

Martin Fishbein's Multiattribute Analysis on Using the Pegadaian Digital Service PT Pegadaian Indonesian Pawnshop

Analisis Multiatribut Martin Fishbein Pada Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service PT. Pegadaian Indonesia

Alam Avrianto^{1*}, Ira Murwenie²⁾

¹⁾ Universitas Garut Jl. Raya Samarang No. 52A Garut 44151
alam.avrianto@uniga.ac.id

²⁾ Universitas Garut Jl. Raya Samarang No. 52A Garut 44151
iramurwenie@uniga.ac.id

Abstract: *The objective of this investigation is to assess the level of client trust and the attitude of PT. Pegadaian Indonesia toward the Pegadaian Digital Services (PDS) Application. The PDS Application is an internet-based pawn service application that was launched by PT. Pegadaian Indonesia in 2021. This study is a quantitative research study that aims to gather data from a specific group of clients of PT. Pegadaian Indonesia KCU Gegerkalong - Bandung. The data collection will be done using deliberate random sampling procedures. The analytical methodology utilized is the Martin Fishbein multi-attribute analysis model, implemented through the utilization of Ms Excel software version 13.*

The findings of this research will be advantageous in assessing the degree of perception and level of confidence that consumers of PT. Pegadaian Indonesia have in the utilization of the PDS Application. This application has been offered by PT. Pegadaian Indonesia to facilitate its online gold collateral and loan services.

Keywords: *Trust, Multiattribute, Martin Fishbein, Pegadaian Digital Service, Attitude*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengukur persepsi dan tingkat kepercayaan nasabah dari PT. Pegadaian Indonesia terhadap Aplikasi Pegadaian Digital Services (PDS) yang merupakan aplikasi layanan pegadaian *online* yang diluncurkan oleh PT. Pegadaian Indonesia sejak tahun 2021. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan *purposive random sampling* terhadap nasabah PT. Pegadaian Indonesia KCU Gegerkalong – Bandung. Metode analisis yang dipergunakan adalah model analisis multiatribut Martin Fishbein yang diolah dengan *software Ms Excell* versi 13.

Hasil analisis dari penelitian ini akan berguna untuk mengetahui sejauh mana persepsi dan tingkat kepercayaan nasabah PT. Pegadaian Indonesia dalam penggunaan Aplikasi PDS yang telah disediakan oleh PT. Pegadaian Indonesia dalam menyediakan layanan pegadaian emas dan pinjaman secara *online* kepada para nasabahnya.

Kata kunci: Kepercayaan, Mutiatribut, Martin Fishbein, Pegadaian Digital Service, Sikap

DOI: <http://dx.doi.org/10.37577/sainteks.v6i2.783>

Received: 02, 2024. Accepted: 07, 2024.

Published: 09, 2024

PENDAHULUAN

Artificial Inteligent (AI) di dalam sektor finansial di Indonesia yang saat ini lebih dikenal dengan istilah *finacial technology* (*fintech*) telah merambah dengan sangat pesat terutama pada sektor-sektor pembiayaan usaha (*business funding financial sector*) (Avrianto et al., 2023). Salah satu lembaga pembiayaan yang dikenal sangat dekat dengan kebutuhan finansial masyarakat menengah ke bawah adalah PT. Pegadaian (PT. Pegadaian Indonesia, 2022).

Saat ini, PT. Pegadaian tidak lagi berstatus BUMN melainkan anak perusahaan dari BRI dan telah tergabung dalam *holding* ultra mikro bersama dengan BRI dan PT Permodalan Nasional Madani (PNM) yang memiliki tujuan untuk meningkatkan akses permodalan bagi para pelaku bisnis ultra mikro dalam mengembangkan usaha (PT. Pegadaian Indonesia, 2021).

Pembentukan ekosistem ultra mikro antara BRI, PT. Pegadaian Indonesia, dan PT. PNM ini diharapkan akan mampu meningkatkan program-program pemanfaatan teknologi informasi, pengembangan produk dan layanan, pemasaran, hingga pengembangan SDM yang pada akhirnya mampu mendukung keberhasilan program pemulihan ekonomi nasional khususnya penguatan sektor ultra mikro. Salah satu upaya untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi layanan nasabah, PT. Pegadaian telah meluncurkan salah satu platform layanan *online* berbasis AI yaitu Aplikasi Pegadaian Digital Services (PDS) pada Bulan Januari 2019 (Siregar, 2024; PT. Pegadaian Indonesia, 2022; Karnawijaya & Siti Rokhaniyah, 2022).

Pegadaian hadir di tengah masyarakat dengan maksud untuk membantu meningkatkan perekonomian dengan cara memberikan uang pinjaman berdasarkan hukum gadai kepada masyarakat kecil, agar terhindar dari praktik pinjaman uang dengan bunga yang tidak wajar. Pegadaian berdiri atas dasar kebijakan pemerintah untuk membantu masyarakat luas yang membutuhkan solusi pendanaan, mencegah ijon, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya guna meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil serta mendukung program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional. Lembaga keuangan non bank hadir di tengah masyarakat sebagai solusi bisnis terpadu, terutama berbasis gadai (PT. Pegadaian Indonesia, 2021).

