Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/ijmst
Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 897-906
P-ISSN: 2986-6790, e-ISSN: 2986-6782

Analisis Penerimaan Aplikasi Tring Pegadaian Menggunakan Technology Acceptance Model di Cabang Jakabaring

Akhmad Syarifullah, Muhamad Son Muarie
Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
akhmadsyarifullah1011@gmail.com, muhamadsonmuari@radenfatah.ac.id

Abstrak

Penerimaan nasabah atas kanal digital tidak muncul dengan sendirinya sebagai kelanjutan transformasi digital di sektor jasa keuangan. Dengan mengambil PT Pegadaian Cabang Jakabaring Palembang sebagai lokasi kajian, penelitian ini menelaah bagaimana nasabah menerima Aplikasi Tring Pegadaian, menemukan faktor yang menahan penerimaan tersebut, dan menyusun intervensi edukasi yang dapat dijalankan sendiri oleh kantor cabang. Desain yang dipakai adalah studi kasus tunggal berpendekatan kualitatif, berlangsung 2 Juni hingga 11 Juli 2026. Sumber data berupa observasi partisipatif di bagian Front Office, wawancara tidak terstruktur dengan petugas pelayanan, serta dokumentasi kegiatan, yang selanjutnya diolah melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan Technology Acceptance Model sebagai kerangka penafsiran. Pemanfaatan aplikasi yang teramati mencakup registrasi akun, pembayaran angsuran, Tabungan Emas, informasi produk, dan pembayaran tagihan; nasabah memperoleh kemudahan akses, sedangkan perusahaan memperoleh pengurangan kepadatan pelayanan. Dari lima kendala yang teridentifikasi, empat di antaranya berasal dari pengguna dan bukan dari fungsionalitas sistem, yakni nasabah belum mengetahui keberadaan aplikasi, pemahaman fitur yang belum merata, kemampuan menggunakan telepon pintar yang terbatas pada nasabah lanjut usia, serta kebiasaan dilayani secara langsung. Apabila kendala tersebut dibaca melalui model yang digunakan, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan menurun pada waktu yang sama, dan tahap registrasi akun tampil sebagai titik putus yang kritis. Petugas Front Office bekerja sebagai faktor pengaruh sosial yang sanggup memulihkan kedua persepsi itu. Lima intervensi edukasi diusulkan tanpa menuntut pengembangan sistem baru.

Kata kunci: Aplikasi Tring Pegadaian, Penerimaan Pengguna, Technology Acceptance Model, Literasi Digital, Edukasi Nasabah

Abstract

In the financial services sector, customer acceptance of a digital channel does not follow automatically from digital transformation. Taking PT Pegadaian Jakabaring Branch in Palembang as its setting, this study examines how customers accept the Tring Pegadaian application, what holds that acceptance back, and what educational measures a branch office can carry out on its own. The design was a qualitative single case study, conducted 2 June to 11 July 2026. Data came from participant observation in the Front Office unit, unstructured interviews with service staff, and documentation of activities, processed through data reduction, data display, and conclusion drawing, with the Technology Acceptance Model as the interpretive framework. The uses observed were account registration, instalment payment, Gold Savings, product information, and bill payment; customers gained easier access and the company saw service congestion decline. Of the five barriers identified, four arise from users rather than from system functionality: customers are unaware the application exists, their grasp of its features is uneven, elderly customers lack smartphone proficiency, and the habit of being served over the counter persists. Seen through the model, perceived usefulness and perceived ease of use fall at once, with account registration as the critical drop-off point. Front Office staff act as a social influence factor able to restore both perceptions. Five educational interventions are proposed, none requiring new system development: visual information media, education during queue waiting time, a digital assistance desk, an education checklist, and periodic digital reminders.

Keywords: Tring Pegadaian Application, User Acceptance, Technology Acceptance Model, Digital Literacy, Customer Education

1. Pendahuluan

Penerimaan nasabah tidak otomatis lahir dari tersedianya aplikasi layanan keuangan digital. Jarak antara kesiapan sistem di satu sisi dan kesiapan pengguna di sisi lain merupakan persoalan pokok yang ditelaah dalam artikel ini.

Pada perusahaan jasa keuangan, transformasi digital kini ditempatkan sebagai strategi utama untuk memperbaiki mutu pelayanan, mempersingkat proses bisnis, dan memperluas jangkauan layanan kepada masyarakat. Teknologi informasi yang dimanfaatkan dengan baik bukan sekadar menaikkan efektivitas operasional, melainkan juga melahirkan nilai tambah bagi organisasi berupa pelayanan yang lebih cepat serta lebih mudah dijangkau (Laudon & Laudon, 2022).

PT Pegadaian, Badan Usaha Milik Negara yang bergerak pada jasa keuangan berbasis gadai, menempuh jalur serupa dengan membangun Aplikasi Tring Pegadaian. Aplikasi tersebut menyatukan pembayaran angsuran, pembukaan Tabungan Emas, pembelian emas, transaksi gadai, pembayaran tagihan, dan informasi produk dalam satu platform seluler (PT Pegadaian, 2024). Ketersediaan fitur sendiri belum menjamin keberhasilan layanan digital. Menurut O'Brien dan Marakas (2011), sistem informasi berwujud kombinasi terorganisasi antara manusia, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, data, dan prosedur; manusia karena itu merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan dari sistem. Aplikasi yang secara teknis sudah lengkap pun dapat berakhir tanpa dimanfaatkan apabila penggunanya belum mampu mengoperasikannya.

