BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi diciptakan dengan tujuan untuk membantu kehidupan manusia. Pada era digital, teknologi dan manusia sebagai pengguna teknologi merupakan dua entitas yang sulit untuk dipisahkan. Hampir semua lini kehidupan manusia dipermudah dengan bantuan teknologi. Inovasi dibidang teknologi pun dilakukan berbagai pelaku usaha agar produknya semakin diminati masyarakat dan dapat digunakan secara berkelanjutan, salah satunya adalah inovasi dalam transaksi keuangan yang dilakukan pelaku perbankan dengan mengembangkan *financial technology* (*fintech*). Aktivitas manusia yang semakin padat membuat industri perbankan melirik teknologi sebagai inovasi yang menguntungkan baik bagi perbankan sendiri maupun masyarakat yang dapat melakukan transaksi keuangan dengan cepat dimana saja dan kapan saja.

Teknologi transaksi keuangan atau *financial technology* (*fintech*) menurut Chishti dan Barberis (2016) adalah inovasi transaksi keuangan dengan memanfaatkan teknologi. Perkembangan *fintech* dimulai pada tahun 1950 dengan diciptakannya sistem terkomputerisasi dan otomasi transaksi. Anjungan tunai mandiri (ATM) adalah salah satu produk *fintech* yang hingga kini umum digunakan masyarakat luas. Saat ini digitalisasi sistem merupakan inovasi lanjutan dalam pengembangan *fintech* (Chishti dan Barberis, 2016). Definisi lain mengenai *fintech* menurut Ginting (2017) adalah pemanfaatan teknologi informasi dalam dunia perbankan untuk melayani nasabah dengan menyediakan layanan digital. Secara industri Bank Indonesia (2016) mendefinisikan *fintech* sebagai hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. Digitalisasi transaksi keuangan mengubah model transaksi dari model transaksi bertatap-muka dan membawa sejumlah uang fisik menjadi model transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam cepat (Bank Indonesia, 2016). Penyedia layanan *fintech* secara umum di dunia maupun di Indonesia adalah bank konvensional baik yang

dikelola negara atau privat, lembaga keuangan syariah, *peer to peer lending*, layanan dompet digital (*electronic wallet*) hingga media sosial.

Kehadiran *fintech* dalam industri perbankan memiliki dampak pada berubahnya perilaku konsumen dalam melakukan transaksi. Dunia perbankan harus melakukan penyesuaian dengan cepat agar unggul dalam bersaing dan nasabah tetap tertarik serta loyal menggunakan jasa perbankan yang ditawarkan. Menurut Stewart dan Jürjens (2018) penyesuaian yang harus dilakukan oleh industri perbankan dalam memanfaatkan teknologi sebagai cara baru bertransaksi adalah keamanan dan kenyamanan transaksi. Alasan utama mengapa dua faktor tersebut penting adalah karena dalam transformasi transaksi keuangan, nasabah hanya akan dihadapkan oleh sistem yang bekerja secara terkomputerisasi dan komunikasi dengan manusia menjadi sangat minim (Stewart dan Jürjens, 2018). 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) dalam Bendi dan Andayani (2013) yaitu niat untuk melakukan perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku menggunakan (*use behavior*).

Perubahan pola transaksi dari konvensional ke digital tentu membutuhkan adaptasi oleh para nasabah. Ada nasabah yang memang menolak, ada pula yang menerima. Penerimaan nasabah terhadap perubahan transaksi menjadi digital ada yang dilakukan dengan senang hati, ada pula yang menerima dengan terpaksa, yang terkadang membuat inovasi pada sebuah teknologi tidak berkelanjutan baik untuk dikembangkan atau digunakan. Menurut Green dan Pearson (2011) faktor terpenting dari penggunaan teknologi adalah teknologi sebagai bagian dari inovasi dapat diterima oleh penggunanya, setelah itu pengguna teknologi dapat menilai inovasi yang diterimanya dapat bermanfaat bagi aktivitasnya atau tidak bermanfaat. Analisis Siswanto, Shofiati, dan Hartini (2018) menyatakan sebuah teknologi dapat dikatakan membantu ketika penggunanya dapat memanfaatkan kehadiran teknologi dengan baik dan menerima teknologi sebagai alat atau cara untuk membantu kehidupan manusia. Pada kasus pengembangan teknologi dalam

dunia perbankan, permasalahan terbesar yang membuat pengguna relatif membutuhkan waktu lebih lama menerima inovasi transaksi keuangan adalah faktor kepercayaan (Puriwat dan Tripopsakul, 2017).

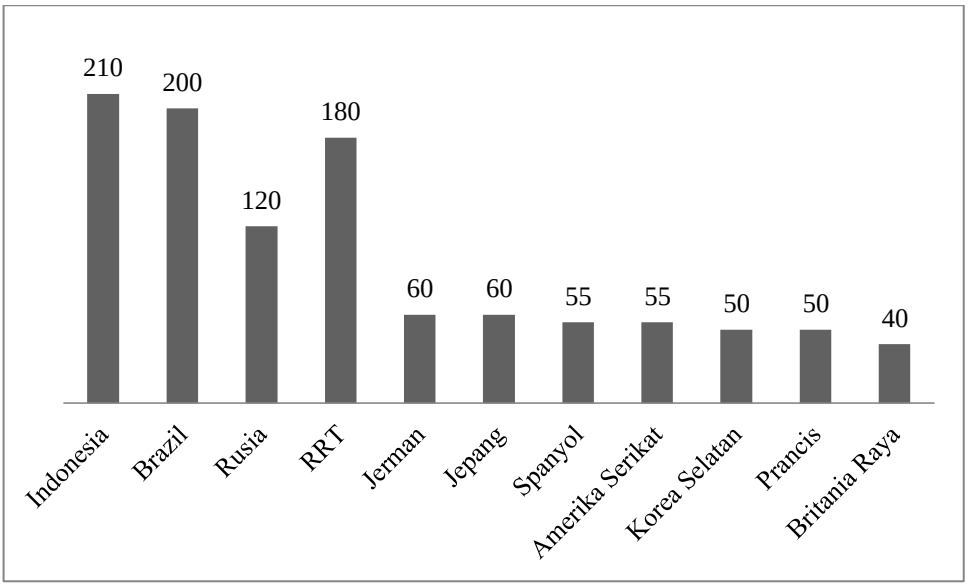
Kasus yang hampir sama juga terjadi bagi pengguna *fintech* di Indonesia. Menurut penelitian Pertiwi dan Dodik Ariyanto (2017) terdapat empat faktor yang menjelaskan mengapa pengguna *fintech* di Indonesia sering menolak menggunakan inovasi transaksi keuangan yaitu faktor demografi yang beragam dan majemuk, faktor kepercayaan dalam bertransaksi, teknologi sulit dimengerti dan terlalu mudah untuk digunakan sehingga pengguna takut tertipu. Dukungan lingkungan sekitar dan latar belakang pendidikan mempengaruhi seseorang untuk percaya dan mau menerima *fintech* sebagai inovasi yang membantu aktivitas transaksi keuangan manusia (Hadi dan Novi, 2015).

