

BAB I

PENDAHULUAN

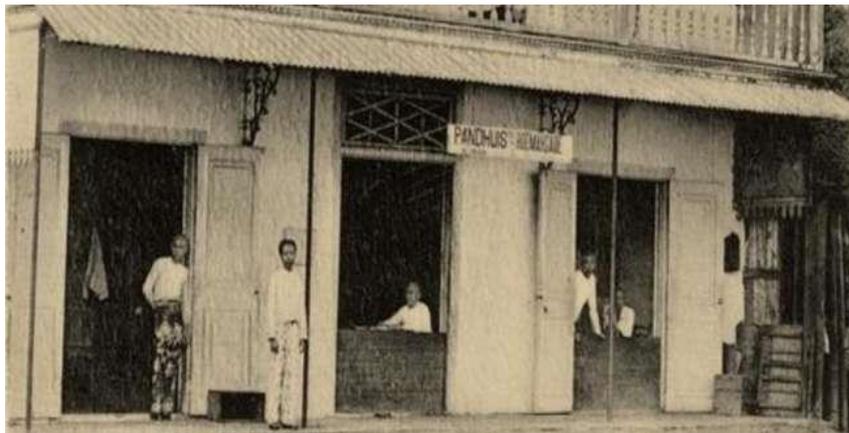
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Perusahaan PT. Pegadaian

PT. Pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara (*BUMN*) yang berfokus pada jasa keuangan, khususnya layanan gadai. Sejarah bermula dari pendirian *Bank Van Leening* oleh *VOC* pada 1746 sebagai lembaga keuangan dengan sistem kredit berbasis gadai. Ketika Inggris mengambil alih kekuasaan pada 1811, bank dibubarkan, dan masyarakat diberi kebebasan untuk membuka usaha pegadaian. Pada 1 April 1901, pemerintah kolonial mendirikan Pegadaian negara pertama di Sukabumi, yang kemudian beroperasi sebagai lembaga resmi "*JAWATAN*" sejak 1905. Setelah kemerdekaan Indonesia, Pegadaian mempertahankan peran sebagai perusahaan negara, dan status terus berkembang sesuai dengan peraturan pemerintah. Pada 1960, Pegadaian berubah dari "*JAWATAN*" menjadi *Perusahaan Negara (PN)* melalui *Perpu No. 19 Tahun 1960*, dan pada 1969 menjadi *Perusahaan Jawatan (PERJAN)* berdasarkan *PP No. 7 Tahun 1969*. Selanjutnya, di bawah *PP No. 10 Tahun 1990* yang diperbarui dengan *PP No. 103 Tahun 2000*, status Pegadaian kembali berubah menjadi *Perusahaan Umum (PERUM)*. Transformasi berlanjut, dan pada 1 April 2012, Pegadaian menjadi *Persero* sesuai *PP No. 51 Tahun 2011*, dan akhirnya berubah menjadi *Perseroan Terbatas (PT)* pada 23 September 2021 melalui *PP No. 73 Tahun 2021*. Sebagai perusahaan dengan sejarah panjang dan bertujuan memberikan solusi finansial berupa pinjaman dengan jaminan barang berharga seperti emas atau perhiasan, PT. Pegadaian terus berkembang dan berinovasi. Selain layanan gadai tradisional, Pegadaian juga mengembangkan produk seperti pembiayaan mikro dan layanan berbasis emas, termasuk tabungan emas dan jual beli emas. Dengan transformasi digital, PT. Pegadaian tumbuh menjadi salah satu perusahaan gadai terbesar dan terpercaya di Indonesia, terus beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat dan menghadapi tantangan zaman. PT. Pegadaian bergabung dengan *BRI Group* bersama *PNM* sejak 2021, memperkuat posisi dalam menyediakan solusi keuangan yang lebih terintegrasi dan luas.