Kesenjangan itu terbaca pula pada kondisi agregat di Indonesia. Indeks inklusi keuangan tercatat 80,51 persen pada Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2025, sedangkan indeks literasi keuangan berhenti pada 66,46 persen (Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik, 2025). Menelaah kesenjangan tersebut secara konseptual, Aprilianti dkk. (2026) menyimpulkan bahwa teknologi finansial berpotensi memperlebar jarak antara akses dan pemahaman, sebab platform digital umumnya lebih mengutamakan kemudahan akses daripada pemahaman penggunanya. Pada tataran lembaga, kesenjangan serupa berwujud aplikasi yang sudah tersedia tetapi belum dimanfaatkan nasabah secara optimal.

Kerangka untuk menjelaskan kondisi tersebut tersedia pada kajian penerimaan teknologi. Melalui Technology Acceptance Model, Davis (1989) menempatkan persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai penentu penerimaan seseorang atas suatu teknologi, yang pada tahap berikutnya membentuk niat dan perilaku penggunaan. Model tersebut dikembangkan Venkatesh dan Davis (2000) menjadi TAM2 dengan memasukkan faktor pengaruh sosial, termasuk norma subjektif dan citra, sebagai penentu persepsi kemanfaatan. Ditinjau dari sisi pelayanan, lima dimensi kualitas pelayanan yang dirumuskan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), di antaranya daya tanggap dan empati, ikut menentukan apakah suatu layanan dirasakan memudahkan atau justru menyulitkan pelanggan.

Penerapan kerangka penerimaan teknologi pada aplikasi keuangan digital di Indonesia sudah cukup banyak dijumpai. Penerimaan pengguna terhadap aplikasi belanja daring diukur Pibriana (2020) dengan TAM, sementara Rosmasari dkk. (2024) memakai model yang sama pada aplikasi BRImo dan memperoleh temuan bahwa persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan keduanya berpengaruh terhadap penerimaan. Perilaku pengguna BRImo ditelaah Hasanah dkk. (2025) melalui perluasan model tersebut, sedangkan Winata dkk. (2025) menguji penerimaan aplikasi yang sama dengan menggabungkan UTAUT dan Theory of Planned Behavior. Sofiyah dkk. (2026) menelaah penerimaan BRImo pada kalangan mahasiswa dan menyimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan serta persepsi kemudahan penggunaan sama-sama mendorong penggunaan aplikasi. Kajian-kajian itu seluruhnya ditempuh melalui survei atas pengguna yang sudah aktif memakai aplikasi.

Pola yang sama tampak pada kajian terdahulu yang secara khusus mengambil aplikasi digital PT Pegadaian sebagai objek. Dengan TAM2 dan 94 responden di Kabupaten Wajo, Razak, Hidayat, dan Arwien (2020) menguji adopsi aplikasi Pegadaian Digital Service; hasilnya menempatkan kualitas hasil sebagai penentu terkuat persepsi kemanfaatan, sementara persepsi citra tidak berpengaruh signifikan. Masih pada aplikasi yang sama, Putri, Setiawan, dan Lestari (2025) memakai UTAUT3 yang diperluas dengan kepercayaan atas 100 pengguna aktif; ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan keinovatifan pribadi terbukti berpengaruh terhadap niat penggunaan, sedangkan penggunaan nyata hanya ditentukan oleh kebiasaan. Pandia dan Andika (2026) memperluas TAM dengan variabel kepuasan dan keakraban untuk menguji niat penggunaan Aplikasi Tring by Pegadaian di Yogyakarta, lalu menyimpulkan bahwa adopsi ditentukan bukan hanya oleh manfaat yang dirasakan, melainkan juga oleh kemudahan mengakses aplikasi.

Sejauh ini, pendekatan kualitatif atas Aplikasi Tring Pegadaian baru hadir lewat laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pendampingan terhadap nasabah Pegadaian UPC Segiri Samarinda dalam memakai aplikasi untuk investasi emas dilakukan Nikmah dan Rohana (2025), yang mencatat tiga kendala, yaitu verifikasi yang gagal, literasi digital yang rendah, serta kekhawatiran soal keamanan. Kegiatan sejenis ditempuh Ayu, Auliya, dan Damayanti (2026) di Pegadaian Cabang Kepanjen, dengan laporan bahwa arahan petugas Pegadaian lebih

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.14664
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

dipercaya sebagian nasabah daripada arahan dari pihak lain. Kedua laporan memaparkan jalannya kegiatan beserta hasilnya, tetapi temuan lapangannya belum ditafsirkan melalui kerangka penerimaan teknologi, sehingga kaitan antara kendala yang muncul dan konstruk teoretis yang terkena dampaknya masih belum terjelaskan.

Pada kajian kuantitatif terdahulu, pengguna aplikasi ditempatkan sebagai responden survei sehingga unit analisisnya berupa persepsi individu yang sudah menjadi pengguna. Proses yang berlangsung sebelum itu belum terjangkau, yakni cara nasabah yang belum mengenal aplikasi diperkenalkan pada layanan digital serta pihak yang menjalankan peran tersebut. Padahal pada lembaga keuangan dengan basis nasabah yang beragam dari segi usia maupun kemampuan teknologi, titik pelayanan di kantor cabang justru menjadi tempat nasabah pertama kali berhadapan dengan layanan digital. Celah itulah yang hendak diisi artikel ini.

Bertolak dari uraian di atas, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis penerimaan nasabah atas Aplikasi Tring Pegadaian dengan kerangka Technology Acceptance Model, mengenali manfaat yang dirasakan beserta faktor yang menghambat penerimaan tersebut, dan menyusun intervensi edukasi yang dapat dijalankan pada tingkat kantor cabang tanpa menuntut pengembangan sistem baru. Kebaruannya terletak pada dua hal, yaitu pembacaan peran petugas pelayanan sebagai faktor pengaruh sosial dalam kerangka TAM2 dengan bersandar pada data kualitatif di titik pelayanan, dan penerjemahan konstruk teoretis itu menjadi perangkat intervensi yang langsung dapat dipakai di kantor cabang.

