

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1.1 Logo PT Pegadaian

*Sumber : Laman resmi PT Pegadaian*

Salah satu perusahaan nasional terkemuka di industri perbankan adalah PT Pegadaian, yang juga dikenal sebagai Perseroan Terbatas Pegadaian, dengan layanan utamanya adalah gadai barang. (Pegadaian, 2024) Pegadaian dibentuk ketika Belanda kembali masuk ke Indonesia. Pegadaian dibentuk karena terdapat penyelewengan terhadap praktik gadai di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah melakukan beberapa kajian, yang kemudian menerbitkan *Staatsblad* No.131 Tanggal 12 Maret 1901, yang menyatakan bisnis gadai di Hindia Belanda dimonopoli oleh pemerintah. Berdasarkan hal tersebut, pada 1 April 1901 terbentuklah Pegadaian pertama yang bertempat di Sukabumi, Jawa Barat. Lalu, pada tahun 1905 pemerintah membentuk lembaga resmi “Jawatan Pegadaian” untuk mengelola semua Pegadaian yang telah didirikan. Seiring berjalannya waktu Pegadaian berubah dari Jawatan, PN (Perusahaan Negara), PERJAN (Perusahaan Jawatan), PERUM (Perusahaan Umum), PERSERO hingga terakhir menjadi PT (Perseroan Terbatas).

PT Pegadaian kini telah bertransformasi sangat pesat, yang pada awalnya hanya bergerak dalam bidang gadai, kini PT Pegadaian dapat menjadi tempat investasi dan juga layanan keuangan lainnya. Melalui Peraturan Pemerintah (PP) No. 73 Tahun 2021, PT Pegadaian resmi menjadi bagian dari Bank Rakyat

Indonesia Grup bersama dengan PNM (Permodalan Nasional Madani), dalam usaha untuk membentuk *holding* yang bergerak pada bidang ultra mikro. Saat ini, Pegadaian memiliki total aset sebesar 83 triliun Rupiah yang berupa bangunan berserta fasilitasnya, dan lain-lain. Selain aset, Pegadaian juga telah memberikan kredit kepada 24,4 juta nasabah dengan total nilai kredit sebesar 67,6 triliun Rupiah (Pegadaian, 2024).

Pegadaian memiliki 12 unit kantor wilayah yaitu wilayah Medan, Pekanbaru, Palembang, Balikpapan, Manado, Makassar, Denpasar, Jakarta I, Jakarta II, Bandung, Semarang dan Surabaya. Selain, 12 unit kantor wilayah Pegadaian juga memiliki 642 unit kantor cabang yang membawahi 3.444 unit cabang pembantu yang tersebar di 38 provinsi di seluruh Indonesia pada wilayah Jawa Timur, Pegadaian memiliki satu kantor wilayah yang berada di jalan Dinoyo. Kantor wilayah ini membawahi puluhan kantor cabang dan ratusan unit cabang pembantu yang tersebar di wilayah Jawa Timur. Untuk wilayah Surabaya, terdapat dua kantor area yaitu kantor area Surabaya satu dan kantor area Surabaya dua. Pada kantor area Surabaya satu, terdapat cabang Benteng yang berada pada wilayah Surabaya Utara. Cabang ini memiliki sepuluh unit cabang pembantu yaitu UPC Wonokusumo, UPC Wonosari Lor, UPC Bulak Banteng, UPC Sidorame, UPC Teluk Aru, UPC Pasar PPI, UPC Demak, UPC Pacuan Kuda, UPC Dupak Rukun dan *Co-Location* Simo. Cabang Benteng saat ini memiliki kurang lebih sepuluh ribu nasabah dari berbagai jenis transaksi.

Tujuan Pegadaian adalah menjadi perusahaan keuangan paling bernilai di Indonesia dan kekuatan utama di balik inklusi keuangan masyarakat. Di sisi lain, misi Pegadaian adalah memaksimalkan manfaat dan keuntungan bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis, meningkatkan layanan UMKM melalui kolaborasi dengan Ultra Mikro untuk meningkatkan proposal dari pemangku kepentingan dan nilai, serta memberikan layanan prima dengan fokus pada masyarakat lokal melalui: proses bisnis yang lebih tangguh dan digital; teknologi informasi yang mutakhir dan andal; praktik manajemen risiko yang kokoh; dan SDM yang profesional dan memiliki kebiasaan kerja yang baik (Pegadaian, 2024).

