BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil dan Sejarah Singkat Perusahaan

PT Kereta Api Indonesia (Persero), juga dikenal PT KAI, adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang transportasi kereta api. PT KAI menyediakan layanan angkutan penumpang dan barang melalui mode kereta api yang menjangkau berbagi wilayah di Indonesia. PT KAI, sebuah perusahaan yang memiliki peran dalam mendukung mobilitas masyarakat dan distribusi logistik, serta keberlanjutan dalam inovasi teknologi (PT KAI, 2023d) .

Sejarah perkeretaapian di Indonesia diawali dengan bukanya jalur kereta api Semarang-*Vorstenlanden* (Solo-Yogyakarta) di desa Kemijen oleh Bapak Kemijen, Gubernur Jenderal Hindia Belanda. Dibangun 17 Juni 1894 oleh L.A.J Baron Sloet van de Beele. Konstruksi dilakukan oleh perusahaan swasta *Naamlooze Venootschap Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij* (NV.NISM) dan lebar lintasannya 1435 mm. Pada tanggal 8 April 1875, pemerintah Hindia Belanda membangun jalur kereta api nasional melalui *Staatssporwegen* (SS), dengan jalur pertama Surabaya-Pasuruan-Malang. Keberhasilan NISM dan SS mendorong investor swasta untuk membangun jalur kereta api di berbagai daerah, termasuk Aceh, Sumatera Barat, Sumatera Selatan dan Sulawesi. Pada akhir tahun 1928, total panjang jalur kereta api mencapai 7.464 kilometer. Selama masa pendudukan Jepang, Rikuyu Sokyuku mengelola perkeretaapian dan digunakan untuk kepentingan perang. Setelah kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1945, perkeretaapian diambil ahli oleh Djwatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI). DKRARI bergabung dengan *Staatssporwegwwn/ Verenigde Spoorwegbedrif* (SS/VS) menjadi Djawatan Kereta Api (DKA) pada tahun 1949 melalui Konferensi Meja Bundar (KMB). Pada tahun 1950, DKA diubah menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PJKA) pada 1971, dan Perusahaan Umum Kereta Api (PERUMKA) pada 1991. PT Kereta Api Indonesia (Persero) dibentuk PERUMKA pada tahun 1988. Untuk meningkatkan layanan, PT KAI terus berinovasi dan mendirikan anak

perusahaan. KAI Services didirikan pada tahun 2003, diikuti KAI Bandara pada tahun 2006, KAI Commuter pada tahun 2008, dan KAI Wisata, KAI Logistik, KAI Properti pada tahun 2009, serta PT KAI membentuk PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia pada 2019. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kerja sama BUMN (PT KAI, 2023d).

1.1.2 Visi dan Misi

PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki visi untuk menjadi solusi transportasi terbaik untuk Indonesia. Pernyataan tersebut diselaraskan memalui beberapa misi yang ditetapkan, sebagai berikut:

1. Untuk menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, dan berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Untuk mengembangkan solusi transportasi massal yang terintegrasi melalui investasi dalam sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi.
3. Untuk memajukan pembangunan nasional melalui kemitraan dengan para pemangku kepentingan, termasuk memprakarsai dan melaksanakan pengembangan infrastruktur-infrastruktur penting terkait transportasi.

1.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 1. 1 Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Sumber: Wikipedia, 2020

Berdasarkan gambar 1.1 Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero) terinspirasi dari “Rel Kereta”, yang digambarkan dengan garis yang mengarah ke atas huruf “A”. Hal ini melambangkan keinginan PT KAI untuk terus berkembang dan menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik yang terintegrasi, terpercaya, dan bersinergi yang dapat menghubungkan seluruh Indonesia dari Sabang sampai

Merauke. Pemilihan *typeface italic* yang telah dimodifikasi pada huruf "A" mencerminkan karakter PT KAI yang terpercaya, dan terbuka.