Pada penelitian mengenai penerimaan dan pemanfaatan teknologi lainnya, menurut Roy dan Roy (2017) faktor terpenting penerimaan dan pemanfaatan *fintech* adalah aksesibilitas terhadap internet yang stabil. Akses internet menjadi masukan bagi penggunaan *fintech* untuk berbagai gawai. Roy dan Roy (2017) mencontohkan daerah yang akses internetnya relatif tidak stabil di India, masyarakatnya cenderung menolak menggunakan *fintech* dan memilih untuk tetap menggunakan transaksi konvensional seperti datang ke bank atau transaksi menggunakan anjungan tunai mandiri (ATM). Penelitian Liu (2012) menyimpulkan bahwa dua permasalahan penerimaan dan pemanfaatan teknologi di Asia khususnya negara berkembang adalah penggunaan gawai pintar yang belum optimal. Pengguna lebih aktif menggunakan gawai pintar untuk sarana komunikasi dengan pesan instan dan jejaring sosial media (Liu, 2012). Permasalahan kedua penerimaan dan pemanfaatan teknologi di Asia adalah aplikasi *internet banking* dan *mobile banking* yang dirilis industri perbankan tidak memenuhi kriteria mampupakai (*usability*) yang mana pengguna *fintech* merasa menggunakan teknologi perbankan tidak efektif dan efisien (Liu, 2012).

Lima tahun terakhir yang dimulai pada tahun 2013 menjadi awal perkembangan *fintech* di Indonesia. Sejak saat itu industri perbankan dan keuangan nasional berlomba-lomba untuk melakukan transformasi dengan memanfaatkan *fintech* sebagai cara baru melakukan transaksi. Tantangan industri,

mengharapkan keuntungan yang tinggi dan mencari pasar potensial baru adalah tiga faktor utama yang memotivasi industri perbankan dan lembaga keuangan nasional untuk mengembangkan *fintech* berbasis aplikasi *mobile* atau *mobile banking apps*.

Aplikasi *mobile banking* hingga saat ini merupakan cara yang efektif untuk mendukung transaksi keuangan di era digital, karena *mobile banking* adalah salah satu bentuk inovasi dan transformasi transaksi yang diakomodasi oleh *fintech*. Inovasi yang dilakukan perbankan nasional dengan memberikan fasilitas *mobile banking* kepada para nasabah dengan menggunakan ponsel pintar dilandasi dengan penetrasi jumlah pengguna ponsel pintar di Indonesia yang tumbuh sangat tinggi di Indonesia. Berdasarkan laporan tahunan App Annie sebuah lembaga survei yang memetakan pertumbuhan ekonomi digital di Asia Pasifik pada 2017, jumlah pengguna ponsel pintar di Indonesia mencapai 54 juta pengguna (App Annie Consulting, 2018). Pengguna ponsel pintar di Indonesia tercatat sebagai pengguna paling aktif di dunia dengan rata-rata pemakaian ponsel pintar 250 menit per hari (App Annie Consulting, 2018).



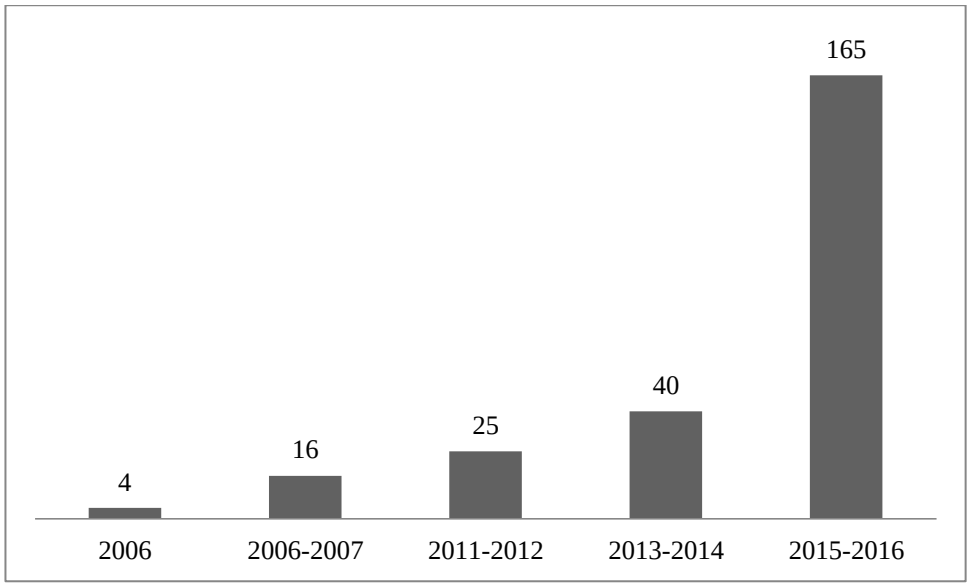
Sumber : App Annie Consulting (2018)

GAMBAR 1.1
DATA TINGKAT KEBERHASILAN ADOPSI APLIKASI *FINTECH*

Data App Annie pada Gambar 1.1 menampilkan grafik tingkat pertumbuhan adopsi aplikasi transaksi keuangan, yang menunjukkan Indonesia

berada di peringkat pertama dengan persentase tingkat pertumbuhan adopsi aplikasi transaksi keuangan mencapai 210%. Simpulan dari grafik tersebut adalah bahwa tingkat pertumbuhan adopsi aplikasi transaksi keuangan seperti SMS *banking*, *phone banking*, *internet banking* dan *mobile banking* paling tinggi bahkan dibandingkan negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Britania dan Jepang.