2. Metode Penelitian

Pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal dipakai dalam penelitian ini. Pemilihan desain tersebut didasarkan pada tujuan penelitian yang menuntut pemahaman atas proses pelayanan sebagaimana berlangsung pada konteks aslinya, dan bukan pengukuran hubungan antarvariabel. Yang menjadi objek penelitian adalah penerimaan nasabah terhadap Aplikasi Tring Pegadaian, sedangkan unit analisisnya berupa interaksi petugas Front Office dengan nasabah di titik pelayanan, yakni tempat nasabah pertama kali berhadapan dengan aplikasi tersebut.

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah PT Pegadaian Cabang Jakabaring, Jalan Rasyid Sidiq Nomor 04, Kelurahan 8 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Nasabah yang dilayani kantor cabang tersebut memiliki latar belakang usia dan kemampuan teknologi yang beragam, sehingga selaras dengan fokus penelitian pada keragaman penerimaan layanan digital.

Data dihimpun selama enam minggu, terhitung 2 Juni sampai dengan 11 Juli 2026, dengan kehadiran efektif 35 hari kerja pada jam operasional kantor cabang. Rentang tersebut meliputi hari kerja pada awal, tengah, dan akhir bulan, sehingga perbedaan pola kunjungan nasabah antarperiode dapat teramati.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Tiga teknik yang saling melengkapi dipakai untuk menghimpun data. Teknik pertama berupa observasi partisipatif: peneliti menempati bagian Front Office atau Pelayanan Nasabah sambil ikut menjalankan kegiatan pelayanan, yang mencakup penyampaian informasi produk Pegadaian, edukasi penggunaan Aplikasi Tring Pegadaian, pendampingan registrasi akun, serta pendampingan penggunaan fitur aplikasi. Dari kedudukan itu, perilaku nasabah pada saat pertama kali diperkenalkan dengan aplikasi dapat diamati; momen tersebut sulit dijangkau kuesioner sebab pada tahap itu nasabah belum menjadi pengguna.

Teknik kedua berupa wawancara tidak terstruktur dengan petugas Front Office dan petugas pelayanan lain, dilakukan pada sela-sela kegiatan operasional. Fokus wawancara diarahkan pada tiga hal, yaitu pertanyaan yang paling sering diajukan nasabah, kelompok nasabah yang paling memerlukan pendampingan, serta upaya yang sudah ditempuh kantor cabang untuk memperkenalkan aplikasi.

Teknik ketiga berupa dokumentasi, yang meliputi catatan harian kegiatan, foto kegiatan edukasi dan pendampingan, serta dokumen publik perusahaan tentang produk dan layanan. Dokumentasi itu dimanfaatkan untuk menguji ulang kesesuaian antara catatan lapangan peneliti dan kondisi yang terekam secara independen.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.14664
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

2.3. Teknik Analisis Data

Analisis data ditempuh melalui tiga tahapan yang berjalan bersamaan dengan pengumpulan data. Tahap pertama, reduksi data, berupa pemilahan catatan lapangan ke dalam kategori aspek yang diamati, yaitu pengetahuan nasabah, proses registrasi, penggunaan fitur, peran petugas, dan kendala penggunaan. Tahap kedua, penyajian data, dilakukan dalam bentuk matriks agar pola yang berulang pada tiap kategori terlihat. Tahap ketiga, penarikan kesimpulan, berupa penafsiran pola tersebut dengan Technology Acceptance Model, TAM2, dimensi kualitas pelayanan, dan konsep literasi digital sebagai kerangka pembacaan.

Keabsahan data dijaga dengan triangulasi sumber dan teknik, yakni hasil pengamatan peneliti atas perilaku nasabah dibandingkan dengan keterangan petugas pelayanan serta dengan dokumentasi kegiatan. Pola yang hanya muncul dari satu sumber tidak diperlakukan sebagai temuan. Prosedur ini ditempuh guna menekan keterbatasan yang menyertai kedudukan peneliti, yang mengamati sambil ikut menjalankan kegiatan pelayanan.

2.4. Keterbatasan Desain

Penelitian ini tidak mengukur tingkat penerimaan teknologi secara kuantitatif, dan tidak pula menghitung banyaknya nasabah yang beralih ke layanan digital. Konstruk Technology Acceptance Model berfungsi sebagai alat penafsiran terhadap pola perilaku yang teramati, bukan sebagai variabel yang diukur dengan instrumen berskala.

Dengan demikian, temuan yang disajikan terikat pada konteks satu kantor cabang dan tidak dimaksudkan sebagai bahan generalisasi statistik, melainkan sebagai pemahaman mendalam atas proses yang berlangsung di titik pelayanan. Pengujian tersendiri diperlukan untuk menilai keteralihan temuan tersebut pada kantor cabang lain.

3. Hasil dan Pembahasan

Di PT Pegadaian Cabang Jakabaring, Aplikasi Tring Pegadaian sudah melekat pada praktik pelayanan harian, namun penerimaan nasabah atasnya masih beragam dan bergantung pada kesiapan nasabah, bukan pada ketersediaan fiturnya. Bentuk pemanfaatan aplikasi, manfaat yang dirasakan, serta kendala yang muncul diuraikan pada bagian ini, disertai penafsirannya melalui kerangka penerimaan teknologi.

