

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan pesat teknologi informasi, pemanfaatan berbagai fitur dan aplikasi kini banyak diimplementasikan dengan dukungan *Artificial Intelligence* (AI) (Raya, 2023). Sektor jasa keuangan sedang mengalami perubahan berkat *Artificial Intelligence* (AI) terutama di bidang teknologi keuangan (*FinTech*) (Bhanusreeja, 2024). *Fintech* (*financial technology*) merupakan sektor jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi informasi, khususnya perangkat seluler, guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas sistem keuangan. AI digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, dan meningkatkan pengalaman pelanggan melalui layanan seperti *chatbot* dan analisis data keuangan. (Faust et al., 2023). *Artificial Intelligence* (AI) dapat meningkatkan pengalaman konsumen dan berdampak positif pada perilaku pembelian konsumen (Mi Alnaser et al., 2023).

Artificial Intelligence (AI) adalah teknologi yang relatif baru yang memiliki aplikasi luar biasa di berbagai bidang dengan tujuan untuk meningkatkan kecerdasan manusia atau bekerja sebagai manusia (Wang et al., 2023). Salah satu teknologi AI yang paling banyak digunakan pada tahun 2023 adalah *chatbot*, khususnya dalam sektor perbankan (Alghaniy, 2024). *Chatbot* merupakan bentuk aplikasi dari teknologi AI yang dirancang untuk merespon perintah atau pertanyaan secara cepat. Teknologi ini memungkinkan *chatbot* memberikan jawaban yang relevan terhadap perintah atau pertanyaan yang diajukan, sehingga mampu meningkatkan interaksi pelayanan dalam berbagai *platform* digital (Wollny et al., 2021). Namun, keberhasilan *chatbot* sangat bergantung pada kemampuan memahami konteks *input* pengguna yang sering kali menjadi tantangan besar (Alghaniy, 2024).

Literatur di berbagai negara menunjukkan bahwa kepuasan pengguna terhadap *chatbot* masih seringkali rendah, meskipun teknologi AI telah banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan besar. Hal ini disebabkan oleh sejumlah masalah, seperti jawaban yang diberikan oleh *chatbot* yang tidak relevan, serta kurangnya pemahaman konteks terhadap pertanyaan yang diajukan (Al-Shafei, 2024)(Graham et al., 2025)(Izadi & Forouzanfar, 2024). Salah satu contoh nyata dapat ditemukan pada tanggapan pengguna aplikasi Flip pada *platform* Google Play Store, di mana beberapa pengguna mengeluhkan minimnya dukungan yang diberikan oleh *chatbot*. Seorang pengguna menuliskan bahwa “Customer support menggunakan full AI tidak mensupport dan tidak membantu keluhan saya sebagai pengguna flip, sangat disayangkan padahal aplikasi ini bagus tapi masih sangat tidak oke dalam handle customer” dan juga “Sangat buruk terutama customer servicenya, tidak membantu sama sekali, dia selalu menanyakan hal yang sama untuk mengungkap bukti transaksi transfer”. Untuk memaksimalkan penggunaan *chatbot* di bidang perbankan, penting untuk menyelidiki elemen-elemen yang mendorong atau menghalangi adopsi fitur AI oleh pengguna.

Flip sebagai salah satu aplikasi keuangan yang mengintegrasikan fitur AI berupa *chatbot*, memungkinkan pengguna melakukan *transfer* antar bank tanpa biaya administrasi dan menawarkan layanan yang relevan, cepat dan efisien, seperti penjelasan prosedur transfer, informasi saldo, bantuan transaksi, serta penanganan keluhan secara otomatis dan *real-time* seperti salah satu contoh pada tanggapan pengguna aplikasi Flip pada *platform* Google Play Store, pengguna menyatakan “Transfer lancar, pulsa, dan listrik juga lebih mudah dan banyak promo” (Naibaho et al., 2022). Selain itu, *chatbot* dapat mengenali riwayat pengguna dan memberikan rekomendasi atau solusi yang lebih relevan, serta didesain untuk menjaga privasi dan keamanan informasi pengguna, sehingga meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap teknologi AI (Nugraha et al., 2022). Oleh karena itu,

keberhasilan *chatbot* di aplikasi Flip tidak hanya di ukur dari aspek teknis, tetapi juga dari tingkat penerimaan dan kepuasan pengguna terhadap layanan *chatbot* yang diberikan.