Adopsi teknologi menurut Soegaard (2015) adalah kemampuan pengguna teknologi untuk menerima kehadiran teknologi yang dilandasi persepsi kemanfaatan dan kemudahan dalam menggunakan teknologi. Adopsi pada konsep bauran promosi dalam pemasaran dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2016) merupakan bagian dari model hierarki tanggapan konsumen. Adopsi berada pada model inovasi-adopsi yang pada tingkat kognitif akan menimbulkan kesadaran konsumen terhadap sebuah kebutuhan, dan meningkat tingkat afektif yang mana konsumen mulai tertarik menggunakan dan mengevaluasi penggunaan produk, serta tingkat perilaku yang menjadi keputusan konsumen untuk mengadopsi teknologi ataupun tidak.



Sumber : SPI Otoritas Jasa Keuangan (2018)

GAMBAR 1.2
DATA PERTUMBUHAN PERUSAHAAN *FINTECH* DI INDONESIA

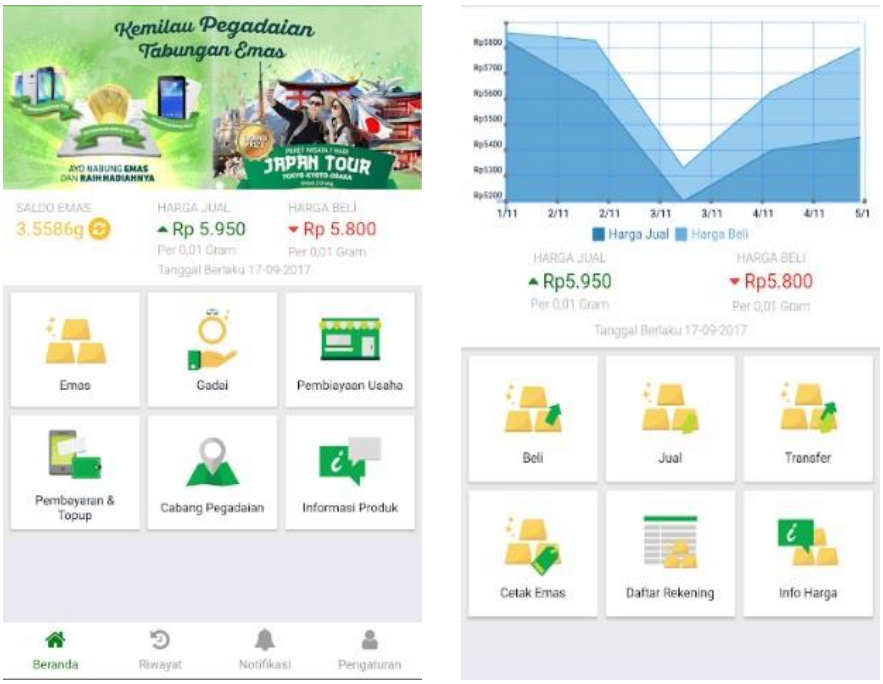
Data Statistik Perbankan Indonesia (SPI) pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa jumlah pengguna *electronic banking* pada tahun 2017 meningkat 270%

menjadi 50,4 juta nasabah dibandingkan tahun 2012 yang mana tahun pertama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mulai memetakan jumlah pengguna *e*-banking (SPI Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Sedangkan data pada rentang tahun yang sama juga menunjukkan frekuensi transaksi *e*-banking meningkat 169% menjadi 405,4 juta transaksi pada 2017 (SPI Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Alasan utama mengapa terjadi peningkatan aktivitas transaksi *electronic banking* di Indonesia, karena sejak sepuluh tahun terakhir dimulai pada tahun 2006 menurut data Otoritas Jasa Keuangan dalam Nizar (2018) perusahaan teknologi keuangan tumbuh sangat pesat, bahkan pada tahun 2018 pertumbuhan perusahaan berbasis *fintech* mencapai 165%.

Salah satu lembaga keuangan yang sedang menjalankan inovasi pada transaksi keuangan adalah Pegadaian. PT. Pegadaian (Persero) adalah BUMN yang bergerak untuk menyalurkan dana kredit kepada masyarakat Indonesia. Pegadaian melihat adanya potensi pasar yang besar jika perusahaan melakukan inovasi bisnis dengan mengadopsi teknologi transaksi keuangan atau *financial technology* (*fintech*). Berdasarkan laporan tahun 2017, PT. Pegadaian (Persero) mencatatkan laba bersih sekitar Rp 2,5 Triliun dan berhasil melayani 9,5 juta nasabah, yang mana 68% dari total nasabah Pegadaian berasal dari usia produktif dengan rentang usia 25 hingga 45 tahun (Laporan Tahunan PT. Pegadaian (Persero), 2018).

Inovasi *fintech* yang dilakukan Pegadaian pada tahun 2017 untuk menjawab tantangan zaman dan nasabah adalah dengan meluncurkan aplikasi *mobile* Pegadaian Digital, yang diharapkan mampu mengoptimalisasi 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.

Alasan ini yang membuat pengembangan aplikasi Pegadaian Digital menarik untuk diteliti, salah satunya dari faktor adopsi teknologi. Gambar 1.3 merupakan tampilan menu dan fitur dalam aplikasi *mobile* Pegadaian Digital.