Gambar 1. 1 Bank Van Leening (Sumber: National Geographic)



Gambar 1. 2 Rumah Gadai di Surakarta 1910 (Sumber: digitalcollections.universiteitleiden.nl)

Memasuki era digital, PT. Pegadaian melakukan transformasi besar-besaran dengan meluncurkan aplikasi *Pegadaian Digital Service (PDS)* pada tahun 2018 sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat akan pelayanan keuangan yang lebih mudah diakses dan efisien. Melalui inovasi digital, PT. Pegadaian berupaya memperkuat posisinya sebagai perusahaan keuangan modern, sambil tetap menjaga misinya untuk memberdayakan masyarakat melalui solusi keuangan yang inklusif. Aplikasi *Pegadaian Digital Service* memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi, seperti pengajuan gadai, pembelian emas, pembayaran cicilan, hingga pemantauan transaksi secara *real-time*, tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Dengan langkah strategis, PT. Pegadaian berkomitmen untuk memperluas

akses layanan keuangan yang lebih mudah, efisien, dan transparan bagi seluruh lapisan masyarakat. Dengan visi menjadi "*The Most Valuable Financial Company*", PT. Pegadaian berkomitmen untuk menyediakan solusi keuangan yang komprehensif dan berdaya saing, dengan fokus pada layanan yang mudah diakses serta memberdayakan masyarakat. Misi utama perusahaan adalah memberikan layanan keuangan yang inovatif dan terpercaya, mencakup berbagai produk seperti gadai, pembiayaan, serta layanan emas. Layanan yang ditawarkan mencakup gadai konvensional, yaitu pinjaman yang diberikan dengan jaminan barang berharga, baik emas, kendaraan, maupun barang elektronik. Selain itu, PT. Pegadaian juga menyediakan layanan pembiayaan yang dirancang untuk mendukung usaha kecil dan menengah melalui kredit mikro dan kredit usaha. Di bidang investasi, PT. Pegadaian menawarkan produk *tabungan emas*, baik dalam bentuk fisik maupun digital, yang semakin diminati masyarakat. Selain fokus pada inovasi produk dan layanan, PT. Pegadaian juga telah menerima berbagai penghargaan, termasuk "*Digital Brand of The Year*" dan "*Best Customer Service*" sebagai pengakuan atas kontribusinya dalam memberikan layanan keuangan yang unggul. Dengan struktur organisasi yang dikelola secara profesional di bawah pengawasan Kementerian BUMN, PT. Pegadaian terus berupaya memberikan layanan terbaik bagi seluruh lapisan masyarakat dan berperan penting dalam mendukung perekonomian nasional, khususnya dalam hal pemberdayaan masyarakat melalui layanan keuangan yang inklusif. Dengan komitmen terhadap inovasi dan keberlanjutan, Pegadaian tidak hanya berfungsi sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai mitra strategis yang memberdayakan masyarakat untuk mencapai kesejahteraan dan kemajuan ekonomi secara menyeluruh.

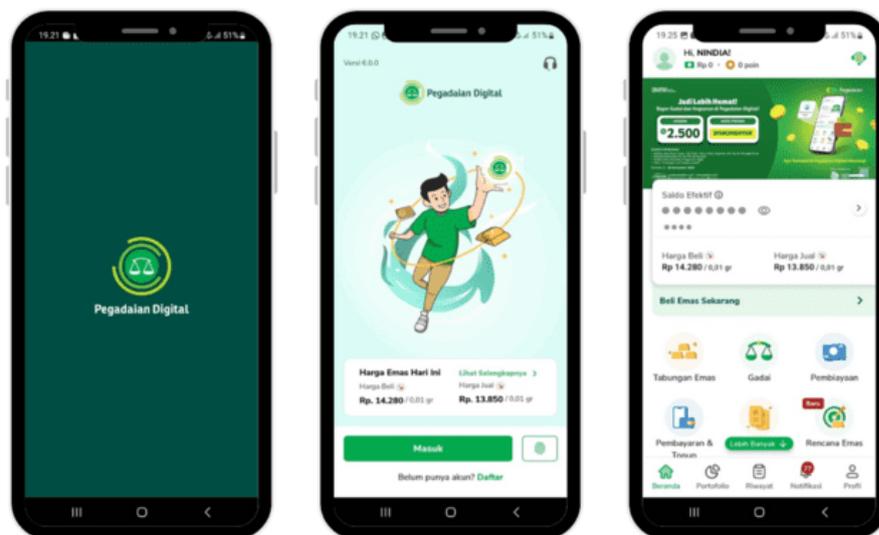


Gambar 1. 3 Logo Pegadaian (Sumber: www.pegadaian.co.id)