Pegadaian sebagai Perusahaan Terbatas (PT) mempunyai kedudukan strategis dalam membangun perekonomian masyarakat kecil/menengah, yaitu membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat kecil/menengah melalui jasa penyaluran kredit atas dasar hukum gadai dan usaha lain yang menguntungkan (pasal 7 P.P.103/2000) hal ini sebagai pelaksanaan dari ketentuan pasal 36 U.U.No.19/2003 tentang BUMN bahwa maksud dan tujuannya adalah "Menyelenggarakan usaha yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan jasa barang dan/atau jasa yang berkuallitas dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan yang sehat, karena dilihat dari anggaran dasarnya (pasal 7 P.P.No.103/2000) maka misi Pegadaian sebenarnya dapat dikatakan sebagai *agent of development* yaitu membantu Pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan dan memberdayakan perekonomian rakyat kecil. Oleh karena itu sudah selayaknya mendapat perhatian tambahan modal penyertaan agar Pegadaian dapat benarbenar menjalankan fungsi *Public Service Obligation* (PSO) secara benar dan konsisten (www.pegadaian.co.id/document).

Dalam pelaksanaan program Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan, PT Pegadaian Indonesia juga dianggap berhasil berkontribusi dalam peran serta pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (PT. Pegadaian Indonesia, 2022). Adapun peran PT. Pegadaian dalam mendukung pembangunan ekonomi Indonesia sebagai berikut:

1. Pegadaian memainkan peran penting dalam memperluas akses ke layanan keuangan yang memungkinkan individu dan usaha kecil untuk mengakses dana yang dibutuhkan dengan menggunakan barang pribadi sebagai jaminan. Ini dapat membantu masyarakat yang tidak memiliki akses ke layanan keuangan formal, memungkinkan mereka untuk memperoleh pembiayaan yang dibutuhkan untuk bisnis kecil, pendidikan, atau pemenuhan kebutuhan mendesak.
2. Memberikan pembiayaan kepada individu yang membutuhkannya, Pegadaian dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia. Pembiayaan yang diberikan oleh Pegadaian bisa digunakan untuk membantu masyarakat dalam mengatasi kebutuhan dasarnya, seperti pendidikan, perumahan, atau usaha kecil, yang pada gilirannya dapat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat secara luas.
3. Pegadaian memberikan pembiayaan kepada usaha mikro dan kecil (UMKM) yang merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia. Dengan menyediakan pembiayaan yang lebih mudah diakses bagi UMKM, Pegadaian dapat membantu meningkatkan produktivitas,

- pertumbuhan, dan daya saing sektor ini.
4. Pegadaian juga dapat memainkan peran dalam mendukung inisiatif berkelanjutan. Mereka dapat memberikan pembiayaan untuk investasi dalam energi terbarukan, pertanian berkelanjutan, atau proyek-proyek lingkungan lainnya. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah Indonesia untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, seperti yang tercantum dalam Rencana Pembangunan Berkelanjutan (RPJMN) dan Komitmen Indonesia dalam Perjanjian Paris.
 5. Pegadaian juga dapat membantu mengurangi tekanan pada lembaga keuangan formal seperti bank dengan memberikan alternatif pembiayaan yang lebih fleksibel dan mudah diakses. Hal ini dapat membantu mengurangi ketergantungan masyarakat pada pinjaman dari bank konvensional.

Banyaknya peran yang dikontribusikan oleh Pegadaian dalam pembangunan berkelanjutan, lembaga ini masih membutuhkan evaluasi dalam upaya meningkatkan layanannya dengan mengelola beban bunga dengan baik, berinovasi dengan teknologi untuk memasarkan diri kepada masyarakat dan menjangkau kelompok yang membutuhkan layanan mereka, serta memasukan kepatuhan terhadap regulasi agar dapat tetap relevan dan aktif mendukung perekonomian masyarakat Indonesia (Adila Indria Sutrisno et al., 2023).

Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) merupakan salah satu bentuk layanan Pegadaian berbasis *online* yang bertujuan membantu mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi Pegadaian melalui berbagai bentuk transaksi dengan fitur layanan yang telah disediakan di Aplikasi ini melalui *smartphone* (Oktavia, Tari;Fikri, 2023; Dwi et al., 2022). Keunggulan dari Pegadaian Digital Service (PDS) ini adalah nasabah atau calon nasabah hanya perlu menjalankan aplikasi pada *smartphone* miliknya kemudian dapat bertransaksi secara cepat dan nyaman. Selain itu, nasabah bisa mendapatkan pelayanan setara dengan yang diberikan oleh pelayanan di *Outlet* Pegadaian, bahkan bisa lebih cepat dari pelayanan di *Outlet* karena tidak perlu antre. Dengan aplikasi pegadaian, nasabah tidak perlu datang ke outlet untuk melakukan pembayaran cukup hanya lewat aplikasi saja kemudian dibayarkan sesuai bank yang sudah ditentukan oleh Pegadaian atau melalui ATM (Oktavia, Tari;Fikri, 2023).



Gambar 1. Rating dan Jumlah Pengguna Aplikasi PDS
Sumber; Aplikasi *Google Play Store*

Pada Gambar 1 yang diperoleh dari Aplikasi Google Play Store, Aplikasi Pegadaian Digital Service per Bulan Mei Tahun 2024 telah di *download* kurang lebih sebanyak 5 juta pengunggah

dengan rating 2,9/50. Artinya, meskipun jumlah pengunduh aplikasi PDS cukup banyak, namun rating terhadap aplikasi PDS yang diberikan oleh pengguna masih sangat rendah.