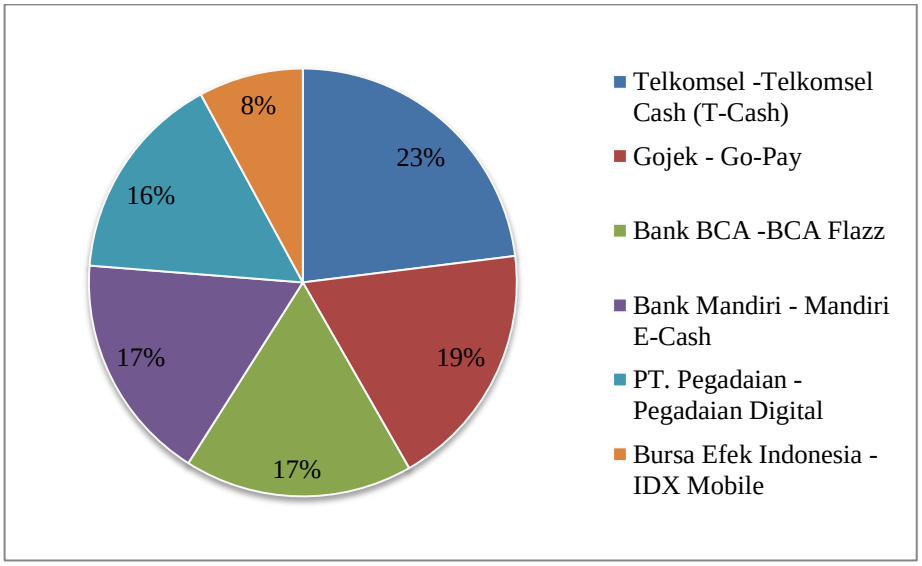


Sumber : Aplikasi *Mobile* Pegadaian Digital

GAMBAR 1.3
TAMPILAN MENU DAN FITUR APLIKASI *MOBILE* PEGADAIAN DIGITAL

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. Berdasarkan survei singkat yang dilakukan kepada 139 responden, dengan pertanyaan perusahaan yang dianggap sukses dalam melaksanakan transformasi dan inovasi transaksi keuangan dengan memanfaatkan *financial technology* (*fintech*). Hasil jawaban responden menunjukkan bahwa produk Pegadaian Digital dari PT. Pegadaian (Persero) dinilai cukup inovatif dan Pegadaian dinilai berhasil melakukan transformasi transaksi secara digital sebesar

16% seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.4 diagram persentase hasil penilaian responden.



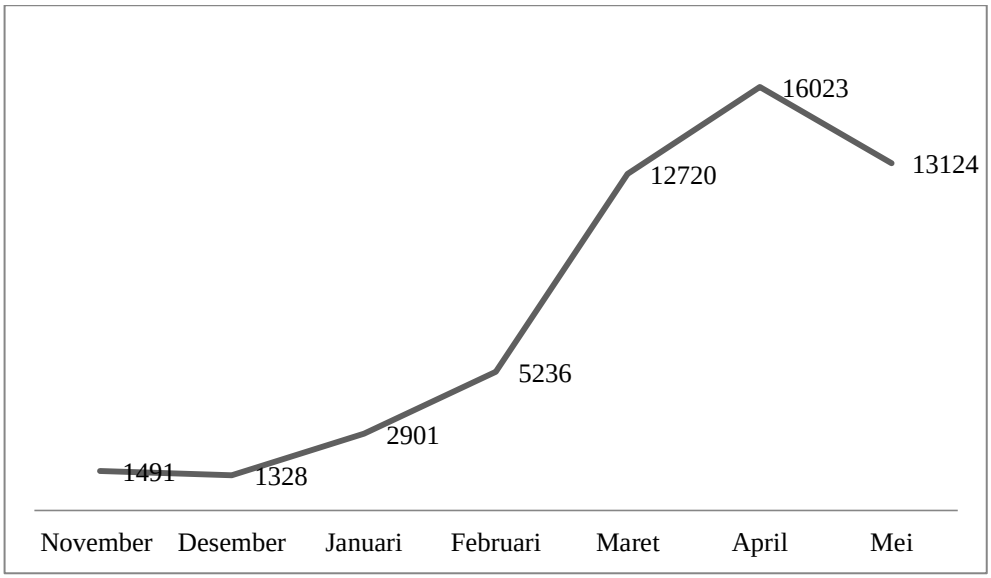
Sumber : Hasil Olah Data (2018)

GAMBAR 1.4
DIAGRAM TINGKAT KEBERHASILAN TRANSFORMASI TRANSAKSI MENGGUNAKAN *FINTECH*

Sejak aplikasi *mobile* Pegadaian Digital diluncurkan, berdasarkan data Divisi Teknologi Informasi PT. Pegadaian (Persero) yang ditampilkan pada Gambar 1.5 mengenai data pertumbuhan jumlah pengguna aktif aplikasi *mobile* Pegadaian Digital di Pulau Jawa dari Bulan November 2017 hingga Mei 2018, terdapat pengguna aktif sebanyak 52.823 nasabah atau 52,45% dari pengguna keseluruhan di Indonesia. Total pengguna aktif aplikasi seluruh Indonesia adalah sebanyak 84.576 nasabah dari 108.200 pengunduh aplikasi. Pulau Jawa merupakan pasar potensial tertinggi dan pengguna aktif terbanyak aplikasi *mobile* Pegadaian Digital.

Alasan menjadikan Pulau Jawa sebagai pasar potensial adalah karena jumlah pengguna aktif aplikasi Pegadaian Digital tertinggi mencapai setengah dari populasi pengguna aplikasi Pegadaian Digital di Indonesia. Selain itu, jumlah penduduk yang banyak, latarbelakang pendidikan dan pekerjaan yang baik serta Pulau Jawa adalah pusat bisnis dan kegiatan ekonomi di Indonesia. Arus

informasi yang baik juga menjadi penyebab pengguna aktif aplikasi Pegadaian Digital tumbuh tinggi sejak diluncurkan pada bulan November 2017.