Tabel 1. 1 Tanggapan Pengguna Flip dari Google Play Store dan App Store

Tanggapan dari Google Play Store dan App Store	Variabel
“Customer servicenya ga ngebantu dan ga guna”	<i>Attitude, Perceived risk</i>
“Customer service hanya sebatas bot, tidak ngaruh”	<i>Trust</i>
“fitur chat cs hanya berfungsi AI dan jawaban yg digunakan selalu menggunakan jawaban yang sama”	<i>Perceived usefulness</i>
“Ga semua hal bisa pake AI, jawaban customer service AI-nya sangat tidak memuaskan!! Kenapa harus AI sih?? SDM kita juga masih banyak yg bagus kualitasnya”	<i>Subjective Norm</i>
“AI bantuan tidak membantu masalah akun yang saldonya terblokir”	<i>Perceived Behavioral Control</i>
“CS nya slow response, masalah bukan teratasi malah digantung...”	<i>Perceived Ease of Use</i>

Berdasarkan Tabel 1.1 tanggapan pengguna aplikasi Flip pada *platform* Google Play Store dan App Store yang diambil dari periode bulan Maret-Juni 2025 dalam berbagai tantangan dalam penerimaan fitur AI, khususnya *chatbot*. Tanggapan-tanggapan tersebut secara langsung menunjukkan konstruk-konstruk dalam model penerimaan teknologi seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Model *Technology Acceptance Model* (TAM) sering digunakan karena kemampuannya menjelaskan pengaruh persepsi kegunaan dan kemudahan dalam membentuk niat pengguna. Namun, dalam banyak kasus, keputusan penggunaan teknologi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan persepsi kendali pribadi, yang tidak tercakup dalam TAM (Ardelia et al., 2025). *Theory of Planned Behavior* (TPB) melengkapi analisis ini dengan memasukan dimensi norma subjektif dan kontrol perilaku yang disarankan (Lubis et al., 2024). TPB menekankan bahwa keputusan untuk

menggunakan teknologi juga dipengaruhi oleh pengaruh sosial dan keyakinan individu terhadap kemampuan seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut (Altawalbeh & Al-Mughrabi, 2024).

Pendekatan gabungan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam menganalisis fitur digital seperti *chatbot* dinilai lebih sederhana namun tetap efektif dibandingkan model yang lebih kompleks. Model ini memadai untuk menjelaskan intensi perilaku individu tanpa harus melibatkan banyak variabel tambahan seperti pada model *Diffusion of Innovation* (DOI) yang menyoroti karakteristik inovasi, seperti *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *trialability*, dan *observability* dalam mempengaruhi niat adopsi pengguna (Ayanwale, 2024). Selain itu, model lain seperti *Technology Organization Environment* (TOE) lebih relevan digunakan pada tingkat organisasi karena fokus pada aspek teknologi, karakteristik organisasi, dan tekanan eksternal dalam proses adopsi (Prakash, 2025). Sementara itu, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) memang menawarkan model komprehensif dengan menggabungkan delapan teori termasuk TAM dan TPB, namun lebih tepat diterapkan dalam konteks organisasi atau sistem kolektif karena adanya variabel moderasi seperti usia, pengalaman, *self-efficacy*, dan kekhawatiran privasi yang diperlukan untuk menghasilkan prediksi yang akurat (Liu et al., 2022). Oleh karena itu, penggunaan kombinasi TAM dan TPB dinilai paling sesuai untuk memahami perilaku pengguna dalam penerimaan fitur AI *chatbot* di aplikasi Flip secara praktis dan terfokus pada faktor individu.

Berdasarkan kondisi tersebut, pemahaman mendalam mengenai penerimaan teknologi *Artificial Intelligence*, khususnya fitur *chatbot* dalam aplikasi Flip menjadi sangat penting. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan dalam mengidentifikasi dinamika penerimaan teknologi baru di sektor keuangan. Selain itu, hasil penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi praktis yang berguna

bagi pengembang aplikasi dalam merancang fitur yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan pengguna.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan tanggapan pengguna pada *platform* Google Play Store dan App Store, fitur *chatbot* pada aplikasi Flip belum mampu memberikan dukungan yang maksimal dalam menyelesaikan permasalahan layanan. Ketidaksuaian antara ekspektasi pengguna terhadap layanan *customer service* dan kemampuan *chatbot* AI menunjukkan adanya permasalahan dalam hal relevansi jawaban serta pemahaman konteks dalam menangani keluhan pengguna. Kondisi ini mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kegunaan teknologi, membentuk sikap negatif, serta menurunkan niat penggunaan fitur *chatbot*. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk memahami lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap fitur AI dalam aplikasi keuangan. Pendekatan kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku pengguna, mengingat kedua teori ini mencakup sikap, niat perilaku dan sosial yang memengaruhi penerimaan teknologi.