Sedangkan berdasarkan data yang diperoleh dari Laporan Kinerja Berkelanjutan PT. Pegadaian Tahun 2022, diketahui bahwa penggunaan aplikasi PDS terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya dan hal ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja PT. Pegadaian yang tercermin pada capaian laba perusahaan sebesar 3,2 Trilyun Rupiah pada Kuartal III Tahun 2023. Jumlah pengguna Aplikasi PDS pada 2021 juga naik 49,2% *year-on-year (YoY)* menjadi 5,3 juta pengguna atau tumbuh 35,7% pada akhir tahun 2022. Namun pada dasarnya, jumlah nasabah pengguna Aplikasi PDS tersebut masih pada kisaran 25% dari 20,6 juta total nasabah di tahun yang sama. Artinya, masih terdapat kesenjangan (*gap*) empirik yang cukup besar antara nasabah pengguna layanan konvensional dengan pengguna layanan *online* dan hal ini sangat menarik untuk diteliti terutama dalam menilai minat nasabah dalam memanfaatkan layanan *online* berbasis AI sekaligus mengukur pengaruhnya terhadap kinerja PT. Pegadaian.

Fungsi utama Aplikasi PDS diciptakan untuk mempermudah nasabah Pegadaian dalam melakukan berbagai macam transaksi, antara lain; melakukan pengajuan pinjaman, mengetahui informasi semua cabang dari Pegadaian di seluruh Indonesia, mengetahui pembaruan harga jual atau beli emas untuk setiap harinya, melakukan pembayaran PLN, telepon, BPJS KS, pembayaran cicilan gadai, dan tabungan emas secara *online* (Thufaillah et al., 2023). Masing-masing dari fitur tersebut mempunyai beberapa layanan yang dapat mempermudah nasabah dalam melakukan berbagai macam proses atau transaksi pinjaman dan investasi emas (Dwi et al., 2022).

Namun, dalam penggunaan aplikasi tentunya tidak selalu berjalan dengan lancar. Setiap aplikasi AI pada umumnya memiliki beberapa kelemahan dan kendala. Menurut beberapa hasil penelitian terdahulu (Adila et al., 2023; Katili, 2022; Fadhilah & Putri, 2021) ditemukan adanya beberapa kelemahan dan kendala yang sering dialami nasabah dalam menggunakan aplikasi PDS yaitu antara lain:

- a) Transaksi yang tertunda, salah satu kendala yang sering terjadi adalah transaksi yang tertunda. Misalnya nasabah sudah mengisi saldo di tabungan emas namun saldo di aplikasi belum bertambah padahal sudah melakukan transaksi. Hal ini dapat terjadi karena sinyal atau jaringan yang terganggu, atau mungkin ada kendala pada pihak PT. Pegadaian sehingga terjadinya keterlambatan dalam transaksi.
- b) Masih banyak nasabah yang gaptak (gagap teknologi), saat ini masih banyak nasabah yang belum mengerti cara menggunakan aplikasi ini. Hal ini dapat menjadi kendala bagi nasabah pada saat menggunakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) ini. Karena tidak mengerti, akhirnya nasabah mengalami kesulitan pada saat menggunakan aplikasi ini.
- c) Jaringan internet yang jelek atau mengalami gangguan. Selain kendala yang sudah disebutkan di atas, adapun kendala dalam jaringan internet. Jaringan internet yang buruk atau terganggu dapat disebabkan oleh posisi rumah yang jauh dari pusat kota, atau jenis kartu internetnya yang mempengaruhi baik atau buruknya jaringan internet, atau spesifikasi *smartphone* yang tidak kompatibel dengan aplikasinya.

Penggunaan aplikasi PDS ini dalam penerapannya belum berjalan secara efektif. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama kegiatan, kendala yang dihadapi terkait aplikasi ini antara lain; 1) kurangnya pemahaman nasabah terhadap cara penggunaan aplikasi seperti ketidaktahuan nasabah bagaimana penggunaan, 2) aplikasi yang sering mengalami *error*; kesulitan pengisian data diri untuk membuka tabungan emas, pengaktifan CIF yang harus datang langsung ke *outlet*, dan 3) kendala dalam memverifikasi e-mail (Siregar, 2024; Thufaillah et al., 2023) .

Berdasarkan hasil temuan sebelumnya (Adila et al., 2023; Katili, 2022; Fadhilah & Putri, 2021; Siregar, 2024; Thufaillah et al., 2023), maka penelitian ini bermaksud untuk mengkonfirmasi dan membuktikan fakta-fakta empirik melalui analisis deskriptif kuantitatif yang berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu menggunakan pendekatan multi atribut Martin Fishbein.