3.1. Pemanfaatan Aplikasi dalam Kegiatan Pelayanan

Observasi memperlihatkan lima bentuk pemanfaatan aplikasi pada kegiatan pelayanan di bagian Front Office. Bentuk pertama adalah registrasi akun, berupa pendampingan nasabah yang belum memiliki akun, terhitung dari pengunduhan aplikasi, pendaftaran dengan nomor telepon aktif, sampai verifikasi dan proses masuk ke aplikasi. Bentuk kedua adalah pembayaran angsuran, yang membuat nasabah dapat menuntaskan kewajibannya tanpa datang ke kantor cabang. Bentuk ketiga adalah Tabungan Emas, yang diperkenalkan lewat penjelasan fungsi dan manfaat fitur sebelum nasabah memakainya. Bentuk keempat adalah informasi produk, yang membuka akses nasabah pada informasi awal sehingga petugas tinggal melengkapi penjelasan bila diperlukan. Bentuk kelima adalah pembayaran tagihan, yang memperluas kedudukan aplikasi dari media informasi menjadi sarana transaksi.

Pada kelima bentuk pemanfaatan itu, kedudukan petugas Front Office bukan pelaksana transaksi, melainkan pemberi edukasi sekaligus pendamping penggunaan. Tabel 1 menyajikan rangkuman hasil observasi atas lima aspek yang diamati.

Tabel 1. Hasil Observasi Pemanfaatan Aplikasi Tring Pegadaian

No	Aspek yang diamati	Hasil observasi
1	Pengetahuan nasabah terhadap aplikasi	Sebagian nasabah telah mengetahui keberadaan aplikasi, namun masih terdapat nasabah yang belum memahami fungsi dan manfaatnya
2	Proses registrasi akun	Sebagian besar nasabah memerlukan pendampingan petugas Front Office saat melakukan registrasi
3	Penggunaan fitur aplikasi	Fitur yang paling sering dijelaskan meliputi pembayaran angsuran, informasi produk, dan Tabungan Emas

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.14664
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

No	Aspek yang diamati	Hasil observasi
4	Peran petugas pelayanan	Petugas memberikan edukasi, membantu registrasi, dan mendampingi penggunaan aplikasi
5	Kendala penggunaan	Nasabah lanjut usia dan nasabah yang belum terbiasa menggunakan telepon pintar masih memerlukan bimbingan

Sumber: hasil observasi penulis (2026)

Satu pola yang konsisten pada kelima aspek terbaca dari Tabel 1, yaitu setiap tahap pemanfaatan aplikasi masih bertumpu pada kehadiran petugas. Ketergantungan itu paling kentara pada tahap registrasi akun, yang berfungsi sebagai gerbang masuk bagi seluruh fitur lain.

3.2. Manfaat yang Dirasakan

Manfaat yang lahir dari pemanfaatan aplikasi berjalan dua arah, yakni ke nasabah dan ke perusahaan, sebagaimana tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Manfaat Pemanfaatan Aplikasi Tring Pegadaian

No	Aspek	Manfaat bagi nasabah	Manfaat bagi perusahaan
1	Akses layanan	Layanan dapat diakses kapan saja dan di mana saja	Memperluas jangkauan layanan digital
2	Efisiensi waktu	Mengurangi waktu tunggu dan antrean	Mengurangi kepadatan pelayanan di kantor cabang
3	Kemudahan transaksi	Transaksi dapat dilakukan secara mandiri melalui aplikasi	Meningkatkan efektivitas pelayanan
4	Informasi produk	Informasi lebih mudah diperoleh	Mempermudah penyampaian informasi
5	Transformasi digital	Meningkatkan pemanfaatan layanan digital	Mendukung digitalisasi perusahaan

Sumber: hasil analisis penulis (2026)

Nasabah yang menjalani pendampingan hingga tuntas pada umumnya menilai aplikasi menghemat waktu, sebab sejumlah transaksi dapat diselesaikan tanpa datang ke kantor cabang. Penilaian itu baru terucap setelah nasabah berhasil memakai aplikasi, bukan sebelum itu, sehingga manfaat aplikasi terbentuk sebagai persepsi hanya setelah nasabah mengalaminya sendiri.

3.3. Kendala yang Ditemukan

Kendala yang muncul selama penelitian berasal dari sisi pengguna dan kondisi pendukung, bukan dari fungsionalitas aplikasi. Keluhan mengenai kegagalan fitur, kesalahan perhitungan, maupun ketidaksesuaian data pada aplikasi tidak ditemukan. Rincian kendala beserta dampaknya terhadap pelayanan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Kendala Penerimaan Aplikasi dan Dampaknya terhadap Pelayanan

No	Kendala	Sumber kendala	Dampak terhadap pelayanan
1	Nasabah belum mengenal aplikasi	Pengguna	Transaksi masih dilakukan secara langsung di kantor cabang
2	Kesulitan pada proses registrasi akun	Pengguna	Proses pelayanan menjadi lebih lama
3	Literasi digital yang masih rendah	Pengguna	Nasabah memerlukan pendampingan petugas
4	Keterbatasan jaringan internet	Kondisi pendukung	Registrasi dan penggunaan aplikasi terhambat
5	Kurangnya pengalaman menggunakan telepon pintar	Pengguna	Pemanfaatan aplikasi belum optimal

Sumber: hasil observasi penulis (2026)

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.14664
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Dari lima kendala pada Tabel 3, empat berasal dari sisi pengguna dan hanya satu berkaitan dengan kondisi pendukung yang berada di luar kendali nasabah maupun kantor cabang. Temuan tersebut mengarahkan upaya peningkatan penerimaan aplikasi pada kesiapan pengguna, bukan pada pengembangan sistem.