Desain grafis yang jelas namun ramah, dengan variasi warna pada huruf, akan membantu PT KAI dan semua pemangku kepentingan menjalin hubungan profesional yang harmonis. Warna biru tua pada logo melambangkan seperti kepercayaan diri, stabilitas, kepercayaan diri, dan profesionalisme. Sementara itu, aksen oranye mencerminkan semangat, kreativitas, tekad, kesuksesan, dan kebahagiaan. Dengan kombinasi warna, identitas visual PT KAI menunjukkan nilai-nilai perusahaan dan membuat hubungan kuat dengan masyarakat, serta identitas visual meningkatkan reputasi perusahaan dan posisinya di pasar transportasi Indonesia.

1.1.4 Perkembangan Inovasi Layanan PT KAI

Dalam era modern, PT Kereta Api Indonesia (Persero) terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan layanan. Salah satu inisiatif terbaru yang diimplementasikan adalah sistem *E-Ticketing* melalui aplikasi KAI Access, yang memudahkan calon penumpang untuk memesan tiket secara Online, sehingga mengurangi antrean dan meningkatkan kepuasan pelanggan (PT KAI, 2023a).Selain itu, digitalisasi operasional dilakukan dengan menerapkan sistem manajemen berbasis digital dan teknologi pengenalan wajah (*face recognition*) di stasiun-stasiun besar untuk meningkatkan efisien dan mempercepat proses *boarding* (PT KAI, 2023b).

Untuk mendaftar layanan *face recognition* dan melakukan *check-in* di stasiun PT KAI, calon penumpang dapat mengikuti langkah-langkah berikut (IDN TIMES, 2023):

1. Calon penumpang harus mengunduh aplikasi KAI Access yang tersedia di Google Play Store atau App Store.
2. Setelah mengunduh, calon penumpang membuka aplikasi dan melakukan pendaftaran akun baru dengan memasukkan nomor ponsel dan email aktif. Jika sudah memiliki akun, calon penumpang cukup masuk menggunakan kredensial yang ada.

3. Setelah berhasil masuk, calon penumpang mencari dan memilih opsi "Registrasi *Face recognition* " yang terdapat di dalam aplikasi.
4. Calon penumpang harus membaca syarat dan ketentuan yang tertera, kemudian mengklik "Setuju" untuk melanjutkan proses pendaftaran.
5. Calon penumpang melengkapi data diri yang diminta, seperti nama lengkap, nomor induk kependudukan (NIK), dan tanggal lahir. Pastikan semua informasi yang diisi akurat.
6. Calon penumpang mengikuti instruksi untuk mengambil foto selfie yang sesuai dengan panduan yang diberikan dalam aplikasi.
7. Setelah semua data dan foto diunggah, calon penumpang mengklik "Daftar Sekarang" untuk menyelesaikan proses pendaftaran.
8. Calon penumpang meninjau kembali semua data yang telah diisi, lalu mengklik "Ya, Daftar" untuk mengonfirmasi pendaftaran.
9. Setelah pendaftaran berhasil, calon penumpang akan menerima notifikasi bahwa pendaftaran *face recognition* telah sukses.
10. Pada hari keberangkatan, penumpang dapat langsung menuju gate *check-in* yang dilengkapi dengan teknologi *face recognition* . Pastikan untuk mendekati gate dalam waktu yang ditentukan.
11. Di gate, sistem akan memverifikasi identitas penumpang melalui pemindai wajah. Jika data cocok, *gate* akan terbuka secara otomatis, memungkinkan penumpang untuk melanjutkan perjalanan tanpa perlu menunjukkan tiket fisik atau KTP.