Sumber : Divisi Teknologi Informasi PT. Pegadaian (Persero)

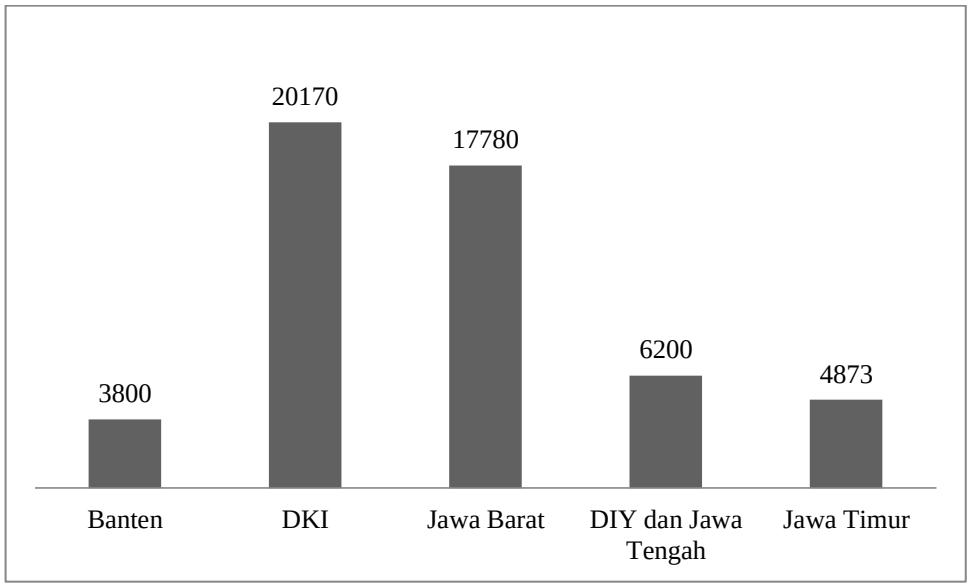
GAMBAR 1.5
GRAFIK PERTUMBUHAN PENGGUNA AKTIF APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL

Pasar potensial berdasarkan data Divisi Teknologi Informasi PT. Pegadaian (Persero) dari enam provinsi yang berada di Pulau Jawa hingga Bulan Mei 2018 masih berada di Provinsi DKI Jakarta sebanyak 20.170 nasabah dan Jawa Barat sebanyak 17.780 nasabah.

Khusus untuk Jawa Barat terdapat keunikan tersendiri. Provinsi Jawa Barat adalah salah satu pasar potensial dan memiliki jumlah penduduk terbanyak serta wilayah yang terluas di Pulau Jawa. Tingkat pertumbuhan UMKM di Jawa Barat adalah salah satu tertinggi di tingkat nasional. Data Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat (2018) menunjukkan terdapat 4,6 juta UMKM aktif dan berkembang di Jawa Barat dan 19 persen diantaranya berbasis teknologi dengan permasalahan utama adalah strategi pemasaran dan pemodalan. Sebagai pasar yang potensial Pegadaian dapat memberikan solusi permasalahan pelaku UMKM dengan penggunaan dan pemanfaatan aplikasi Pegadaian Digital.

Kehadiran aplikasi *mobile* Pegadaian Digital di Jawa Barat diharapkan mampu meningkatkan aktivitas bisnis UMKM. Jawa Barat memiliki keunggulan karena banyaknya sektor produktif pada bidang manufaktur, jasa, perikanan, kelautan, pertanian, perkebunan dan peternakan, jika dibandingkan dengan DKI

Jakarta. Gambar 1.6 menunjukkan perbandingan pengguna aktif aplikasi *mobile* Pegadaian Digital di Pulau Jawa, yang mana Jawa Barat menempati posisi kedua pengguna aktif terbanyak di Pulau Jawa.



Sumber : Divisi Teknologi Informasi PT. Pegadaian (Persero)

GAMBAR 1.6
DATA PERBANDINGAN PENGGUNA AKTIF APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL DI PULAU JAWA

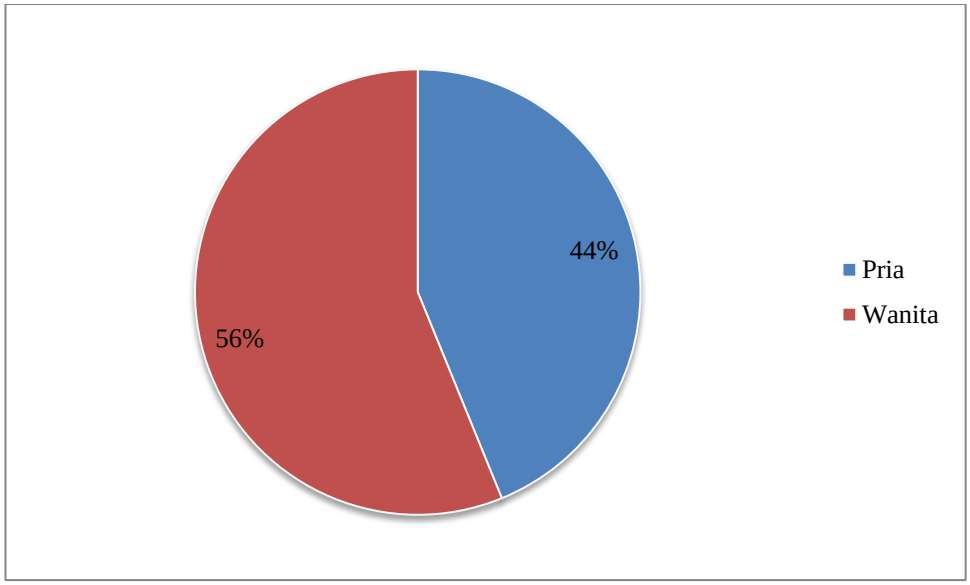
Perubahan perilaku transaksi nasabah yang semula harus mengurus berbagai transaksi keuangan secara konvensional menjadi digital merupakan tantangan baru bagi industri perbankan dan keuangan di Indonesia, begitu pula dengan Pegadaian. Salah satu tantangan bagi Pegadaian adalah agar aplikasi *mobile* Pegadaian Digital dapat diterima dan digunakan dengan baik oleh para nasabah. Pegadaian mengharapkan teknologi aplikasi *mobile* Pegadaian Digital dapat menjadi inovasi yang berkelanjutan yang akan menarik minat nasabah sehingga dapat digunakan secara terus menerus dan menjadi kebiasaan nasabah untuk bertransaksi menggunakan aplikasi *mobile* Pegadaian Digital.