1.1.2. Pegadaian Digital Service

Pegadaian Digital Service adalah aplikasi *mobile* inovatif yang dihadirkan oleh PT. Pegadaian sebagai bagian dari strategi transformasi digital. Aplikasi dirancang untuk memberikan kemudahan akses bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan secara *online*, tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Dengan fokus pada efisiensi dan kenyamanan, *Pegadaian Digital Service* memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan kapan saja dan di mana saja hanya dengan menggunakan *smartphone* mereka. Aplikasi dilengkapi dengan berbagai fitur yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan nasabah, salah satunya adalah kemampuan untuk melakukan pembayaran angsuran secara *online*. Fitur memudahkan nasabah dalam membayar cicilan pinjaman dengan cepat dan mudah, tanpa perlu repot pergi ke cabang atau mengantre. Selain itu, *Pegadaian Digital Service* juga menyediakan fitur pemantauan barang gadai, yang memungkinkan nasabah untuk memantau status barang yang mereka jaminkan secara *real-time*. Hal ini memberikan transparansi dalam proses gadai dan memastikan nasabah selalu mengetahui kondisi barang yang dijaminkan. Produk yang sering ditransaksikan melalui aplikasi mencakup pembelian emas, gadai konvensional dengan jaminan barang berharga seperti emas, kendaraan, dan barang elektronik, yang merupakan layanan inti Pegadaian. Melalui aplikasi, nasabah dapat lebih mudah mengakses produk-produk tanpa harus mengunjungi kantor Pegadaian secara langsung. *Pegadaian Digital Service* juga menawarkan layanan transaksi emas, yang mencakup pembelian, penjualan, dan penyimpanan emas dalam bentuk digital. Fitur ini memberikan alternatif investasi emas yang aman dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Nasabah dapat membeli emas dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan menyimpannya secara digital tanpa harus khawatir tentang keamanan fisik emas. Selain itu, nasabah juga dapat mengajukan pinjaman dengan jaminan barang berharga melalui layanan gadai *online*, yang memungkinkan proses pinjaman dilakukan tanpa perlu bertatap muka, memberikan kenyamanan lebih bagi pengguna. Teknologi *e-KYC (electronic Know Your Customer)* yang terintegrasi dalam aplikasi mempermudah verifikasi identitas secara digital, sehingga pengguna dapat melakukan pendaftaran dan verifikasi dengan lebih praktis dan aman. Sistem juga mendukung kenyamanan nasabah dengan mempercepat proses pendaftaran tanpa

mengharuskan mereka mengunjungi kantor Pegadaian. Inovasi ini mendukung misi Pegadaian untuk memberikan layanan keuangan yang lebih inklusif, modern, dan efisien, sekaligus memperkuat hubungan perusahaan dengan nasabah. *Pegadaian Digital Service* menjadi salah satu langkah strategis dalam memperluas jangkauan layanan Pegadaian serta meningkatkan efisiensi dan pengalaman pengguna.



Gambar 1. 4 Tampilan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS)