PT KAI juga telah meluncurkan sistem pembayaran digital terintegrasi melalui KAI Pay, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi terkait layanan kereta api dengan lebih efisien, termasuk pembelian tiket dan pembayaran untuk layanan tambahan seperti pemesanan makanan di stasiun dan pembayaran parkir (antaranews, 2023). Dalam hal kenyamanan dan efisiensi, penerapan sistem *electronic ticketing* di berbagai stasiun besar meningkatkan efektivitas pengecekan tiket dan mengurangi potensi penggunaan tiket yang tidak sah (Alhabsyi et al., 2018). Selain itu, pengembangan Kereta Rel Listrik (KRL), serta integrasi dengan moda transportasi *Mass Rapid Transit* (MRT) dan *Light Rail*

Transit (LRT), merupakan upaya untuk mengurangi kemacetan dan menyediakan transportasi publik yang lebih ramah lingkungan (PT KAI, 2023c).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era digital yang semakin maju, teknologi berkembang dengan pesat dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Inovasi teknologi telah memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan kualitas layanan di berbagai industri. Salah satu teknologi yang kini berkembang pesat adalah teknologi biometrik, yang memanfaatkan karakteristik fisik atau perilaku manusia untuk tujuan identifikasi dan autentikasi (Jain et al., 2016). Dari berbagai teknologi biometrik yang ada, pengenalan wajah (*face recognition*) menjadi salah satu metode yang paling banyak digunakan dalam berbagai aplikasi karena akurasi (Sinaga et al., 2024) dan kemudahan penggunaannya (Lalu et al., 2023). Dibandingkan dengan metode autentikasi tradisional seperti penggunaan kata sandi atau PIN, *face recognition* menawarkan tingkat akurasi yang lebih tinggi, kenyamanan, dan keamanan karena hanya membutuhkan pemindaian wajah sebagai alat identifikasi (Wang & Deng, 2021). Oleh karena itu, penerapan teknologi ini semakin luas di berbagai sektor, termasuk transportasi, keuangan, dan layanan publik lainnya.

Teknologi *face recognition* bekerja dengan cara menganalisis berbagai karakteristik wajah individu, seperti jarak antar mata, bentuk hidung, dan struktur wajah lainnya. Algoritma canggih yang digunakan dalam sistem ini dapat menghasilkan template digital yang unik untuk setiap individu (Wang & Deng, 2021). Teknologi ini didukung oleh kecerdasan buatan (AI) dan pembelajaran mesin (*machine learning*), yang memungkinkan pengenalan wajah dilakukan dengan tingkat akurasi yang tinggi dan secara real-time (Mohana & Subashini, 2024). Hal ini membuat *face recognition* semakin populer sebagai metode untuk autentikasi identitas. Selain pengenalan wajah, ada berbagai jenis teknologi biometrik lain yang juga digunakan dalam autentikasi identitas, seperti pengenalan sidik jari, pemindaian retina, pengenalan suara, dan pengenalan geometri tangan. Namun, *face recognition* memiliki kelebihan dalam hal kemudahan penggunaan,

karena tidak memerlukan kontak fisik sehingga pengguna hanya perlu melihat ke kamera untuk melakukan verifikasi, dan kecepatan dalam proses identifikasi. Oleh karena itu, teknologi ini mulai diterapkan di banyak sektor, termasuk sektor transportasi untuk mempermudah dan mempercepat proses identifikasi penumpang.

Di Indonesia, sektor transportasi telah mulai mengadopsi teknologi *face recognition* dalam beberapa tahun terakhir. Di Bandara Soekarno-Hatta, misalnya, teknologi ini telah diterapkan untuk mempermudah proses *check-in* dan *boarding* sejak tahun 2021 (TravelText, 2021). Selain itu, Transjakarta juga mulai mengimplementasikan teknologi serupa pada tahun 2022 untuk memverifikasi identitas penumpang dan memungkinkan pembayaran menggunakan wajah (Tempo, 2022). Penerapan *face recognition* di sektor transportasi publik bertujuan untuk mempercepat proses verifikasi identitas penumpang, mengurangi antrean, dan meningkatkan keamanan dalam perjalanan.

Selain transportasi udara dan bus, PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) juga memanfaatkan teknologi *face recognition* untuk mempermudah layanan *boarding.* Pada 28 September 2022, PT KAI mulai mengimplementasikan teknologi ini di Stasiun Bandung sebagai uji coba. Setelah itu, teknologi ini diperkenalkan ke berbagai stasiun besar lainnya, seperti Yogyakarta, Surabaya Gubeng, dan Malang. Hingga Januari 2025, PT KAI telah menerapkan sistem *face recognition* di 21 stasiun, yang bertujuan untuk mempercepat proses verifikasi identitas penumpang dan meningkatkan keamanan serta kenyamanan pengguna jasa kereta api (Kompas TV, 2025).