Sesuai dengan visi dan misinya, Pegadaian memiliki banyak sekali produk layanan, mulai dari layanan gadai hingga investasi. Adapun layanan yang Pegadaian miliki dibagi menjadi empat, yaitu pinjaman gadai, pinjaman non gadai, layanan jasa, dan korporasi. Saat ini, Pegadaian sudah memiliki banyak sekali produk maupun layanan. Dari puluhan layanan yang dimiliki, terdapat lima belas produk dan layanan yang menjadi favorit atau diminati oleh nasabah. Dilansir dari *website* resmi Pegadaian, berikut adalah layanan yang dimiliki oleh Pegadaian (Pegadaian, 2024):

1. Gadai Angsuran Emas

Kredit dengan sistem gadai menggunakan emas sebagai jaminan, bisa batangan atau perhiasan, dengan cicilan bulanan untuk segala kebutuhan.

2. Pegadaian Gadai Emas

Pinjaman dengan jaminan emas atau berlian, cocok untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif.

3. Gadai Tabungan Emas

Fasilitas gadai menggunakan saldo tabungan emas nasabah sebagai jaminan.

4. Gadai Non Emas

Pinjaman dengan agunan berupa barang elektronik atau sejenisnya, untuk berbagai keperluan.

5. Gadai Kendaraan

Kredit berbasis gadai dengan kendaraan bermotor sebagai jaminan, baik roda dua maupun roda empat.

6. Pembiayaan Haji Syariah

Dana pembiayaan haji melalui sistem syariah, menggunakan emas atau tabungan emas sebagai agunan.

7. Pembiayaan Wisata Religi Syariah

Pinjaman untuk perjalanan umrah dengan skema cicilan berdasarkan prinsip Islam dan agunan emas.

8. Cicil Emas Arisan

Skema cicilan pembelian emas batangan secara berkelompok (arisan)

dengan harga tetap.

9. Cicil EmasKu

Pembiayaan pembelian emas batangan untuk masyarakat luas, dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

10. Cicil Emas

Program cicilan pembelian emas batangan sebagai investasi aman untuk rencana jangka panjang.

11. Tabungan Emas Pegadaian

Layanan penitipan emas yang memungkinkan nasabah menabung emas secara praktis dan aman.

12. Pinjaman Usaha

Modal usaha dengan agunan BPKB kendaraan, proses cepat dan terjangkau.

13. Pinjaman Serbaguna

Kredit multiguna bagi siapa saja, agunan berupa BPKB kendaraan untuk keperluan konsumtif atau usaha.

14. Cicil Kendaraan Syariah

Pembiayaan pembelian kendaraan (baru atau bekas) berbasis syariah, ditujukan untuk pengusaha kecil, karyawan, dan profesional.

15. Jasa Pembayaran Online

Fasilitas pembayaran tagihan bulanan, pembelian pulsa, tiket, premi BPJS, dan lainnya secara online.

Berkembangannya teknologi mendorong PT Pegadaian untuk berinovasi dan bertransformasi secara digital. Melihat adanya peluang, PT Pegadaian meluncurkan suatu layanan keuangan digital bernama *Pegadaian Digital Service* atau PDS pada tahun 2018, tepat ketika Ulang Tahun perusahaan yang ke 117 (Suherladi, 2018). Pegadaian Digital memiliki banyak sekali fitur yang dapat digunakan oleh nasabah, baik itu layanan gadai berbasis digital, tabungan emas, pembayaran cicilan, top-up, dan lain-lain. Saat ini, Pegadaian Digital masih terus dikembangkan dan diperbarui, agar dapat memenuhi semua kebutuhan konsumen terutama terkait dengan layanan gadai secara digital.