Ditemukan pula satu pola yang berkaitan dengan keberlanjutan penggunaan. Nasabah yang berhenti di tengah proses registrasi cenderung kembali pada layanan konvensional ketika berkunjung lagi, sementara nasabah yang didampingi sampai akunnya benar-benar dapat digunakan tidak menunjukkan pola serupa. Titik putus pada tahap registrasi karena itu merupakan titik kritis dalam penerimaan aplikasi.

3.4. Kendala Pengguna sebagai Penurunan Dua Persepsi

Dibaca melalui Technology Acceptance Model (Davis, 1989), kendala pada Tabel 3 ternyata tidak seragam, sebab masing-masing bekerja pada salah satu dari dua konstruk. Kelompok pertama terdiri atas nasabah yang keberadaan aplikasinya belum diketahui dan nasabah yang fungsi fiturnya belum dipahami; keduanya berada pada persepsi kemanfaatan yang rendah, karena alasan untuk memakai aplikasi belum ada selama yang bisa diperoleh darinya belum diketahui. Kelompok kedua terdiri atas nasabah yang tersendat pada registrasi akun dan nasabah yang belum terbiasa dengan telepon pintar; keduanya berada pada persepsi kemudahan penggunaan yang rendah, karena upaya yang harus dikeluarkan dinilai terlalu besar meskipun manfaatnya telah dipahami.

Pembedaan tersebut penting karena menentukan bentuk penanganannya. Persepsi kemanfaatan yang rendah ditangani dengan menyampaikan informasi, sementara persepsi kemudahan penggunaan yang rendah menuntut pendampingan pada saat nasabah bertindak. Bila intervensi hanya mengarah ke salah satunya, sebagian nasabah akan tertinggal pada posisi semula. Temuan bahwa pengakuan soal penghematan waktu baru terucap sesudah nasabah berhasil memakai aplikasi memperkuat pembacaan ini: untuk membentuk persepsi kemanfaatan, membiarkan nasabah menuntaskan sendiri satu kali penggunaan lebih berhasil daripada menjelaskannya secara lisan.

Temuan tentang titik putus pada tahap registrasi pun selaras dengan logika model tersebut. Kegagalan pada tahap pertama penggunaan melahirkan pengalaman negatif yang seketika menurunkan persepsi kemudahan penggunaan, sehingga nasabah berbalik pada perilaku yang sudah dikenalnya, yaitu layanan konvensional di kantor cabang. Kebiasaan dilayani secara langsung karena itu bukan sekadar preferensi, tetapi juga buah dari pengalaman penggunaan yang tidak sampai tuntas.

3.5. Petugas Front Office sebagai Faktor Pengaruh Sosial

TAM2 (Venkatesh & Davis, 2000), yang menempatkan pengaruh sosial sebagai penentu persepsi kemanfaatan, merupakan kerangka paling tepat untuk membaca peran petugas pelayanan dalam penelitian ini. Penjelasan serta demonstrasi langsung dari petugas bekerja sebagai sumber pengaruh sosial yang kredibel di mata nasabah, karena berasal dari pihak yang mewakili institusi penyedia layanan. Dari pengamatan, kesediaan mencoba tampak lebih tinggi pada nasabah yang memperoleh demonstrasi langsung dibandingkan nasabah yang hanya menerima penjelasan lisan.

Amalia, Suryanto, dan Wulansari (2023) melaporkan temuan serupa pada penerimaan aplikasi iPusnas, yakni pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna sementara ekspektasi usaha tidak signifikan. Pengaruh sosial juga ditempatkan Winata dkk. (2025) sebagai salah satu penentu penerimaan aplikasi perbankan seluler. Pola semacam itu menguatkan dugaan bahwa penerimaan dapat lebih ditentukan oleh desakan dari luar diri pengguna ketimbang oleh seberapa mudah aplikasi dioperasikan. Ayu dkk. (2026) melaporkan hal yang sejalan di Pegadaian Cabang Kepanjen: nasabah menaruh kepercayaan lebih besar pada arahan petugas Pegadaian daripada pada arahan pihak lain, sehingga keberhasilan edukasi turut bergantung pada kredibilitas sumbernya.

Pendampingan tersebut sekaligus merupakan perwujudan dimensi daya tanggap dan empati dalam kualitas pelayanan (Parasuraman dkk., 1988). Daya tanggap terbaca dari kesediaan petugas menolong nasabah yang kesulitan tanpa menunggu diminta, sedangkan empati terbaca dari penyesuaian kedalaman penjelasan menurut kemampuan tiap nasabah. Kedua dimensi itulah yang menentukan apakah layanan digital dirasakan memudahkan atau sebaliknya menambah beban nasabah.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.14664
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Secara teoretis, pembacaan ini membawa satu konsekuensi: kedudukan petugas Front Office bukanlah pelaksana pelayanan konvensional yang kelak digantikan oleh aplikasi. Pada tahap transisi, aplikasi baru berfungsi apabila petugas hadir, terutama untuk kelompok nasabah berliterasi digital rendah. Keadaan demikian menegaskan pernyataan O'Brien dan Marakas (2011): manfaat sistem informasi hanya muncul bila seluruh komponennya bekerja, komponen manusia termasuk di dalamnya.

