1,675,859.00	181,341.00	10.82%
12	SURABAYA	2,820,084.00	283,541.00	10.05%
TOTAL		21,363,157.00	3,071,486.00	14%

Sumber: Dokumen Database Perusahaan (Pegadaian,2023)

Dari Tabel 1 di atas, terlihat bahwa wilayah Bandung termasuk ke dalam tiga wilayah dengan presentasi jumlah pengguna pegadaian digital terendah dari total 12 wilayah representative Pegadaian. Adapun diagram presentase pengguna pegadaian digital secara nasional sebagai berikut:



Gambar 1.1 Presentase Pengguna Pegadaian Digital Nasional

Sumber: Dokumen Database Perusahaan (Pegadaian,2023)

Penelitian ini akan menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology-2 (UTAUT-2) untuk mengkaji niat perilaku pengguna Pegadaian Digital Service pada nasabah Pegadaian Kantor Wilayah Bandung. UTAUT-2 merupakan model yang sering digunakan oleh para peneliti untuk menguji nilai adopsi terhadap teknologi (IT/IS) terbaru pada konteks konsumen (Madan & Yadav, 2016). Selain itu, UTAUT-2 memiliki tujuh model konsep utama untuk memeriksa atau memprediksi penggunaan teknologi dalam konteks organisasi yaitu, Performance Expectancy (PE),

Effort Expectancy (EE), Social Influence (SI), Facilitating Conditions (FC), Hedonic Motivation (HM), Price Value (PV) dan Habit (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012). UTAUT-2 merupakan adopsi teknologi yang telah mengalami perubahan dalam core determinants-nya dan telah disempurnakan oleh teori dari penelitian UTAUT sebelumnya (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012).

Penelitian yang dilakukan (Alalwan, Dwivedi, & Rana, 2017) dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku dan adopsi mobile banking oleh nasabah bank Yordania, model UTAUT-2 yang digunakan menghasilkan tingkat adopsi mobile banking yang sangat rendah. Oleh karena itu pada penelitian ini peneliti akan mengkaji penggunaan Pegadaian Digital Service pada nasabah PT.Pegadaian serta mengingat presentase pengguna Pegadaian Digital Service secara nasional masih rendah sekitar 13,7% dari total nasabahnya dengan pengguna Pegadaian Digital Service untuk wilayah bandung sebesar 11,12% (Tabel 1).

Pada tantangan yang telah disebutkan diatas, Pegadaian Digital Service diharapkan dapat menjadi solusi dari tantangan tersebut. Meskipun pada praktiknya di kantor wilayah Bandung, Tingkat adopsi pegadaian digital masih rendah. Sebuah Langkah untuk menggali informasi apa saja faktor-faktor yang membuat nasabah PT Pegadaian berminat untuk menerima dan memanfaatkan aplikasi mobile pegadaian digital dapat digunakan teori penerimaan teknologi, salah satunya UTAUT-2. Mengacu pada penelitian (Alalwan, Dwivedi, & Rana, 2017) maka peneliti akan menggunakan model yang sama yaitu model UTAUT-2 dalam melakukan kajian dalam penelitian ini

Peneliti juga akan menambahkan variabel tambahan untuk melengkapi permasalahan penelitian yang sedang diteliti yaitu, variabel Word of Mouth (WoM). Konstruksi WoM sebelumnya telah mendukung dalam penelitian terdahulu yang dilakukan dimana berpengaruh signifikan terhadap adopsi penggunaan mobile

banking (missal: Ashtiani, 2012; Fazrin,Sadeghi, Kharkeshi, Ruholahpur & Fattahi., 2021; Rahman, Noh, Kim & Lee, 2021). Sejalan dengan Kondisi nasabah Pegadaian yang secara umum masih rendah tingkat adopsi Pegadaian Digital Service maka dalam penelitian ini peneliti mengusulkan penambahan variabel sebagai konstruksi WOM yang terbukti secara empiris memiliki dampak positif dan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *mobile apps* yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu.

Berdasarkan paparan tersebut, maka penelitian ini akan menganalisis sejauhmana pengaruh dari masing-masing core determiants UTAUT-2 terhadap penggunaan Pegadaian Digital Service dengan judul penelitian: ANALISIS PENGGUNAAN PEGADAIAN DIGITAL SERVICE MENGGUNAKAN MODEL UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) 2, TRUST DAN WORD-OF-MOUTH (WOM) PADA NASABAH PT PEGADAIAN KANTOR WILAYAH BANDUNG.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada Kondisi dimana implementasi Pegadaian Digital Service di kantor wilayah Bandung maka perlunya dilakukan penelitian mengenai penerimaan dan penggunaan Pegadaian Digital Service dengan menggunakan metode *Unified Theory Of Acceptance and Uses of Technology 2* (UTAUT-2) yang dapat menjelaskan niat adopsi pengguna terhadap teknologi informasi baru karena merupakan kombinasi dari delapan model konsep yang akan diteliti. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penilaian responden terhadap variabel UTAUT-2 (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condittion, Hedonic Motivation, Price Value, Behavioural Intention, Use Behaviour*), *Word of Mouth*, dan *Trust* aplikasi Pegadaian Digital Service pada nasabah PT. Pegadaian Kantor Wilayah Bandung.