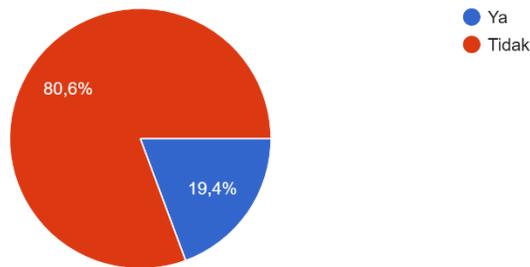
## **1.2 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini sangat pesat dan dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat. Perkembangan ini juga telah merubah cara manusia berinteraksi, bekerja, dan mengakses berbagai layanan. Salah satu sektor yang turut terpengaruh oleh perkembangan ini adalah sektor keuangan dan perbankan. Banyak institusi keuangan dan perbankan yang berlomba-lomba untuk menghadirkan layanan digital guna memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin modern dan melek teknologi. Hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada sektor keuangan dan perbankan tersebut adalah hadirnya Layanan Keuangan Digital atau LKD. Layanan Keuangan Digital (LKD) adalah jasa pembayaran dan/atau keuangan terbatas yang disediakan tanpa menggunakan kantor fisik. Pelaksanaannya memanfaatkan teknologi berbasis mobile dan web, serta melalui pihak ketiga seperti agen. (Strategi Nasional Keuangan Inklusif, 2017). Hal tersebut tentu membawa dampak positif, salah satunya adalah nasabah semakin mudah dalam melakukan berbagai proses transaksi keuangan.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi ini juga dimanfaatkan oleh PT Pegadaian untuk memudahkan nasabahnya. Sebagai lembaga keuangan yang berperan krusial dalam perekonomian Indonesia, Pegadaian juga tidak luput dari transformasi digital. Pengembangan aplikasi Pegadaian Digital merupakan salah satu kegiatan Pegadaian. Aplikasi Pegadaian Digital diharapkan dapat membantu masyarakat melakukan berbagai transaksi, seperti membayar angsuran, membayar gadai, top-up, dan lain-lain, tanpa harus datang ke cabang. Kehadiran aplikasi ini juga diharapkan dapat meningkatkan jumlah transaksi Pegadaian, dengan beragam fiturnya. Banyak faktor, termasuk persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah, dan literasi digital, yang berkontribusi terhadap keberhasilan teknologi informasi dan komunikasi, seperti aplikasi Pegadaian Digital.

Pada penelitian ini peneliti melakukan prasurvei dan pengamatan terlebih dahulu, untuk mengetahui seberapa besar jumlah pengguna yang ada di Pegadaian cabang Benteng. Berdasarkan pengamatan dan prasurvei yang peneliti lakukan terhadap nasabah Pegadaian cabang Benteng, didapati hasil sebagai berikut :

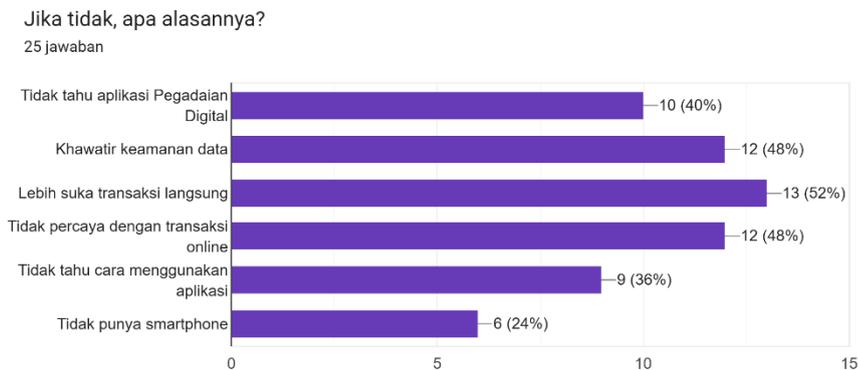
Apakah anda punya Pegadaian Digital  
31 jawaban



Gambar 1.2 Diagram Pengguna Pegadaian Digital

Sumber : Data yang diolah oleh Peneliti (2024)

Hasil diatas menunjukkan bahwa nasabah Pegadaian cabang Benteng yang memiliki aplikasi Pegadaian Digital hanya berjumlah sekitar 19% nasabah yang mempunyai aplikasi Pegadaian Digital. Selain hal itu peneliti juga bertanya mengenai alasan nasabah, baik yang sudah mempunyai Pegadaian Digital, maupun belum, mengenai alasan dan ulasan nasabah mengenai Pegadaian Digital. Adapun beberapa alasan mengapa nasabah enggan menggunakan aplikasi Pegadian digital adalah sebagai berikut :