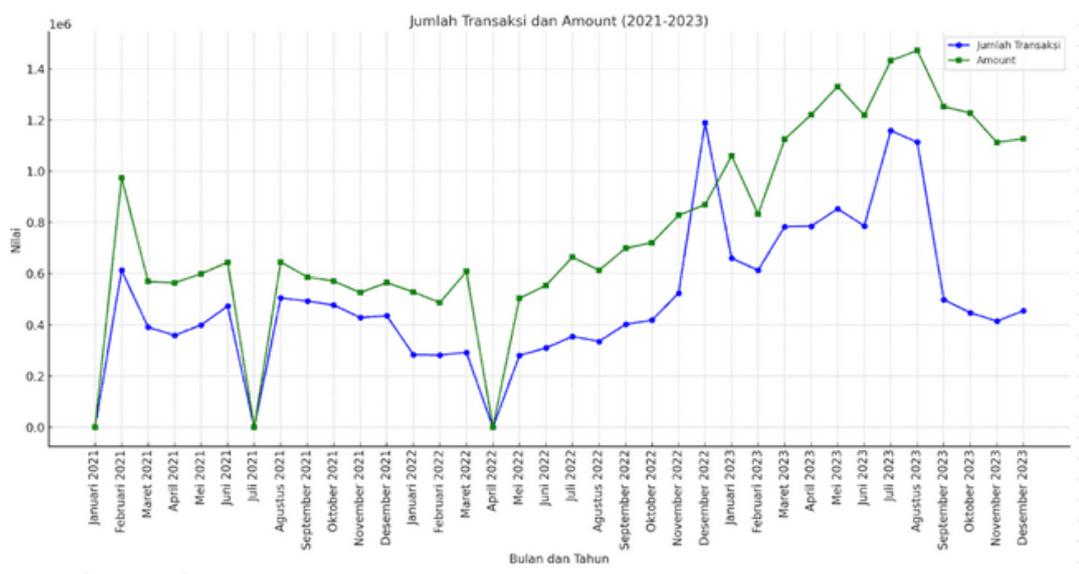
1.2. Latar Belakang Penelitian

Industri 4.0 telah membawa perubahan besar pada sektor keuangan melalui pengenalan teknologi seperti *Artificial Intelligence (AI)*, *Internet of Things (IoT)*, *blockchain*, dan *big data*. Teknologi tersebut mendukung otomatisasi proses, analisis data yang lebih mendalam, serta pengambilan keputusan berbasis data, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam transaksi keuangan digital. Menurut Gartner (2020), transformasi digital mendorong perusahaan untuk mengadopsi teknologi inovatif guna memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang pesat dan meningkatkan kualitas layanan bagi pelanggan (Gartner, 2020). Studi yang dilakukan oleh PwC (2020) juga mengungkapkan bahwa perusahaan-perusahaan yang mengadopsi transformasi digital dalam sektor keuangan mengalami peningkatan yang signifikan, dengan kepuasan pelanggan meningkat sebesar 30% dan adopsi teknologi meningkat sebesar 20% (PwC., 2020). Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital yang tepat dalam sektor keuangan

tidak hanya dapat meningkatkan pengalaman nasabah, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar, membantu mereka untuk lebih efisien dalam operasional dan lebih responsif terhadap kebutuhan nasabah. Di Indonesia, transformasi digital terlihat jelas pada sektor keuangan, salah satunya melalui peluncuran *Pegadaian Digital Service Mobile* oleh PT. Pegadaian. Aplikasi tersebut telah diunduh sekitar 2 juta kali dan memiliki sekitar 184.000 pengguna aktif, memudahkan nasabah dalam mengakses layanan keuangan seperti pembayaran angsuran, transaksi jual beli emas, dan pengajuan gadai secara *online* tanpa harus mengunjungi kantor cabang. *Kominfo* (2022) melaporkan peningkatan tingkat literasi digital di Indonesia, dengan skor 3,54 dari skala 1-5, yang menunjukkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kebutuhan sehari-hari, termasuk transaksi keuangan. Peraturan dari *Otoritas Jasa Keuangan (OJK)* berperan penting dalam mendukung perkembangan *fintech* dan layanan keuangan digital di Indonesia (*Kominfo*, 2022). Salah satu regulasi kunci adalah *POJK No. 12/POJK.03/2018*, yang mengatur penyelenggaraan layanan keuangan berbasis teknologi informasi untuk memberikan kepastian hukum dan melindungi konsumen dalam penggunaan layanan keuangan digital. Selain itu, OJK juga menerbitkan Pedoman Penyelenggaraan Inovasi Keuangan Digital, yang memberikan panduan bagi perusahaan *fintech* dalam pengembangan produk dan layanan, termasuk persyaratan izin usaha dan kepatuhan terhadap prinsip perlindungan konsumen. Namun, tantangan dalam adopsi teknologi masih dihadapi oleh pengguna. Berdasarkan penelitian awal, beberapa nasabah mengalami hambatan dalam menyelesaikan transaksi, seperti keterlambatan pembayaran angsuran dan kesalahan pemrosesan transaksi jual beli emas. Venkatesh et al. (2012) menyebutkan bahwa masalah teknis dapat menurunkan kepercayaan dan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap adopsi teknologi digital (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2012). Jika tidak segera diatasi, kendala ini dapat mengurangi kepercayaan pengguna pada aplikasi *Pegadaian Digital Service* dan mempengaruhi nilai bisnis perusahaan.