Pendekatan multi atribut Martin Fishbein, pertama kali dikembangkan oleh dan Ajzen & Fishbein (1970) dan Fishbein (1977) untuk mengevaluasi tindakan berencana seorang pasien dalam memelihara kesehatannya melalui sudut pandang psikologi. Menurut Fishbein (1977), kesehatan dan kesembuhan seorang pasien dipengaruhi oleh sikap dan kepercayaannya terhadap motivasi dirinya untuk dapat sembuh dari suatu penyakit yang dideritanya dan persepsi terhadap penyakit tersebut. Ada kalanya, persepsi positif terhadap suatu penyakit yang diderita seseorang mendorong tingkat kesembuhan yang lebih cepat dibandingkan dengan seorang pasien yang memiliki persepsi negatif. Artinya, secara psikologis dapat dikatakan bahwa tingkat kesembuhan seorang pasien dapat disebabkan oleh sikap dan kepercayaannya terhadap penyakit tersebut (Ajzen, 1991; Fishbein, 1977; Ajzen & Fishbein, 1970).

Theory of Reasoned Action (TRA) dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein tersebut menyatakan bahwa prediksi terbaik mengenai perilaku seseorang adalah berdasarkan minat orang tersebut. Minat perilaku didasari oleh 2 (dua) faktor utama, yaitu : 1) kepercayaan individu atas hasil dari perilaku yang dilakukan dan 2) persepsi individu atas pandangan orang-orang terdekat individu terhadap perilaku yang dilakukan (Ajzen, 2012). Artinya, perilaku yang dilakukan oleh seorang individu, tidak saja didasari oleh pandangan atau persepsi yang dianggap benar oleh individu, melainkan juga memperhatikan pandangan atau persepsi orang lain yang dekat atau terkait dengan individu (Conner, 2020; Ajzen, 2012; Ajzen & Fishbein, 2011).

Teori Tindakan Beralasan atau disebut juga *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan tentang perilaku yang berubah berdasarkan hasil dari niat perilaku, dan niat perilaku dipengaruhi oleh norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku (Bellová & Špírková, 2021; Novianti & Uswati Dewi, 2018; Ajzen & Fishbein, 2011). Norma subjektif mendeskripsikan kepercayaan individu mengenai perilaku yang normal dan dapat diterima dalam masyarakat, sedangkan untuk sikap individu terhadap perilaku berdasarkan kepercayaan individu atas perilaku tersebut (Hennessy & Bleakley, 2012; Ajzen & Fishbein, 2011).

Meskipun TRA berkembang dalam ranah ilmu psikologi, namun secara fundamental masih berhubungan dengan pola perilaku dan psikologi manusia dalam mengambil suatu keputusan berdasarkan persepsi terhadap pengalaman yang telah diperolehnya (Conner, 2020; Bellová & Špírková, 2021; Novianti & Uswati Dewi, 2018; Ajzen & Fishbein, 2011). Berdasarkan konsep dasar TRA tersebut, maka dalam penelitian ini dicoba untuk menganalisis persepsi pengguna aplikasi PDS khususnya pada nasabah PT. Pegadaian KCU Gegerkalong Bandung.

METODOLOGI

Objek penelitian menjadi salah satu aspek penting di dalam penelitian. Objek penelitian merupakan suatu hal yang dieksplorasi dan juga diteliti di dalam berlangsungnya penelitian. Dengan melakukan analisis informasi yang mendalam mengenai objek penelitian, maka didapatkan cara untuk dapat menciptakan ruang (Zikmund et al., 2013).

Ruang tersebut bermanfaat untuk menghasilkan pertanyaan, pemahaman yang baru, hingga konsep yang baru. Objek penelitian yang terdengar sederhana ini sangat penting karena di dalamnya menjelaskan mengenai apa atau siapa yang menjadi objek penelitian. Hal ini karena objek penelitian bertujuan untuk mendukung dan juga menjelaskan apa yang ada di dalam penelitian (Sekaran & and Roger Bougie, 2013).

Umumnya, objek penelitian ini mengacu pada berbagai hal khusus, misalnya orang, benda, tempat, dan berbagai fenomena yang sifatnya bisa diukur dengan cara tertentu. Tujuannya di dalam penelitian adalah untuk menggambarkan dan juga menjelaskan mengenai apa saja objek yang ada di dalamnya (Sekaran & and Roger Bougie, 2013; Sekaran, 2016).

Karena objek penelitian merupakan sebuah objek atau fenomena yang ada di dunia material, sehingga jumlah atau besarnya tidak terpengaruh atau berubah karena aktivitas atau ulah manusia. Perlu dipahami bahwa objek penelitian menjadi pengetahuan yang sedang dikerjakan oleh seorang peneliti atau ilmuwan yang topiknya erat dengan pembahasan penelitian (Zikmund et al., 2013).

Objek penelitian juga kerap dianggap sebagai rumusan masalah atau isu yang dikaji di dalam penelitian yang mana di dalam objek penelitian terdapat sekumpulan sumber daya yang menyatukan berbagai konten tentang investigasi atau pekerjaan dan di dalam konteks publikasi, objek penelitian mendukung apa yang dideskripsikan di dalam makalah yang berisi alat, kumpulan data, kueri, dan eksekusinya (Sekaran, 2016; Zikmund et al., 2013).

Penelitian ini akan mengambil sampel dari PT. Pegadaian Indonesia KCU Gegerkalong Kota Bandung yang secara administrasi tercatat sebagai nasabah tetap adalah sebanyak 325 orang nasabah, dimana nasabah pegadaian di kantor tersebut merupakan target populasi pada penelitian ini. Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis menggunakan model multiatribut *Martin Fishbien*.