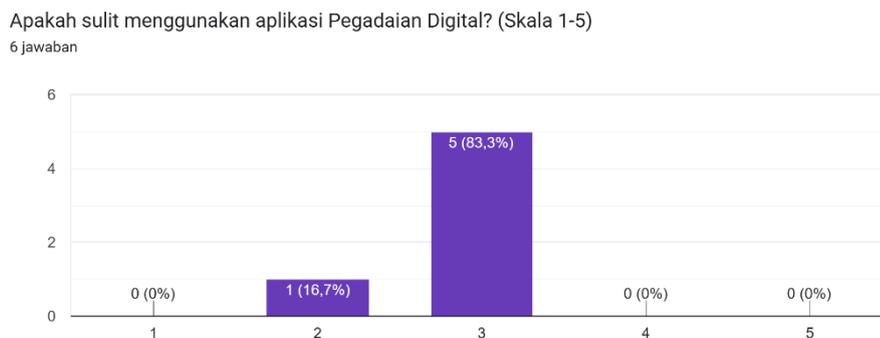
Gambar 1.3 Diagram Alasan Pengguna Enggan Menggunakan

Sumber : Data yang diolah oleh Peneliti (2024)

Pada diagram di atas, nasabah dapat memilih lebih dari satu jawaban. Dari beberapa alasan mengapa nasabah enggan menggunakan aplikasi Pegadaian Digital, yang terbanyak adalah lebih suka transaksi langsung, yang diikuti oleh khawatir dengan keamanan data dan tidak percaya dengan transaksi online. Hal

tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap aplikasi Pegadaian saat ini masih kurang. Selain itu, hal tersebut juga menunjukkan bahwa masih kurangnya literasi digital pada nasabah disekitar Pegadaian cabang Benteng.

Pada ulasan pengguna, peneliti juga mendapatkan beberapa masalah yang dihadapi oleh nasabah saat menggunakan aplikasi Pegadaian Digital. Berdasarkan pra-survei yang peneliti lakukan dengan menggunakan skala 1-5 dengan rincian 1 untuk sangat kurang, 2 untuk kurang, 3 untuk lumayan, 4 untuk setuju, dan 5 untuk sangat setuju. Hampir 84% nasabah yang menggunakan aplikasi Pegadaian masih cukup bingung dalam penggunaannya.



Gambar 1.4 Diagram Ulasan Pengguna Terkait Dengan Kesulitan Transaksi

*Sumber : Data yang diolah oleh Peneliti (2024)*

Selain itu juga, banyak nasabah yang mengalami masalah saat menggunakan aplikasi Pegadaian Digital, dari total 6 pengguna aplikasi Pegadaian Digital, sebanyak 66% mengaku jika aplikasi Pegadaian Digital masih sering mengalami masalah. Adapun masalah yang dihadapi oleh nasabah adalah gagal masuk akun, tidak menerima OTP (*One Time Password*) saat transaksi, dan lain-lain.

Hal ini berbanding terbalik, mengingat Pegadaian Digital menawarkan banyaknya manfaat dan fitur. Namun, pada kenyataannya masih banyak nasabah yang enggan beralih menggunakan aplikasi Pegadaian Digital. Dengan tingkat penyerapan aplikasi Pegadaian Digital yang rendah, memungkinkan adanya celah bagi kompetitor untuk membuat aplikasi sejenis yang mungkin lebih baik. Di sisi lain, tingkat penyerapan teknologi yang rendah menunjukkan bahwa minimnya