Untuk mengatasi tantangan ini, *Pegadaian Digital Service (PDS)* menawarkan berbagai fitur untuk meningkatkan kemudahan penggunaan bagi nasabah. Fitur pembayaran angsuran *online* memungkinkan nasabah menyelesaikan pembayaran kapan saja, menghemat waktu dan usaha. Fitur jual beli emas digital

memberikan fleksibilitas transaksi *real-time*, yang meminimalkan hambatan operasional. Pengajuan gadai *online* memudahkan nasabah mengajukan gadai tanpa perlu antrean, dengan antarmuka yang intuitif yang memandu pengguna melalui langkah-langkah sederhana. Selain itu, aplikasi juga menyediakan notifikasi otomatis yang membantu nasabah tetap terinformasi mengenai jadwal pembayaran atau promosi, serta layanan pelanggan berbasis digital yang menyediakan dukungan cepat untuk menyelesaikan kendala teknis. Secara keseluruhan, fitur-fitur ini berkontribusi besar dalam mengurangi hambatan operasional, menghemat waktu, dan memberikan pengalaman yang lebih nyaman, yang pada akhirnya memperkuat persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*. Transformasi digital yang diterapkan oleh Pegadaian dalam meluncurkan aplikasi ini bukan hanya sekadar meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi nasabah, tetapi juga berperan dalam memfasilitasi adopsi teknologi yang lebih luas di sektor keuangan di Indonesia.

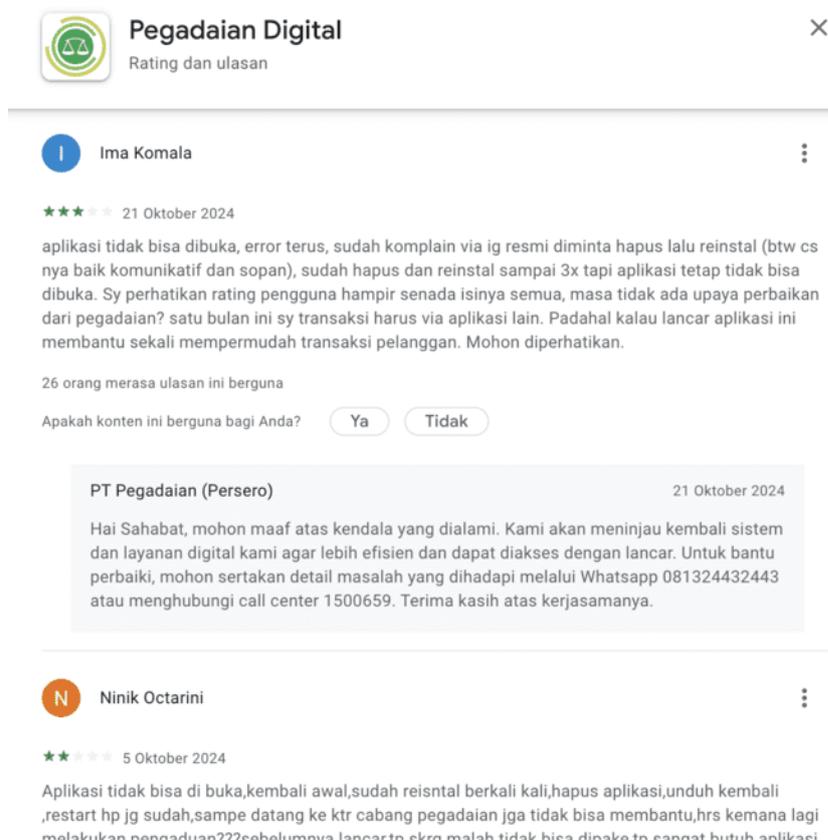


Gambar 1. 5 Grafik Jumlah Transaksi dan Amount pada Aplikasi Pegadaian Digital Service (Sumber: Data Internal PT. Pegadaian)

Gambar 1.5 menunjukkan grafik perkembangan Jumlah Transaksi dan Amount pada aplikasi *Pegadaian Digital Service* selama periode 2021 hingga 2023. Grafik ini menggambarkan adanya fluktuasi yang cukup signifikan, namun dengan tren pertumbuhan yang jelas pada kedua variabel tersebut. Secara keseluruhan,