Studi lapangan ini akan dimulai dengan survei terhadap nasabah PT. Pegadaian Indonesia KCU Gegerkalong - Kota Bandung untuk mengumpulkan data tentang sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*belief*) terhadap fitur Aplikasi PDS, untuk selanjutnya melakukan jajak pendapat (*gallub test*) dan penyebaran kuesioner penelitian terkait *System Quality*, *Information Quality* dan *Service Quality* yang disediakan dalam platform Aplikasi PDS.

Data penelitian akan diolah dengan menggunakan analisis *Martin Fishbein* untuk mendapatkan gambaran tentang sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*belief*) nasabah terhadap Aplikasi PDS. Model Sikap Fishbein pada prinsipnya akan menghitung A_o (*Attitude toward the object*), yaitu sikap (reaksi) seseorang terhadap suatu obyek yang dikenali melalui atribut-atribut yang melekat pada obyek tersebut dengan menggunakan rumus berikut :

$$A_o = \sum(b_i \times e_i)$$

Dimana :

A_o = sikap terhadap layanan Aplikasi PDS

b_i = keyakinan konsumen terhadap *atribut System Quality, Information Quality* dan *Service Quality* dari Aplikasi PDS, setelah menggunakannya

e_i = evaluasi kepercayaan konsumen terhadap atribut *System Quality, Information Quality* dan *Service Quality* dari Aplikasi PDS

Σ = penjumlahan dari n atribut yang diukur

Penerapan analisis *Fishbein* dengan menggunakan *software MS. Excell* versi 13 dan dipetakan dalam grafik *semantic deferencial*. Teknik ini akan mengukur sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*belief*) yang dilakukan nasabah berdasarkan atribut-atribut (*multiatribut*) sebagai berikut :

Tabel 1. Variabel Dan Multiatribut Martin Fishbein

PRODUK	PEGADAIAN DIGITAL SERVICES (PDS)	
VARIABEL	Sikap (Attitude) (X1)	Kepercayaan (Belief) (X2)
ATRIBUT		
AKSESIBILITAS		
KUALITAS		
FITUR		
JARINGAN		
KEBUTUHAN		

Pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini akan diukur bagaimana gambaran tingkat sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*belief*) nasabah PT. Pegadaian KCU Gegerkalong berdasarkan indikator atribut-atribut ; 1) Aksesibilitas aplikasi PDS, 2) Kualitas

aplikasi, 3) Fitur aplikasi, 4) Jaringan aplikasi, dan 5) Tingkat kebutuhan aplikasi. Sedangkan skala yang dipergunakan untuk penilaian atribut adalah skala *Linkert* dengan kualifikasi sebagai berikut ;

Tabel 2. Skala Atribut

X	SKALA PERSEPSI
5	SANGAT BAIK
4	BAIK
3	CUKUP
2	KURANG
1	SANGAT KURANG

Adapun jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 350 orang nasabah per 31 Desember 2023 yang terdaftar pada PT. Pegadaian Indonesia KCU Gegerkalong – Bandung. Sedangkan ukuran sampel minimal dari 50 responden, yang diperoleh dari formula Slovin (Sugiyono, 2011), sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{350}{1 + 350 \times 0,05^2} = 48,5 \approx 50$$

Pengambilan sampel responden pada penelitian ini akan dilakukan secara acak dengan menggunakan teknik *pupossive random sampling* (Sugiyono, 2011) terhadap nasabah PT. Pegadaian Indonesia KCU Gegerkalong - Bandung dengan memilih dan memilah jenis kelamin, profesi dan tingkat penghasilan, besar/kecil simpanan, besar/kecil nilai gadai ataupun nasabah baru atau lama namun dengan syarat nasabah tersebut telah mengunduh dan menggunakan aplikasi PDS pada *smartphone*-nya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sikap (*attitude*) dan perilaku konsumen atau nasabah pada dasarnya merupakan bagaian dari tindakan terencana dan dipicu oleh berbagai pengalaman pribadi yang dialami oleh konsumen atau nasabah tersebut dalam suatu peristiwa atau kejadian (*event*) tertentu (Conner, 2020; Bellová & Špírková, 2021; Novianti & Uswati Dewi, 2018; Ajzen & Fishbein, 2011). Sehingga dapat dikatakan bahwa analisis multi atribut Fishbein berfokus pada prediksi sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*belief*) seorang konsumen atau nasabah terhadap obyek atau produk tertentu yang dihasilkan oleh produsen.

Prediksi sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*belief*) seorang konsumen atau nasabah pada akhirnya akan menghasilkan gambaran tentang tingkat kepuasan, kebutuhan hingga ketergantungan terhadap obyek atau produk tersebut. Sikap ini akan membentuk keyakinan yang didasari oleh harapan dan kenyataan yang telah dinikmati oleh konsumen atau nasabah tersebut setelah menggunakan produk tersebut secara berulang (Conner, 2020; Bellová & Špírková, 2021).