1.3. Tujuan Tugas Akhir

Berikut tujuan dari penelitian ini :

1. Mengkaji komponen yang mempengaruhi penerimaan fitur AI *chatbot* dalam aplikasi Flip berdasarkan model TAM dan TPB.
2. Menganalisis pengaruh variabel-variabel dalam model TAM dan TPB terhadap niat penggunaan fitur AI *chatbot* pada aplikasi Flip.

1.4. Manfaat Tugas Akhir

Penelitian ini memberikan beberapa manfaat, antara lain :

1. Mendapatkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan AI fitur *chatbot* dalam aplikasi Flip yang menggunakan TAM dan TPB.
2. Mengintegrasikan TAM dan TPB untuk menjelaskan perilaku pengguna khusus dalam konteks teknologi AI *chatbot* di aplikasi Flip.

1.5. Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

1.5.1 Batasan

Pada bagian ini diuraikan batasan dari penelitian :

1. Analisis pada variabel-variabel yang terdapat dalam model TAM dan TPB, seperti sikap, kemudahan penggunaan, norma sosial, kontrol perilaku, kegunaan, dan niat.
2. Aplikasi keuangan yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah aplikasi Flip.
3. Penerimaan fitur AI difokuskan pada fitur *Chatbot*.
4. Pengguna yang menggunakan fitur *chatbot* di aplikasi Flip.

1.5.2 Asumsi

Penelitian ini berasumsi bahwa model teoritis TAM dan TPB relevan untuk menjelaskan intensi penggunaan fitur AI *chatbot* dalam aplikasi keuangan Flip. Selain itu, diasumsikan bahwa data yang diperoleh mencerminkan persepsi aktual pengguna aplikasi Flip.

1.6. Sistematika Laporan

Laporan tugas akhir ini disusun secara sistematis ke dalam lima bab yang disusun secara logis untuk menyajikan alur pemikiran yang terorganisir dan membuat proses penelitian menjadi lebih mudah dipahami, mulai dari latar belakang hingga kesimpulan dan saran. Setiap bab berfokus pada aspek tertentu dalam membangun argumen ilmiah terkait penerimaan fitur *artificial intelligence (AI) chatbot* pada aplikasi Flip, dengan menggunakan pendekatan TAM dan TPB. Adapun sistematika laporan ini dijelaskan dalam Tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Sistematika Laporan

Sistematika Laporan	Keterangan
BAB I : Pendahuluan	Bab ini memberikan pengantar awal mengenai latar belakang masalah, perumusan

Sistematika Laporan	Keterangan
	masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan dan asumsi, serta sistematika penulisan laporan, untuk membantu pembaca dalam memahami tugas akhir.
BAB II : Landasan Teori	Bab ini menguraikan landasan teori yang relevan dan penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung topik yang diajukan. Bab ini juga menjelaskan kerangka konseptual, instrumen penelitian yang digunakan, serta karakteristik populasi dan sampel penelitian.
BAB III : Metode Penyelesaian Masalah	Bab ini memberikan penjelasan rinci mengenai pendekatan sistematis untuk pemecahan masalah, menggunakan diagram alir penelitian untuk memandu proses dari identifikasi masalah dan studi literatur hingga pengumpulan data, pengolahan dan analisis penerimaan, berdasarkan model TAM dan TPB.
BAB IV : Pengolahan Data dan Analisis Hasil	Bab ini berisi teknik pengolahan data dan analisis hasilnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner <i>online</i> . Bab ini juga mencakup desain sistem. Dalam penelitian ini, desain mengacu pada model teoritis gabungan dari <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dan <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB). Penelitian ini juga melibatkan pengembangan analisis penerimaan fitur AI

Sistematika Laporan	Keterangan
	<i>chatbot</i> dalam aplikasi Flip menggunakan pendekatan SmartPLS SEM. Terakhir, evaluasi penerimaan dilakukan untuk menilai validitas data yang dianalisis.
BAB V : Kesimpulan dan Saran	Bab penutup ini merangkum pencapaian tujuan yang telah ditetapkan secara ringkas dan jelas. Selain itu, bab ini juga memberikan saran-saran untuk penelitian lebih lanjut, pengembangan, dan perbaikan dalam implementasi di masa mendatang.