Jumlah Transaksi mencatat *CAGR* sebesar 35,28%, sementara *Amount* menunjukkan pertumbuhan yang lebih pesat dengan *CAGR* sebesar 16,73% dalam periode tiga tahun. *Jumlah Transaksi* mencatat *CAGR* sebesar 35,28%, sementara *Amount* tumbuh lebih pesat dengan *CAGR* 16,73%. Pada 2021, jumlah transaksi stabil dengan puncak pada Februari, sementara nilai transaksi fluktuatif, kemungkinan dipengaruhi faktor musiman atau promosi. Tahun 2022 menunjukkan peningkatan signifikan, terutama pada Desember, didorong oleh promosi dan kebutuhan keuangan menjelang akhir tahun. Tren positif berlanjut di 2023 dengan lonjakan pada Juli dan Agustus, namun diikuti penurunan pada September hingga Desember, mencerminkan penurunan permintaan musiman atau faktor eksternal. Meskipun demikian, *CAGR* yang tercatat menunjukkan potensi pertumbuhan kuat bagi *aplikasi Pegadaian Digital Service*, dengan tantangan untuk mempertahankan momentum di masa depan.

Penelitian mengenai produk Tokopedia Emas, yang merupakan hasil kerja sama antara PT Pegadaian dan PT Pegadaian Galeri Dua Empat, memberikan perspektif yang relevan dengan analisis adopsi aplikasi *Pegadaian Digital Service* dalam tesis ini. Produk Tokopedia Emas menggabungkan akad jual beli dan titipan dalam sebuah sistem yang memungkinkan konsumen membeli emas secara digital dan menitipkannya kepada penyelenggara. Namun, terdapat tantangan signifikan terkait keabsahan penggabungan kedua akad tersebut, penerapan prinsip-prinsip syariah pada lembaga yang tidak berprinsip syariah, serta kurangnya pengawasan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS). Permasalahan ini menunjukkan pentingnya transparansi, kejelasan, dan penerapan aturan yang tepat dalam layanan digital berbasis syariah, yang dapat berdampak pada tingkat kepercayaan nasabah terhadap aplikasi (Pembangunan, 2020). Adapun temuan laporan dari salah satu nasabah, juga menghadapi tantangan terkait pengelolaan akun dan layanan. Salah satu contoh adalah pengalaman seorang nasabah yang mengalami kesulitan saat mencoba *upgrade* akun menjadi Premium untuk mengakses fitur tambahan. Proses yang gagal, ketidakjelasan prosedur, serta perubahan lokasi UPC yang tidak memadai mengganggu kepercayaan terhadap aplikasi. Meskipun telah menghubungi *Customer Service*, masalah tersebut belum terselesaikan, yang menggambarkan pentingnya upaya untuk meningkatkan sistem layanan dan kepuasan nasabah. Adanya tantangan serupa terkait kejelasan prosedur, kepercayaan, dan layanan yang tidak memadai ini dapat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap aplikasi *Pegadaian Digital Service*.



Gambar 1. 6 Ulasan Review Aplikasi Pegadaian Digital Service pada Google Play Store

Adapun ulasan pengguna di *Google Play Store*, terdapat sejumlah keluhan terkait aspek bisnis *Pegadaian Digital Service* yang memengaruhi kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Beberapa masalah yang sering dilaporkan meliputi gagal *login*, kinerja aplikasi yang lambat, serta gangguan dalam transaksi jual beli emas dan pencetakan emas. Masalah-masalah ini menunjukkan bahwa infrastruktur teknologi yang digunakan belum optimal dalam mendukung kebutuhan nasabah.

Selain itu, penanganan pengaduan yang lambat dan kurang efektif mengindikasikan adanya keterbatasan dalam kesiapan operasional untuk merespons kebutuhan pelanggan. Jika tidak segera diatasi, kendala ini berpotensi menciptakan citra negatif terhadap layanan digital Pegadaian, mengurangi daya saing perusahaan, dan menghambat target bisnis dalam meningkatkan adopsi layanan digital serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Menurut Venkatesh et al. (2012), hambatan seperti ini dapat menurunkan kepercayaan dan kepuasan pengguna, yang pada