Berdasarkan hasil pengambilan data penelitian terhadap responden nasabah PT. Pegadaian KCU Gegerkalong maka didapat gambaran tentang persepsi atas sikap (*attitude*) dan kepercayaan (*belief*) terhadap penggunaan aplikasi PDS pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Data Responden Terhadap Atribut Penelitian

Respon den	Sikap (Attitude)(X1)					Kepercayaan (Belief) (X2)					EVALUASI	
	Aksesibil itas	Kuali tas	Fitur	Jaring an	kebutuh an	Aksesi bilitas	Kualit as	Fitur	Jaring an	kebutuh an	Attitude	Belief
R1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	107.5	107.5
R2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	107.5	107.5
R3	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	102.98	90.4
R4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	95.04	99.04

R5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	107.5	103.2
R6	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	103.24	90.04
R7	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	103.24	103.18
R8	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	94.78	94.74
R9	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	102.98	99.04
R10	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	98.72	103.34
R11	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	98.72	94.62
R12	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	94.78	68.8
R13	4	4	2	1	5	5	4	5	5	4	69.32	99.04
R14	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	90.52	90.4
R15	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	90.52	94.72
R16	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	107.5	94.74
R17	3	4	3	5	3	1	2	2	3	2	77.8	43.12
R18	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	94.78	99.04
R19	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	86.26	99.04
R20	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	68.76	77.54
R21	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	90.52	94.72
R22	3	5	3	4	1	2	3	5	4	4	68.5	77.56
R23	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	86	81.68
R24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	86	90.32
R25	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	103.24	99.04
R26	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	107.5	103.2
R27	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	94.78	81.58
R28	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	98.72	103.2
R29	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	90.52	86
R30	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	94.78	90.32
R31	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	86	90.3
R32	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	90.52	86
R33	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	90.52	85.88
R34	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	90.52	90.3
R35	4	2	2	4	5	3	3	5	5	4	74.36	86.28
R36	2	2	3	4	5	3	3	4	5	4	69.42	81.96
R37	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	95.04	107.5
R38	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	102.98	107.5
R39	4	4	2	5	5	4	5	3	5	5	87.4	94.56
R40	5	4	4	5	5	5	4	3	3	3	99.42	77.26
R41	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5	95.34	99.02
R42	5	4	1	5	5	5	5	4	5	5	87.96	103.18
R43	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	95.34	94.72
R44	5	5	1	5	5	5	5	4	3	3	92.22	85.74
R45	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	91.08	94.62
R46	5	4	3	5	5	5	5	5	3	4	95.6	94.36
R47	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	95.34	99.04
R48	5	4	2	5	5	5	5	3	5	5	91.78	98.86

R49	5	4	3	4	5	5	5	5	3	4	91.08	94.36
R50	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	94.34	86.12
Rata-rata	4.38	4.26	3.82	4.52	4.52	4.3	4.16	4.32	4.42	4.3	92.7852	92.4844

Sumber: Data penelitian diolah, 2024

Adapun langkah analisis berikutnya adalah menghitung *covariance* dari masing-masing variabel, yaitu sikap (*attitude*) (X1) dan kepercayaan (*belief*) (X2) dengan menggunakan rumus Ao pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Covariance

EVALUASI ATTITUDE	SKALA	ATRIBUT
	7.17	FITUR
	5.23	AKSESIBILITAS
	4.27	JARINGAN
	3.52	KEBUTUHAN
	3.25	KUALITAS
EVALUASI BELIEF		
	7.09	KEBUTUHAN
	5.71	KUALITAS
	5.33	AKSESIBILITAS
	5.61	JARINGAN
	5.28	FITUR

Sumber: Data penelitian diolah, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 4 diketahui bahwa hasil evaluasi sikap (*attitude*) nasabah PT. Pegadaian KCU Gegerkalong lebih didorong oleh persepsi terhadap fitur aplikasi PDS (7,17). Artinya nasabah pegadaian sangat terkesan dengan fitur aplikasi tersebut yang dinilai menarik dan interaktif untuk digunakan. Sedangkan atribut kualitas memiliki nilai *covariance* paling rendah yaitu 3,25 yang artinya, nasabah masih menyimpan kekecewaan terhadap kinerja aplikasi tersebut dalam penyediaan layanan transaksi *online*. Kondisi ini sesuai dengan hasil penelitian yang menemukan kendala pada aplikasi yang sering mengalami *error* (Thufailah et al., 2023).

Sedangkan hasil evaluasi terhadap kepercayaan (*belief*) diketahui bahwa atribut kebutuhan memperoleh nilai *covariance* tertinggi yaitu sebesar 7,09. Artinya, nasabah sangat menyadari pentingnya aplikasi PDS dalam mengelola fleksibilitas dan mobilitas nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran pinjaman dan tabungan investasi emas secara *online*.