Sebuah langkah untuk menggali informasi apa saja faktor-faktor yang membuat nasabah PT. Pegadaian (Persero) berminat untuk menerima dan memanfaatkan aplikasi *mobile* Pegadaian Digital dapat digunakan teori penerimaan teknologi, salah satunya *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* yang disingkat UTAUT. Metode UTAUT adalah teori yang

dikembangkan Venkatesh pada tahun 2003 yang merupakan hasil pengembangan model penerimaan teknologi sebelumnya. Menurut Kang (2014) keunggulan dari metode UTAUT dibandingkan metode lainnya adalah UTAUT memetakan pula demografi pengguna teknologi dan bukan hanya berpusat pada penerimaan teknologi tetapi juga pemanfaatan teknologi yang memiliki tujuan positif bagi penggunanya.

Terdapat dua tipe UTAUT yang dikembangkan Venkatesh, yaitu UTAUT dan UTAUT 2. Menurut Venkatesh, Thong, dan Xu (2016) perbedaan antara kedua metode analisis untuk mengetahui model penerimaan dan pemanfaatan teknologi terdapat pada variabel dan variabel yang memoderasi. Model UTAUT terdiri dari variabel *performance expectancy, effort expectancy, social influence* dan *facilitating condition*. Sedangkan variabel yang memoderasi adalah *gender, age, experience* dan *voluntariness of use*. Model UTAUT 2 memiliki lebih banyak variabel dibandingkan model UTAUT. Variabel yang menyusun model UTAUT 2 adalah variabel *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic, price value* dan *habit*. Berbeda dengan UTAUT, variabel yang memoderasi pada UTAUT 2 hanya tidak menyertakan variabel *voluntariness of use*. Variabel yang memoderasi pada model UTAUT 2 adalah *gender, age,* dan *experience*.

Pada penelitian yang akan menganalisis faktor penerimaan dan pemanfaatan pada aplikasi *mobile* Pegadaian Digital, untuk menentukan tipe UTAUT mana yang akan dipilih, dilakukan dengan cara survei singkat yang disebarkan kepada pengguna aplikasi Pegadaian Digital. Hal ini bertujuan untuk memudahkan penentuan variabel yang digunakan dalam penelitian, sehingga menghasilkan kesimpulan penelitian yang objektif. Selama enambelas hari penyebaran kuesioner baik secara langsung mendatangi pengguna aplikasi dan tidak langsung yaitu secara daring menggunakan aplikasi Google Form berhasil mengumpulkan 73 jawaban dari responden. Profil responden yang mengisi kuesioner awal penentuan variabel penelitian terdiri dari 32 pria dan 41 wanita. Gambar 1.7 merupakan diagram persentase jenis kelamin responden dengan wanita memiliki kontribusi tertinggi sebesar 44% dalam pengisian kuesioner survei awal.

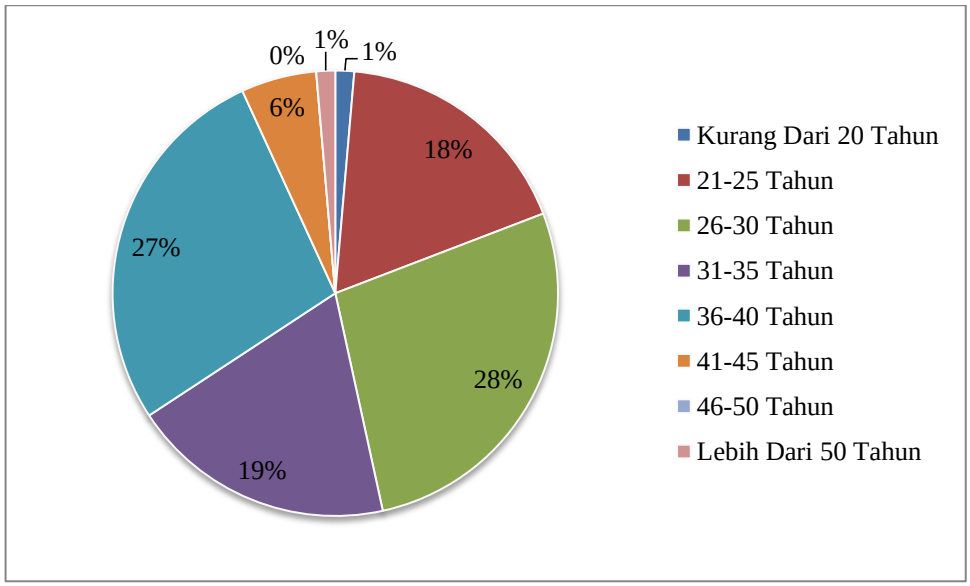


Sumber : Hasil Olah Data (2018)