akhirnya memengaruhi tingkat adopsi teknologi (Venkatesh et al., 2012). Ketidakpuasan pengguna juga dapat memperburuk persepsi terhadap layanan digital Pegadaian, mengurangi loyalitas, dan menghambat pertumbuhan perusahaan di tengah persaingan industri layanan keuangan digital yang semakin ketat. Ulasan ini mencerminkan adanya kesenjangan antara tujuan pengembangan teknologi digital Pegadaian dengan realitas pengalaman pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi aplikasi *Pegadaian Digital Service* menggunakan pendekatan *Extended Technology Acceptance Model (ETAM)*. Fokus penelitian mencakup variabel seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Personal Innovativeness*, dan *Social Influence*, serta dampaknya terhadap *Behavioral Intention to Use* aplikasi *Pegadaian Digital Service (PDS)*. *ETAM* dipilih dalam penelitian ini karena kemampuannya untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan holistik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi, khususnya dalam konteks aplikasi keuangan digital. Berbeda dengan model lain seperti *UTAUT* dan *Diffusion of Innovations (DOI)*, *ETAM* menggabungkan variabel-variabel teknis dan psikologis yang sangat relevan, seperti *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PEU)*, *Trust*, *Personal Innovativeness*, dan *Social Influence*, yang semuanya memiliki peran penting dalam keputusan nasabah untuk mengadopsi teknologi baru (Davis, 1989; Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003). Fokus *ETAM* pada aspek kepercayaan (*Trust*) sangat krusial dalam aplikasi finansial, di mana nasabah harus merasa aman dan nyaman dalam menggunakan layanan digital (McKnight, Choudhury, & Kacmar, 2002). Selain itu, variabel *Personal Innovativeness* dan *Social Influence* juga membantu menjelaskan perbedaan dalam kecepatan adopsi antara individu yang lebih terbuka terhadap teknologi baru dan mereka yang lebih terpengaruh oleh lingkungan sosial mereka (Agarwal & Prasad, 1998). Dengan memasukkan faktor-faktor ini, *ETAM* memberikan analisis yang lebih komprehensif dibandingkan dengan model lain, yang cenderung lebih terbatas dalam menggambarkan dinamika psikologis dan sosial dalam adopsi teknologi.

Meskipun penelitian sebelumnya telah banyak membahas manfaat transformasi digital dalam sektor keuangan, seperti peningkatan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan (Gartner, 2020; PwC., 2020), kajian yang secara spesifik mengupas adopsi layanan keuangan digital di Indonesia, khususnya aplikasi

Pegadaian Digital Service (PDS), masih sangat terbatas. Studi-studi terdahulu cenderung fokus pada adopsi teknologi secara umum, tanpa mengeksplorasi secara mendalam peran variabel teknis dan psikologis seperti *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Ease of Use* (PEU), *Trust*, *Personal Innovativeness*, dan *Social Influence* dalam memengaruhi niat pengguna (*Behavioral Intention to Use*). Selain itu, pendekatan *Extended Technology Acceptance Model* (ETAM) yang mengintegrasikan variabel kepercayaan dan inovasi personal belum banyak diterapkan dalam konteks layanan keuangan digital di negara berkembang seperti Indonesia, yang memiliki karakteristik pengguna yang unik (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2012). Kesenjangan ini menegaskan perlunya penelitian yang lebih spesifik dalam konteks layanan digital berbasis keuangan di Indonesia.

Penelitian ini memiliki urgensi strategis mengingat meningkatnya persaingan di sektor layanan keuangan digital di Indonesia, sebagaimana ditunjukkan oleh lonjakan adopsi teknologi finansial dalam beberapa tahun terakhir (Kominfo, 2022). Meskipun aplikasi *Pegadaian Digital Service* telah menunjukkan tren pertumbuhan positif dengan *CAGR* transaksi sebesar 35,28% selama periode 2021-2023, sejumlah tantangan masih menghambat optimalisasi adopsi layanan ini. Keluhan pengguna seperti gagal *login*, kinerja aplikasi yang lambat, dan gangguan dalam transaksi jual beli emas menunjukkan adanya celah dalam infrastruktur teknologi dan layanan pelanggan (Ulasan *Google Play Store*, 2023). Jika tidak segera diatasi, kendala ini dapat berdampak negatif pada tingkat kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas nasabah, sebagaimana diungkapkan oleh (Venkatesh et al., 2012). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan niat pengguna dalam menggunakan aplikasi *Pegadaian Digital Service*. Dengan pendekatan *ETAM*, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademik tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi PT Pegadaian untuk meningkatkan pengalaman pengguna, mengatasi kendala adopsi teknologi, dan memperkuat posisi kompetitif di pasar keuangan digital Indonesia.