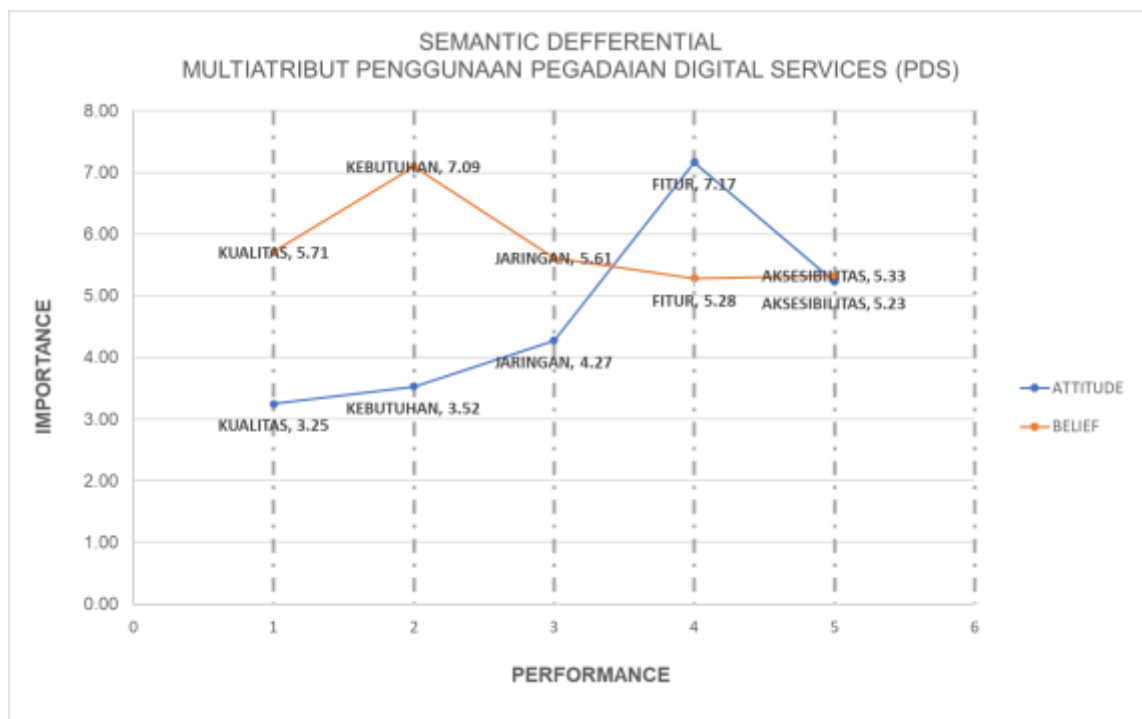
Langkah analisis muti atribut selanjutnya adalah memetakan hasil perhitungan *covariance* masing-masing atribut variabel dalam bentuk data *semantic differencial* untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja aplikasi PDS yang dipaparkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis *Semantic Defferential* Penggunaan Aplikasi PDS

ATRIBUT	ATTITUDE	SKALA PERSEPSI	BELIEF	SKALA PERSEPSI
KUALITAS	3.25	Sangat Kurang	5.71	Cukup baik
KEBUTUHAN	3.52	Baik	7.09	Sangat Baik
JARINGAN	4.27	Kurang	5.61	Baik
FITUR	7.17	Sangat Baik	5.28	Baik

AKSESIBILITAS 5.23 Cukup Baik 5.33 Baik

Sumber: Data penelitian diolah, 2024



Sumber: Data penelitian diolah, 2024

Gambar 2. Grafik Importance Performance Analysis Aplikasi PDS Berdasarkan Analisis Multiatribut Martin Fishbein

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa variabel sikap (*attitude*) sebagai variabel X1 menunjukkan bahwa atribut kualitas memiliki tingkat kinerja yang sangat rendah (nilai 1) meskipun kepentingannya sangat dibutuhkan oleh nasabah. Sedangkan atribut keputuhan akan aplikasi PDS terus menjadi dorongan dan motivasi nasabah untuk mengunduh aplikasi ini meskipun mungkin dengan frekuensi penggunaan yang masih terbatas. Artinya, secara sikap (*attitude*), nasabah PT. Pegadaian KCU Gegerkalong masih mempertimbangkan kebutuhan aplikasi PDS agar dapat menikmati kemudahan dan mobilitas transaksi tertentu tanpa harus kehilangan waktu menggunakan layanan *offline*.

Sedangkan pada hasil variabel kepercayaan (*belief*) diketahui bahwa atribut kualitas juga mendapatkan nilai prediksi yang rendah (nilai 1) dan atribut fitur mendapat nilai kinerja tertinggi yaitu nilai 4 dengan tingkat kepentingan sebesar 7,17. Artinya, harapan nasabah masih terpenuhi akan menariknya fitur aplikasi PDS ini dan mudah diakses (nilai kepentingan 5,33 dan kinerja 5). Artinya, aplikasi PDS masih sangat dibutuhkan dan menarik untuk digunakan oleh nasabah dalam melakukan transaksi di pegadaian dan berharap aplikasi tersebut terus ditingkatkan kualitas kerjanya terutama pada sisi kualitas, aksesibilitas dan jaringan. Semakin baik aplikasi PDS dikembangkan maka ada kemungkinan besar para nasabah PT. Pegadaian akan lebih mengutamakan transaksi secara *online* dibandingkan harus berkunjung di *counter* PT. Pegadaian secara langsung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui dengan jelas bahwa memang masih terdapat beberapa masalah dan kendala pada kualitas dan jaringan. Sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dapat dikonfirmasi bahwa kendala aplikasi PDS membutuhkan penanganan yang serius terutama dalam hal pengembangan aksesibilitas aplikasi tersebut. Kemudahan, mobilitas,

fleksibilitas layanan pegadaian masih memiliki peluang yang cukup besar untuk ditingkatkan dan akan mamapu menarik lebih besar nasabah untuk bertransaksi secara *online*.