literasi digital pada masyarakat disekitar Pegadaian cabang Benteng. Selain itu, melalui deputi bidang sumber daya manusia Kementerian BUMN mengungkapkan bahwa “harapannya, digitalisasi ini tidak hanya berperan sebagai *cost center*, melainkan sebagai akselerator bisnis” (Tedi Bharata, 2024). Oleh karena itu, melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui lebih jauh mengapa aplikasi Pegadaian Digital masih belum populer atau enggan digunakan dan juga merekomendasikan strategi yang cocok untuk nantinya dipakai Pegadaian cabang Benteng dalam hal promosi *Pegadaian Digital Service*.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian ini, terdapat banyak sekali faktor dapat yang menjadi penentu apakah konsumen mau menggunakan produk ataupun layanan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Namun, pada penelitian ini fokus diberikan pada tiga faktor yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan keuangan digital yang dimiliki oleh Pegadaian, yaitu Pegadaian Digital. Adapun beberapa faktor penentu konsumen dalam menggunakan layanan keuangan digital Pegadaian Digital yang peneliti fokuskan antara lain adalah persepsi kemudahan, tingkat kepercayaan konsumen, dan literasi digital. Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Konsumen, dan Literasi Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital di Pegadaian Cabang Benteng”, peneliti ingin mengetahui lebih jauh, dampak dari ketiga faktor tersebut. Sehingga, rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan layanan Pegadaian Digital di Pegadaian cabang Benteng?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan Pegadaian Digital di Pegadaian cabang Benteng?
3. Apakah terdapat pengaruh literasi digital terhadap keputusan penggunaan Pegadaian Digital di Pegadaian cabang Benteng?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan literasi

digital secara bersama terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi Pegadaian Digital di Pegadaian cabang Benteng?

5. Bagaimana strategi yang tepat untuk mempromosikan Pegadaian Digital pada nasabah di Pegadaian cabang Benteng?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis sejauh mana persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan Pegadaian Digital di Pegadaian cabang Benteng.
2. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan keuangan Pegadaian Digital di Pegadaian cabang Benteng.
3. Menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan aplikasi Pegadaian Digital di Pegadaian cabang Benteng.
4. Menganalisis pengaruh ketiga faktor tersebut dalam keputusan penggunaan aplikasi Pegadaian Digital di Pegadaian cabang Benteng.
5. Merancang strategi promosi yang tepat untuk nasabah Pegadaian cabang Benteng.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini terdapat beberapa manfaat, baik manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis bagi pembaca terutama bagi pembaca yang memerlukan referensi ataupun informasi terkait dengan persepsi kemudahan, tingkat kepercayaan konsumen dan literasi digital terhadap layanan keuangan digital.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu masukan atau preferensi bagi perusahaan atau instansi terkait dalam melakukan pengembangan

suatu layanan keuangan digital ataupun terkait dengan peraturan perundang-undangan terkait dengan layanan keuangan digital di Indonesia.

### **1.6 Batasan Penelitian**

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Konsumen dan Literasi digital Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital di Pegadaian Cabang Benteng”, peneliti memfokuskan pada nasabah atau konsumen yang datang ke kantor Pegadaian Cabang Benteng. Adapun untuk responden yang menjadi data pada penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memiliki kartu tanda penduduk, tanpa dibedakan pekerjaan, tingkat pendidikan ataupun gender. Selain itu dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada aspek perilaku konsumen dengan variabel persepsi kemudahan, kepercayaan konsumen, literasi digital dan keputusan penggunaan, pada penelitian aspek manajemen dan loyalitas tidak akan dibahas pada penelitian ini.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

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

#### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat (teoritis & praktis), batasan ruang lingkup, serta struktur penulisan. Bab ini juga mengulas secara singkat profil PT Pegadaian dan aplikasi digitalnya sebagai konteks penelitian.

#### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Menampilkan teori-teori pendukung seperti Perilaku Konsumen, TPB, persepsi kemudahan, kepercayaan, literasi digital, dan keputusan penggunaan. Dilengkapi dengan studi literatur terdahulu, kerangka pemikiran, dan formulasi hipotesis.

#### **c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Menguraikan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan kausal. Mencakup definisi operasional variabel, populasi & sampel, teknik pengumpulan

data, serta tahapan analisis seperti uji validitas, reliabilitas, regresi berganda, dan uji statistik lainnya.

**d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Menampilkan data hasil penelitian melalui analisis deskriptif dan pengujian statistik. Temuan diuji secara empiris dan dibandingkan dengan teori serta studi sebelumnya untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Merangkum jawaban atas rumusan masalah dan menyajikan saran aplikatif bagi PT Pegadaian, serta rekomendasi akademik sebagai arah untuk riset lanjutan.