3.6. Literasi Digital sebagai Penjelas Keragaman Penerimaan

Perbedaan literasi digital menjelaskan mengapa tingkat penerimaan aplikasi beragam antarnasabah. Nasabah berusia produktif yang kesehariannya sudah akrab dengan aplikasi lebih cepat menerima layanan digital, sementara nasabah lanjut usia menuntut pendampingan yang lebih intensif. Pola ini selaras dengan posisi Otoritas Jasa Keuangan dan Badan Pusat Statistik (2025), yang meletakkan literasi digital sebagai prasyarat inklusi keuangan dan bukan sebagai akibatnya. Tiffani (2023) memberikan dukungan empiris atas hubungan tersebut: preferensi konsumen terhadap layanan bank digital dipengaruhi literasi digital secara signifikan. Hasil searah diperoleh Rajagukguk dkk. (2026) melalui model logit terurut: adopsi layanan keuangan digital ditentukan secara signifikan oleh literasi keuangan digital, sedangkan pengetahuan keuangan tidak berpengaruh.

Hambatan yang dihadapi nasabah lanjut usia tidak tunggal. Dalam kajian Yasmin (2025) mengenai adopsi teknologi digital pada kelompok lanjut usia, hambatan tersebut terbagi ke dalam empat jenis. Rasa percaya diri yang rendah dan rasa takut melakukan kesalahan dikelompokkan sebagai hambatan intrapersonal; melemahnya penglihatan serta kemampuan motorik termasuk hambatan fungsional; akses yang terbatas tergolong hambatan struktural; sedangkan pendampingan yang kurang sabar dihitung sebagai hambatan interpersonal. Dari pengelompokan itu dapat diterangkan mengapa satu kali pendampingan di titik pelayanan tidak memadai: jenis intrapersonal dan interpersonal baru mereda apabila penjelasan diulang dan petugas bersedia menyesuaikan temponya. Nikmah dan Rohana (2025) menemukan pola yang sejalan pada nasabah Pegadaian di Samarinda, yakni kesiapan pengguna merupakan kendala terbesar, sedangkan fungsi aplikasi tidak.

Implikasinya, pada lembaga keuangan dengan basis nasabah yang beragam, upaya meningkatkan penerimaan layanan digital tidak dapat diseragamkan. Kelompok nasabah berliterasi digital rendah menuntut perlakuan yang berbeda, bukan hanya penyampaian informasi yang lebih sering. Hal serupa ditegaskan Aprilianti dkk. (2026) melalui pernyataan bahwa kemudahan akses tanpa disertai pemahaman pengguna justru memperbesar kesenjangan.

Temuan ini melengkapi hasil Pandia dan Andika (2026) yang meletakkan kemudahan akses sebagai penentu niat penggunaan Aplikasi Tring. Jika kajian tersebut mengukur persepsi kemudahan pada responden yang sudah berhasil mengakses aplikasi, penelitian ini memperlihatkan bahwa sebagian nasabah tidak sampai ke titik itu karena terhenti pada tahap registrasi. Kemudahan akses dengan begitu perlu dimaknai bukan semata sebagai atribut antarmuka aplikasi, melainkan juga sebagai buah dari pendampingan yang tersedia di titik pelayanan.

Temuan ini juga memperluas apa yang diperoleh Razak dkk. (2020), yaitu kualitas hasil sebagai faktor paling kuat dalam membentuk persepsi kemanfaatan. Bagi nasabah yang belum sekali pun menuntaskan transaksi lewat aplikasi, kualitas hasil tentu belum dapat dinilai, sehingga persepsi kemanfaatan harus dibangun lebih dahulu melalui pengaruh sosial dari petugas pelayanan. Hal yang sama berlaku bagi Rosmasari dkk. (2024) dan Hasanah dkk. (2025), yang menjadikan kedua persepsi itu sebagai penentu penerimaan tanpa menelusuri cara keduanya terbentuk pada pengguna pemula.

3.7. Rumusan Intervensi pada Tingkat Kantor Cabang

Bertolak dari pembacaan di atas, disusun lima intervensi edukasi yang masing-masing mengarah pada konstruk yang berbeda. Tabel 4 menyajikan rumusan intervensi tersebut beserta konstruk yang disasarnya.

Tabel 4. Rumusan Intervensi Edukasi dan Konstruk yang Disasar

No	Intervensi	Bentuk penerapan	Konstruk yang disasar
1	Media informasi visual pada area pelayanan	Standing banner di pintu masuk, stiker kode QR pengunduhan pada meja pelayanan, dan leaflet langkah registrasi dengan huruf berukuran besar	Persepsi kemanfaatan

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.14664
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

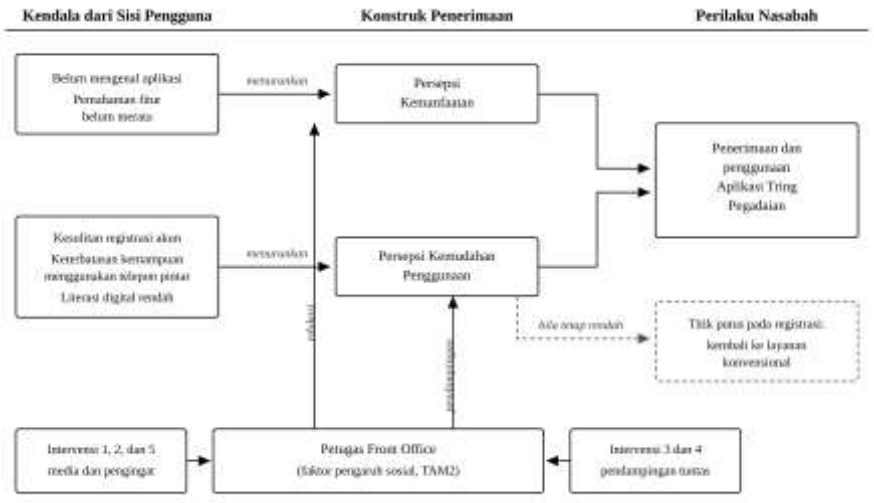
No	Intervensi	Bentuk penerapan	Konstruk yang disasar
2	Edukasi pada waktu tunggu antrean	Penjelasan singkat sekitar tiga menit mengenai cara mengunduh, cara registrasi, dan satu fitur yang sesuai kebutuhan nasabah, dilengkapi video tutorial di ruang tunggu	Persepsi kemanfaatan dan pengaruh sosial
3	Pojok bantuan digital	Satu meja khusus dengan petugas piket bergantian yang mendampingi nasabah mengunduh, mendaftar, dan mencoba aplikasi sampai akun berhasil digunakan	Persepsi kemudahan penggunaan
4	Daftar periksa edukasi	Lembar catatan pada setiap meja pelayanan berisi nama nasabah, status kepemilikan akun, jenis bantuan, dan keterangan keberhasilan registrasi, yang direkapitulasi harian	Keberlanjutan dan keterukuran kegiatan
5	Pengingat melalui media komunikasi digital cabang	Pesan siaran berisi satu informasi ringkas per pengiriman dan unggahan berkala pada akun media sosial cabang	Keberlanjutan penggunaan