GAMBAR 1.7
DIAGRAM JENIS KELAMIN RESPONDEN

Usia responden yang mengisi kuesioner awal paling banyak berada pada rentang 26 hingga 30 tahun dan 36 hingga 40 tahun. Profil usia responden yang mengisi kuesioner penentuan variabel penelitian, dapat dikatakan menggambarkan ceruk pasar yang dituju oleh Pegadaian yaitu nasabah yang dalam rentang usia produktif dan secara aktif menggunakan gawai canggih yang salah satunya adalah ponsel pintar. Usia potensial 21 hingga 25 tahun juga turut menjadi bagian dari pengisi kuesioner awal ini. Rentang usia tersebut merupakan ceruk pasar yang saat ini mulai dilirik oleh Pegadaian dengan mengadakan sosialisasi dan program khusus pembinaan dengan cara jemput bola ke perguruan tinggi agar para mahasiswa yang berada pada rentang usia 21-25 tahun aktif menggunakan aplikasi *mobile* Pegadaian Digital khususnya untuk program menabung emas. Secara umum profil usia responden adalah generasi milenial yang saat ini memiliki pengaruh besar terhadap pemanfaatan sistem dan teknologi informasi. Kelompok usia 20 hingga 40 tahun dipandang sebagai generasi yang cepat tanggap dengan kehadiran teknologi, salah satunya kehadiran *fintech*. Kelompok generasi milenial diharapkan mampu mengadopsi aplikasi Pegadaian Digital dengan cepat dan tepat, sehingga *fintech* yang dikembangkan Pegadaian memiliki

tingkat keberlanjutan yang panjang dan tinggi. Gambar 1.8 menunjukkan diagram profil usia responden pengguna aplikasi Pegadaian Digital.



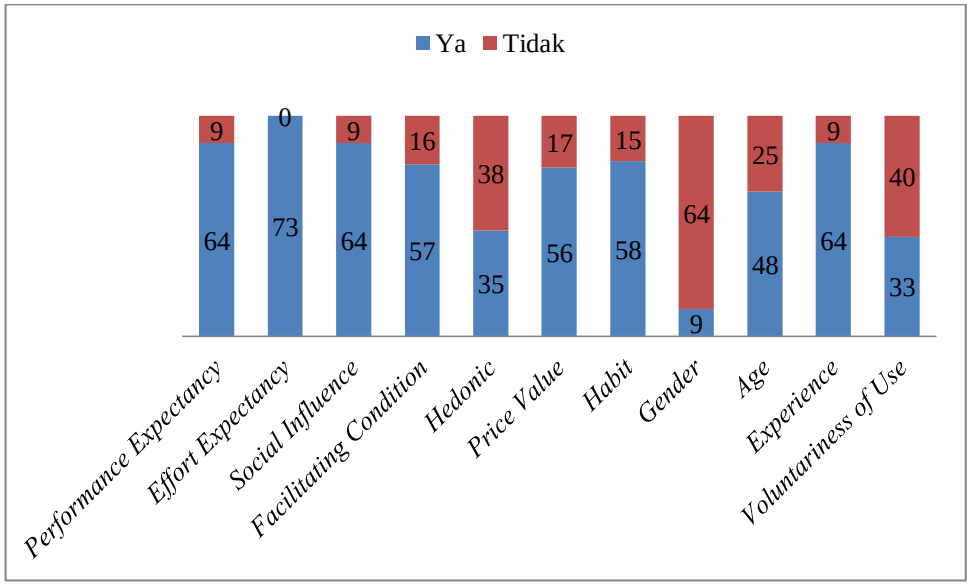
Sumber : Hasil Olah Data (2018)

GAMBAR 1.8
DIAGRAM PROFIL USIA RESPONDEN

Para responden diberikan sebelas pertanyaan mengenai semua variabel UTAUT dan variabel yang memoderasi seperti *age*, *gender*, *experience* dan *voluntariness of use*. Pertanyaan yang diajukan adalah "Apakah faktor (jenis variabel UTAUT atau variabel yang memoderasi) mempengaruhi Anda beralih menggunakan aplikasi *mobile* Pegadaian Digital dalam bertransaksi ?". Responden akan dihadapkan pada dua pilihan jawaban yaitu Ya, untuk jawaban jika responden merasa dipengaruhi oleh variabel tersebut. Sebaliknya pilihan Tidak, untuk jawaban responden merasa tidak dipengaruhi variabel yang ditanyakan dalam keputusannya menggunakan aplikasi Pegadaian Digital untuk melakukan transaksi.

Hasil survei menunjukkan bahwa variabel *Performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *price value*, *habit*, *age* dan *experience* merupakan faktor yang menjadi alasan dan mempengaruhi nasabah untuk menggunakan aplikasi Pegadaian Digital. Sedangkan variabel *hedonic*, *gender* dan *voluntariness of use* dianggap tidak menjadi alasan mendasar nasabah menggunakan aplikasi Pegadaian Digital untuk melakukan transaksi. Alasan meniadakan variabel *hedonic* dan faktor *gender* menjadi sangat beralasan jika

digabungkan dengan tujuan pengembangan aplikasi Pegadaian Digital yang mengakomodasi kebutuhan transaksi bagi semua orang dan tujuannya untuk memenuhi kebutuhan keuangan, bukan untuk memenuhi kesenangan atau hobi. Gambar 1.9 menyajikan hasil jawaban responden yang selanjutnya akan menjadi salah satu pertimbangan untuk menentukan variabel penelitian mengenai penerimaan dan pemanfaatan teknologi aplikasi *mobile* Pegadaian Digital oleh nasabah Pegadaian.



Sumber : Hasil Olah Data (2018)

GAMBAR 1.9
DATA JAWABAN RESPONDEN

Pertimbangan lain yang digunakan untuk penentuan variabel penelitian adalah wawancara yang dilakukan dengan pihak Kantor Wilayah X PT. Pegadaian (Persero) Jawa Barat dan Kantor Pusat PT. Pegadaian (Persero) yang masing-masing diwakili oleh Kepala Hubungan Masyarakat. Kesimpulan yang didapatkan adalah aplikasi Pegadaian Digital adalah teknologi informasi sebagai bentuk inovasi dan transformasi Pegadaian yang ingin menyasar ceruk pasar baru, yaitu kalangan menengah dan menengah atas berusia produktif serta memiliki pendidikan tinggi. Aplikasi berbasis *fintech* ini dengan perlahan mengubah pola transaksi secara konvensional yang dilakukan pada kantor-kantor wilayah Pegadaian, menjadi transaksi secara daring dan digital yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Namun, pemanfaatan *fintech* oleh Pegadaian pada

dasarnya agar para nasabah mendapatkan kemudahan transaksi, dan bukan mengubah atau memperpendek proses birokrasi di Pegadaian untuk menilai kelayakan pinjaman seorang nasabah. Perancangan aplikasi *mobile* Pegadaian Digital dapat disimpulkan, dikembangkan untuk tetap mengikuti peraturan transaksi keuangan yang berlaku di Indonesia.