2. Sejauhmana *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) pengguna untuk mengadopsi layanan Pegadaian Digital Service?
3. Sejauhmana *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi layanan Pegadaian Digital Service?
4. Sejauhmana *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh terhadap *Performance Expectancy* (PE) Pegadaian Digital Service?
5. Sejauhmana *Social Influence* (SI) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi layanan Pegadaian Digital Service?
6. Sejauhmana *Facilitating Condition* (FC) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi Pegadaian Digital Service?
7. Sejauhmana *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) layanan Pegadaian Digital Service?
8. Sejauhmana *Price Value* (PV) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi layanan Pegadaian digital Service?
9. Sejauhmana *Word of Mouth* (WoM) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB) layanan Pegadaian Digital Service Pegadaian?
10. Sejauhmana *Trust* (TR) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi layanan Pegadaian Digital Service?
11. Sejauhmana *Trust* (TR) berpengaruh terhadap *Performance Expectancy* (PE) yang terkait dengan penggunaan Pegadaian Digital Service?
12. Sejauhmana *Behavioral Intention* (BI) dari Pegadaian Digital Service berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB) layanan Pegadaian Digital Service?
13. Sejauhmana faktor-faktor UTAUT-2 (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value*), *Trust* dan *Word of Mouth* berpengaruh terhadap perilaku

penggunaan layanan Pegadaian Digital Service oleh nasabah Pegadaian dengan *Intervening Behavioral Intention*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada uraian rumusan masalah dan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat penilaian responden terhadap variabel UTAUT-2 (*Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, Behavioural Intention, Use Behaviour*), *Word of Mouth*, dan *Trust* aplikasi Pegadaian Digital Service pada nasabah PT Pegadaian Kantor Wilayah Bandung.
2. Mengetahui *Performance Expectancy* (PE) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) pengguna untuk mengadopsi layanan Pegadaian Digital Service?
3. Mengetahui *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi layanan Pegadaian Digital Service?
4. Mengetahui *Effort Expectancy* (EE) berpengaruh terhadap *Performance Expecctancy* (PE) Pegadaian Digital Service?
5. Mengetahui *Social Influence* (SI) berpengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi layanan Pegadaian Digital Service?
6. Mengetahui *Facilitating Condition* (FC) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi Pegadaian Digital Service?
7. Mengetahui *Hedonic Motivation* (HM) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* (BI) layanan Pegadaian Digital Service?

8. Mengetahui *Price Value* (PV) berpengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi layanan Pegadaian digital Service?
9. Mengetahui *Word of Mouth* (WoM) berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB) layanan Pegadaian Digital Service Pegadaian?
10. Mengetahui *Trust* (TR) berpengaruh terhadap *Behavior Intention* (BI) nasabah Pegadaian untuk mengadopsi layanan Pegadaian Digital Service?
11. Mengetahui *Trust* (TR) berpengaruh terhadap *Performance Expectancy* (PE) yang terkait dengan penggunaan Pegadaian Digital Service?
12. Mengetahui *Behavior Intention* (BI) dari Pegadaian Digital Service berpengaruh terhadap *Use Behavior* (UB) layanan Pegadaian Digital Service?
13. Mengetahui faktor-faktor UTAUT-2 (Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value), Trust dan Word of Mouth berpengaruh terhadap perilaku penggunaan layanan Pegadaian Digital Service oleh nasabah Pegadaian dengan intervening Behavioral Intention?

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan. Kegunaan penelitian ini diantaranya:

1. Praktis

Untuk menambah wawasan pengetahuan dan lebih memahami teori yang terkait pada penelitian ini dan sebagai masukan bagi perusahaan Pegadaian untuk meningkatkan layanannya.

2. Teoritis

Penelitian ini dapat mendukung teori yang sudah ada sehubungan dengan masalah yang diteliti serta menambah wawasan ilmu pengetahuan, sebagai referensi serta bahan acuan penelitian di masa yang akan datang dan berkaitan dengan niat perilaku nasabah yang mengadopsi *mobile apps*.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Bagian ini berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dikemukakan latar belakang masalah; identifikasi masalah; tujuan penelitian; kegunaan penelitian; kerangka pemikiran; dan metode penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai pengertian the extended unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT-2), trust, dan word-of-mouth (WOM) pada Nasabah PT Pegadaiana Kantor Wilayah Bandung.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, diuraikan bagaimana pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis penggunaan Pegadaian Digital Service menggunakan model unified theory of acceptance and use of technology yang dapat menjelaskan niat adopsi pengguna terhadap teknologi informasi baru.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis dan sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil

penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.