1.3. Rumusan Masalah

Penelitian mengenai produk Tokopedia Emas, yang merupakan hasil kerja sama antara PT Pegadaian dan PT Pegadaian Galeri Dua Empat, mengungkap tantangan terkait keabsahan penggabungan akad dan penerapan prinsip-prinsip

syariah, yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan nasabah terhadap aplikasi digital. Tantangan serupa juga ditemukan pada nasabah menghadapi kesulitan dalam pengelolaan akun dan layanan, seperti gagal *meng-upgrade* akun dan ketidakjelasan prosedur. Masalah ini mencerminkan pentingnya transparansi, kejelasan, dan perlindungan data dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah. Ulasan pengguna di *Google Play Store* menunjukkan keluhan terkait infrastruktur teknologi yang belum optimal dan penanganan pengaduan yang lambat, yang dapat mempengaruhi citra layanan digital Pegadaian. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi aplikasi *Pegadaian Digital Service* menggunakan pendekatan *Extended Technology Acceptance Model* (ETAM), dengan fokus pada variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Personal Innovativeness*, dan *Social Influence*, serta dampaknya terhadap *Behavioral Intention to Use* aplikasi *Pegadaian Digital Service*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan antar variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Personal Innovativeness*, *Social Influence*, dan *Perceived Security* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam mendukung penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*?
2. Bagaimana pengaruh variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*?
3. Bagaimana pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*?
4. Bagaimana pengaruh variabel *Trust* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*?
5. Bagaimana pengaruh variabel *Personal Innovativeness* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*?
6. Bagaimana pengaruh variabel *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*?
7. Bagaimana pengaruh variabel *Perceived Security* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*?
8. Bagaimana pengaruh variabel *Behavioral Intention to Use* terhadap tingkat *Actual Usage* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service* oleh nasabah PT. Pegadaian di Indonesia. Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis hubungan antar variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Trust*, *Personal Innovativeness*, *Social Influence*, dan *Perceived Security* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam mendukung penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.
2. Mengetahui pengaruh variabel *Perceived Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.
3. Mengetahui pengaruh variabel *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.
4. Mengetahui pengaruh variabel *Trust* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.
5. Mengetahui pengaruh variabel *Personal Innovativeness* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.
6. Mengetahui pengaruh variabel *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.
7. Mengetahui pengaruh variabel *Perceived Security* terhadap *Behavioral Intention to Use* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.
8. Mengetahui pengaruh variabel *Behavioral Intention to Use* terhadap tingkat *Actual Usage* dalam penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

Manfaat Teoritis:

1. Menambah wawasan dalam pengembangan teori adopsi teknologi, khususnya dalam konteks aplikasi layanan keuangan digital di Indonesia. Penelitian ini dapat memperkaya literatur terkait *Extended Technology Acceptance Model (ETAM)*

dengan menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku penggunaan aplikasi *Pegadaian Digital Service*.

2. Memberikan kontribusi dalam pengembangan model adopsi teknologi, yang dapat digunakan oleh penelitian-penelitian berikutnya untuk memperluas penerapan *ETAM* pada sektor keuangan digital, serta memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang penting dalam meningkatkan adopsi teknologi di masyarakat.

Manfaat Praktis:

1. Memberikan informasi bagi PT. Pegadaian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi *Pegadaian Digital Service*, yang dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran dan perbaikan fitur aplikasi yang lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai persepsi nasabah terhadap aplikasi, PT. Pegadaian dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong tingkat adopsi yang lebih tinggi.
2. Memberikan kontribusi bagi industri layanan keuangan digital di Indonesia, khususnya dalam memahami tantangan yang dihadapi oleh pengguna dalam mengakses layanan digital dan meningkatkan upaya untuk memfasilitasi penggunaan aplikasi secara lebih luas di kalangan nasabah.
3. Memberikan wawasan kepada pembuat kebijakan terkait pengembangan sektor *fintech* dan keuangan digital, serta mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan kepercayaan terhadap layanan keuangan berbasis digital.