Sumber: hasil analisis penulis (2026)

Sasaran dua intervensi pertama adalah nasabah yang belum memiliki alasan untuk memakai aplikasi; sasaran intervensi ketiga adalah nasabah yang terhambat pada tahap tindakan; sedangkan dua intervensi terakhir berfungsi menjaga agar kedua upaya itu tidak berhenti sebagai inisiatif masing-masing petugas. Penekanan khusus diberikan pada intervensi ketiga karena sasarannya adalah titik putus registrasi yang teridentifikasi sebagai titik kritis.

Tidak satu pun dari kelima intervensi itu menuntut perangkat lunak baru, mengubah prosedur operasional perusahaan, atau menambah jumlah petugas yang kini bertugas. Dari segi biaya, yang dibutuhkan hanya media cetak sederhana; dari segi waktu, kebutuhannya dipenuhi oleh waktu tunggu antrean yang sampai sekarang belum diperlakukan sebagai sumber daya edukasi. Sifat demikian penting bagi penerapan di tingkat kantor cabang, yang pada umumnya tidak berwenang mengembangkan sistem.

Gambar 1 merangkum bagaimana kendala dari sisi pengguna, konstruk penerimaan yang terkena dampaknya, peran petugas Front Office, dan kedudukan kelima intervensi yang diusulkan saling berkaitan.



Gambar 1. Kerangka Hasil Analisis Penerimaan Aplikasi Tring Pegadaian

Gambar 1 menunjukkan kendala yang ditemukan bermuara pada dua konstruk sekaligus, yakni persepsi kemanfaatan di satu sisi dan persepsi kemudahan penggunaan di sisi lain, dengan petugas Front Office bekerja pada keduanya lewat edukasi serta pendampingan. Nasabah yang berhenti di tahap registrasi lalu beralih lagi ke layanan konvensional ditandai oleh jalur putus-putus di bagian kanan bawah; kondisi itulah yang hendak dicegah oleh intervensi ketiga dan keempat.

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.14664
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Dibandingkan dengan praktik yang lazim pada industri jasa keuangan, penempatan petugas pendamping layanan digital, penyediaan kode QR di meja pelayanan, dan pemakaian layar informasi di ruang tunggu sudah menjadi pola yang umum. Pola itu menandakan bahwa kegiatan edukasi layanan digital bukan diperlakukan sebagai kegiatan insidental, melainkan sebagai bagian dari prosedur pelayanan sehari-hari. Di lokasi penelitian, edukasi masih bersandar pada penjelasan lisan, tanpa pencatatan dan tanpa tindak lanjut begitu nasabah meninggalkan kantor; di sinilah ruang perbaikan pada aspek pelembagaannya terletak.

4. Kesimpulan

Di PT Pegadaian Cabang Jakabaring, Aplikasi Tring Pegadaian sudah diterima sebagai media pelayanan digital untuk registrasi akun, pembayaran angsuran, Tabungan Emas, informasi produk, dan pembayaran tagihan, dengan petugas Front Office berkedudukan sebagai pemberi edukasi sekaligus pendamping penggunaan. Manfaat yang timbul berjalan dua arah: nasabah memperoleh kemudahan akses serta penghematan waktu, sedangkan perusahaan memperoleh pengurangan kepadatan pelayanan dan dukungan bagi transformasi digitalnya. Empat di antara lima kendala yang ditemukan berasal dari sisi pengguna, bukan dari fungsionalitas sistem. Keterbatasan pengetahuan tentang keberadaan aplikasi dan pemahaman fitur yang belum merata menurunkan persepsi kemanfaatan, sedangkan kesulitan pada registrasi dan terbatasnya pengalaman memakai telepon pintar menurunkan persepsi kemudahan penggunaan. Registrasi akun menjadi tahap yang kritis: nasabah yang terhenti di situ cenderung berbalik ke layanan konvensional, sedangkan pola semacam itu tidak muncul pada nasabah yang pendampingannya berlangsung sampai selesai. Lewat penjelasan dan demonstrasi langsung, petugas Front Office bekerja sebagai faktor pengaruh sosial yang sanggup memulihkan kedua persepsi itu, dan pada saat yang sama menghidupkan dimensi daya tanggap serta empati dalam kualitas pelayanan. Selama transisi ke layanan digital berlangsung, aplikasi hanya berfungsi bila petugas hadir, terutama bagi nasabah yang literasi digitalnya rendah. Untuk tingkat kantor cabang diusulkan lima intervensi edukasi, yaitu media informasi visual, edukasi pada waktu tunggu antrean, pojok bantuan digital, daftar periksa edukasi, dan pengingat melalui media komunikasi digital cabang; tidak satu pun di antaranya menuntut pengembangan sistem baru. Cakupan penelitian ini terbatas pada satu kantor cabang, dan tingkat penerimaan tidak diukur secara kuantitatif. Bagi penelitian selanjutnya, efektivitas kelima intervensi tersebut disarankan diuji melalui desain sebelum dan sesudah penerapan dengan indikator yang terukur, misalnya banyaknya registrasi akun yang tuntas serta bagian transaksi yang berlangsung lewat aplikasi. Pengujian juga disarankan diperluas ke beberapa kantor cabang yang karakteristik nasabahnya berbeda.