Adapun kelemahan dari penelitian ini adalah belum adanya uji validitas data yang akan mampu memberikan keabsahan atas hasil olah data penelitian yang disajikan, Sehingga untuk penelitian selanjutnya menjadi hal yang sangat dianjurkan untuk menambahkan uji validitas dan realibilitas terhadap data yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila Indria Sutrisno, F., Perwira Ompusunggu, D., & Hukom, A. (2023). Analisis Peran Lembaga Keuangan (Pegadaian) Terhadap Pengembangan Perekonomian Masyarakat Umum (Usaha Umkm). *Gema Ekonomi*, 12(2), 487–497. <https://doi.org/10.36418/gemaekonomi.v12i2.2600>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Process*, 50(1), 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Ajzen, I. (2012). Martin Fishbein ' s Legacy : The Reasoned Action Approach. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 10–28. <https://doi.org/10.1177/0002716211423363>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1970). The Prediction of Behavior From Attitudinal And Normative Variables. *Journal of Experimental Social Psychology*, 6(4), 466–487. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(70\)90057-0](https://doi.org/10.1016/0022-1031(70)90057-0)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2011). Attitudes and The Attitude- Behavior Relation : Reasoned and Automatic Processes. *European Review of Social Psychology*, 11(December 2013), 1–33.
- Avrianto, A., Murwenie, I., Hassanudin, A. F., Lestari, D. F., & Puspa, R. (2023). Evaluasi Pengambilan Keputusan Penggunaan Media Online Pada Kelompok Usaha D'Amerta Berniaga Bandung. *Sainteks: Jurnal Sain Dan Teknik*, 5(199).
- Bellová, J., & Špírková, T. (2021). The Theory of Planned Behaviour as a Research Tool an Connection with Tax Law and Economics. *Financial Law Review*, 21(21 (1)), 1–15. <https://doi.org/10.4467/22996834flr.21.001.13284>
- Bhagya, T. G. (2021). Analisis Faktor Kualitas Produk yang Menentukan Kepuasan Konsumen. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 3(1), 41-49.
- Conner, M. (2020). Theory of Planned Behavior - Theory Overview. In G. T. and R. C. Eklund (Ed.), *Handbook of Sport Psychology* (4th ed., pp. 1–17). John Wiley & Sons, Inc.
- Dwi, A., Ristiyantina, R., & Sulistiyani, E. (2022). Influence Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived of Trust on Decisions to Use the Application of Pegadaian Digital Services by Customers at PT Pegadaian (Persero) Ungaran Branch Office. *Jurnal JOBS*, 8(1), 47–58.
- Fadhilah, J. R., & Putri, N. E. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service di Pegadaian Cabang Tarandam Kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 5(4), 1158–1167. <https://doi.org/10.36312/jisip.v5i4.2501/http>
- Fishbein, M. (1977). Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research Icek. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918. <https://doi.org/10.1007/s11614-012-0060-4>
- Hennessy, M., & Bleakley, A. (2012). Measurement Models for Reasoned Action Theory. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, (March), 42–57. <https://doi.org/10.1177/0002716211424709>
- Karnawijaya, N., & Siti Rokhaniyah. (2022). Pegadaian Digital Service : Upaya Peningkatan Inklusi Keuangan Segmen Bisnis Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 708–725. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.718>
- Katili, E. A. J. Y. L. I. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Pegadaian Digital Service (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian Cabang Limboto). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JAMBURA)*, 5(1), 305–314.
- Novianti, A. F., & Uswati Dewi, N. H. (2018). An Investigation of the Theory of Planned Behavior

- and the Role of Tax Amnesty in Tax Compliance. *The Indonesian Accounting Review*, 7(1), 79. <https://doi.org/10.14414/tiar.v7i1.961>
- Oktavia, Tari;Fikri, L. . K. H. Z. W. L. H. K. (2023). Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Dalam Mempermudah Pelayanan Transaksi Nasabah di PT . Pegadaian (Persero) Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka (EMBA)*, 2(2), 30–37.
- PT. Pegadaian Indonesia. (2021). *Laporan Tahunan 2021: Empowering Core Business and Resilience through Digitalization*.
- PT. Pegadaian Indonesia. (2022). *Laporan Tahunan 2022; Perluasan Ekosistem yang Inklusif dan Empowering*.
- Sekaran, U. (2016). *Research Methods for Business* (8th ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Sekaran, U., & and Roger Bougie. (2013). *Research methods for business: A skill building approach* (6th ed.). John Willey & Sons.
- Siregar, N. A. R. M. I. P. . (2024). Penerapan Layanan Aplikasi Pegadaian Digital Service terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian CP. Medan Utama. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 198–205.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. In *Bandung Alf* (p. 143). Alfabeta.
- Thufaillah, S. Y., Hidayati, S., Pembangunan, U., Veteran, N., Pembangunan, U., Veteran, N., Korespondensi, P., Service, P. D., & Service, P. D. (2023). Analisis SWOT Penggunaan Layanan Aplikasi Pegadaian Digital Service. *Journal of Young Entrepreneurs*, 2(4), 36–53.
- Zikmund, W. G., Carr, J. C., Babin, B., & Griffin, M. (2013). *Business Research Methods*.