Masukan dari pihak Pegadaian menjadi dasar untuk menilai bahwa tidak semua variabel yang dianggap penting oleh responden akan langsung dipilih menjadi variabel penelitian. Kesimpulan wawancara dengan Humas Pegadaian pun diperkuat dengan melakukan identifikasi terhadap aplikasi Pegadaian Digital yang mana nasabah pengguna aplikasi tidak dibebankan biaya unduh, karena aplikasi dapat diunduh secara gratis pada semua jenis gawai. Pertimbangan lain yang memperkuat pemilihan variabel adalah pengguna aplikasi tidak dikenakan biaya administrasi saat mendaftar sebagai pengguna aplikasi Pegadaian Digital. Hasil identifikasi tersebut menjadi keputusan bahwa variabel *price value* tidak relevan untuk diikutsertakan dalam penelitian ini, karena menurut Venkatesh et al (2016) yang menyatakan bahwa *price value* adalah faktor biaya yang dibebankan dan dikeluarkan pengguna saat menggunakan teknologi. Alasan mengeliminasi variabel *price value* diperkuat dengan hasil penelitian Shaw dan Sergueeva (2019) yang menyatakan bahwa *price value* tidak signifikan pengaruhnya jika belum mampu mengganti keseluruhan sistem yang ada. Oleh karena itu, hanya ada lima variabel UTAUT yang akan manjadi variabel yang diteliti. Kelima variabel yang diteliti adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition* dan *habit*, dengan variabel yang memoderasi adalah *age* serta *experience*. Lima variabel UTAUT yang diteliti dan dua variabel yang memoderasi masuk dalam tipe UTAUT 2.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan, maka penelitian dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menerima dan memanfaatkan teknologi aplikasi *mobile* Pegadaian Digital untuk bertransaksi. Hasil penelitian juga dapat digunakan untuk melihat tingkat keberhasilan penggunaan aplikasi *mobile* Pegadaian Digital, sehingga kedepannya dapat berfungsi lebih optimal. Judul penelitian yang akan menganalisis pengaruh konstruk UTAUT 2 terhadap *behavioral intention* yang

berdampak pada *use behavior* adalah : **"Analisis *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* 2 (UTAUT 2) Pada Aplikasi *Mobile* Pegadaian Digital (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Pegadaian (Persero) di Wilayah Jawa Barat)"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah telah disusun, maka dirancanglah sebuah rumusan masalah sebagai cara untuh memecahkan permasalahan. Rumusan masalah yang disusun adalah :

1. Bagaimana gambaran penerimaan dan pemanfaatan teknologi nasabah pengguna aplikasi *mobile* Pegadaian Digital ?
2. Apakah terdapat pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions* dan *habit* terhadap *behavioral intention* ?
3. Apakah terdapat pengaruh *facilitating conditions, habit* dan *behavioral intention* terhadap *use behavior* ?
4. Apakah terdapat pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions* dan *habit* terhadap *behavioral intention* yang dimoderasi oleh usia (*age*) ?
5. Apakah terdapat pengaruh *facilitating conditions* dan *habit* terhadap *use behavior* yang dimoderasi oleh usia (*age*) ?
6. Apakah terdapat pengaruh *effort expectancy, social influence, facilitating conditions* dan *habit* terhadap *behavioral intention* yang dimoderasi oleh pengalaman (*experience)* ?
7. Apakah terdapat pengaruh *facilitating conditions, habit* dan *behavioral intention* terhadap *use behavior* yang dimoderasi oleh pengalaman (*experience)* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan menjadi hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui gambaran penerimaan dan pemanfaatan teknologi nasabah pengguna aplikasi *mobile* Pegadaian Digital.
2. Mengetahui pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions* dan *habit* terhadap *behavioral intention*.
3. Mengetahui pengaruh *facilitating conditions, habit* dan *behavioral intention* terhadap *use behavior*.
4. Mengetahui pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions* dan *habit* terhadap *behavioral intention* yang dimoderasi oleh usia (*age*).
5. Mengetahui pengaruh *facilitating conditions* dan *habit* terhadap *use behavior* yang dimoderasi oleh usia (*age*).
6. Mengetahui pengaruh *effort expectancy, social influence, facilitating conditions,* dan *habit* terhadap *behavioral intention* yang dimoderasi oleh pengalaman (*experience).*
7. Mengetahui pengaruh *facilitating conditions, habit* dan *behavioral intention* terhadap *use behavior* yang dimoderasi oleh pengalaman (*experience).*

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan secara akademik maupun implementasinya. Berikut adalah harapan yang dihasilkan dari penelitian ini :

1. Secara akademik penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya dalam inovasi teknologi. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi rujukan penelitian selanjutnya khususnya dalam pemanfaatan *fintech*.
2. Secara praktik dalam implementasinya, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran kepada PT. Pegadaian (Persero) atau lembaga keuangan sejenisnya yang sedang mengembangkan *fintech*, agar inovasi yang dirancang dapat diterima dan dimanfaatkan dengan baik oleh para nasabah.

1.5 Struktur Organisasi Tesis

Bab I merupakan langkah awal penelitian, yang terdiri dari latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Bab II merupakan teori dasar dalam proses yang akan dilakukan dalam penelitian. Teori dasar dalam landasan teori adalah hasil studi literatur mengenai konsep-konsep *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT 2) dan variabel-variabel yang dipengaruhi serta memoderasi.

Bab III merupakan alur penelitian dari mulai pendekatan penelitian yang diterapkan, instrumen yang digunakan, tahapan pengumpulan data dan pengujian validitas serta reliabilitas data. Hasil pengolahan data pada Bab III akan menjadi masukan bagi Bab IV yang menyajikan dua hal utama, yaitu temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Sebagai penutup Bab V berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.