Reference

1. Amalia, I. S., Suryanto, T. L. M., & Wulansari, A. (2023). Analisis Faktor Penerimaan Aplikasi iPusnas Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). Jurnal Nasional Teknologi dan Sistem Informasi, 9(1), 45–54. https://doi.org/10.25077/TEKNOSI.v9i1.2023.45-54
2. Aprilianti, N., Lestari, B., Rahayu, M., Musdalifah, M., Alfarisi, M. R., Kayana, K., Sitorus, J. S. B., Sitio, E. G., & Juliandri, S. (2026). Kesenjangan Literasi dan Inklusi Keuangan di Indonesia: Analisis Konseptual dalam Konteks Perkembangan Financial Technology. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 5(2), 6171–6179. https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9571
3. Ayu, D. N., Auliya, S., & Damayanti, Y. E. (2026). Optimalisasi Aplikasi Tring Pegadaian dalam Pelayanan Tabungan Emas pada Pegadaian Cabang Kepanjen. JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(2), 170–182. https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/106
4. Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008
5. Hasanah, L. P., Augtiah, I., Kurniawati, H. D., Kolefiyan, I., Prasetya, T. A., & Aprilianto, R. (2025). Analisis Perilaku Pengguna BRImo di Indonesia melalui Pendekatan Extended TAM. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(3), 5010–5016. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2723
6. Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). Management Information Systems: Managing the Digital Firm (17th ed.). Pearson Education. https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/management-information-systems-managing-the-digital-firm/P200000001392/9780136971276
7. Nikmah, R., & Rohana, F. S. (2025). Penggunaan Aplikasi Tring! by Pegadaian dalam Mempermudah Investasi Emas pada Nasabah Pegadaian UPC Segiri Cabang Samarinda. Madaniya, 6(4), 2894–2904. https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/1518
8. O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2011). Management Information Systems (10th ed.). McGraw-Hill/Irwin. https://www.mhprofessional.com/management-information-systems-9780073376813-usa
9. Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025). Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025. Otoritas Jasa Keuangan. https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx
10. Pandia, D. P., & Andika, B. T. (2026). Analisis Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Kepuasan Konsumen terhadap Niat Penggunaan Aplikasi Tring by Pegadaian di Yogyakarta dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Management Studies and Entrepreneurship Journal, 7(6), 45–61. https://doi.org/10.37385/6fy63e85
11. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.
12. Pibriana, D. (2020). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online XYZ. JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi), 7(3), 580–592. https://doi.org/10.35957/jatisi.v7i3.382

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.14664
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

13. PT Pegadaian. (2024). Produk dan Layanan Pegadaian. PT Pegadaian (Persero). https://www.pegadaian.co.id
14. Putri, D. T., Setiawan, D., & Lestari, D. (2025). Eksplorasi Penerimaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) melalui Model UTAUT3 dan Trust. Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis, 4(3), 566–580. https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i3.5516
15. Rajagukguk, K. R., Sarlawa, R., Haga, R., & Widyaningsih, D. S. (2026). Pengaruh Financial Knowledge dan Digital Financial Literacy terhadap Adopsi Layanan Keuangan Digital (Analisis Ordered Logit). EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 5(3), 3771–3785. https://doi.org/10.56799/ekoma.v5i3.16266
16. Razak, M., Hidayat, M., & Arwien, R. A. (2020). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) sebagai E-Service dengan Menggunakan Technology Acceptance Model 2 (TAM 2). SEIKO: Journal of Management & Business, 3(3), 92–108. https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i3.729
17. Rosmasari, R., Putra, G. M., & Farid, M. (2024). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Aplikasi BRImo. Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI), 8(2), 144–153. https://doi.org/10.30872/jurti.v8i2.14687
18. Sofiyah, J. H., Eukharisti, G. I., Afia, A., Ramadhani, R., Khusbandiyah, A. R., & Nugraha, J. T. (2026). Pengaruh Penerimaan Teknologi Berbasis Technology Acceptance Model terhadap Penggunaan Aplikasi BRImo sebagai Mobile Banking pada Mahasiswa. Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology, 4(2), 1273–1280. https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9602
19. Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Preferensi Bank Digital. Journal Management, Business, and Accounting, 22(1), 152–167. https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039
20. Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. Management Science, 46(2), 186–204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926
21. Winata, R. W., Fronita, M., Angraini, A., & Megawati, M. (2025). User Acceptance Analysis of the BRImo Mbanking Application using the UTAUT and TPB Methods. SISTEMASI, 14(4), 1865–1878. https://doi.org/10.32520/stmsi.v14i4.5317
22. Yasmin, S. (2025). Adopsi Teknologi Digital oleh Lansia: Hambatan, Pemaknaan, dan Akses Informasi Kesehatan. MITZAL (Demokrasi, Komunikasi, dan Budaya): Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi, 10(1), 62–76. https://journal.lppm-unasman.ac.id/index.php/mitzal/article/view/6046

DOI: https://doi.org/10.69693/ijmst.v5i1.14664
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)