PT Kereta Api Indonesia (KAI) mengadopsi teknologi *face recognition boarding gate* untuk meningkatkan efisiensi, keamanan, dan kenyamanan penumpang. Teknologi ini memungkinkan penumpang untuk melewati proses *boarding* tanpa perlu menunjukkan tiket fisik atau mencetak *boarding pass,* cukup dengan pemindaian wajah yang datanya telah terintegrasi dengan tiket kereta. Proses registrasi dilakukan satu kali dengan e-KTP dan sidik jari, sehingga ke depan penumpang hanya perlu mengarahkan wajah ke pemindai untuk membuka gate otomatis. Manfaat yang diharapkan dari inovasi ini mencakup penurunan risiko antrean panjang, kemudahan autentikasi penumpang, dan peningkatan kualitas

layanan. Dengan *face recognition boarding gate,* PT KAI menawarkan pengalaman perjalanan yang lebih praktis dan modern, yang tidak hanya mempercepat proses *boarding* tetapi juga menambah kenyamanan dan keamanan bagi para penumpangnya (Sari & Hartono, 2023).

Pada dasarnya teknologi ini menawarkan berbagai manfaat, namun PT KAI menghadapi masalah teknis yang cukup signifikan terkait dengan ketidakakuratan sistem pengenalan wajah. Salah satu masalah yang sering terjadi adalah gagal deteksi wajah, di mana sistem tidak dapat mengenali wajah pengguna dengan baik. Keluhan pengguna terhadap layanan *face recognition* di PT KAI Daop 2 Bandung yang viral di media sosial menunjukkan resistansi terhadap teknologi yang dianggap mempersulit proses *boarding*, Dalam beberapa hal teknologi dianggap dapat memberikan banyak manfaat baik dari segi keefektifan dan lain sebagainya, namun tidak banyak juga teknologi masih belum dapat diterima dalam proses penerapannya, banyak faktor yang menyebabkan teknologi masih belum bisa diterapkan dalam beberapa kondisi. faktor-faktor seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi pendukung. Antrean panjang dan kebijakan yang dianggap memaksa menurunkan minat pengguna, meskipun teknologi ini diharapkan meningkatkan efisiensi. contoh studi kasus lain Seorang penumpang yang melakukan perjalanan dari Stasiun Gambir ke Bandung mengamati bahwa antrean masih terjadi di beberapa pintu yang menggunakan sistem *face recognition*, hal ini disebabkan oleh banyaknya penumpang yang belum terbiasa dengan teknologi tersebut. Salah satu contoh yang terlihat adalah seorang wanita yang berada di depannya, yang mengalami kesulitan saat mencoba melewati pintu. Ia beberapa kali mencoba mengatur senyumnya agar terdeteksi oleh sistem, tetapi tetap gagal, hingga akhirnya hanya berdiri menunggu bantuan dari petugas (Kompas, 2023).

Dari permasalahan-permasalahan tersebut masih diperlukan strategi lanjut terhadap implementasi teknologi pada *boarding pass* KAI agar kejadian-kejadian yang tidak diinginkan dapat terhindar. Pada dasarnya teknologi ini menawarkan berbagai manfaat, namun PT KAI menghadapi masalah teknis yang cukup signifikan terkait dengan ketidakakuratan sistem pengenalan wajah Oleh karena

itu, penelitian ini relevan untuk mengevaluasi bagaimana persepsi pengguna, hambatan implementasi, dan kebijakan yang ada memengaruhi adopsi teknologi *face recognition*, sekaligus memberikan rekomendasi untuk meningkatkan penerimaan melalui optimalisasi proses dan komunikasi manfaat teknologi kepada pengguna.

Gambar 1. 2 Penumpang Tolak Penggunaan *Face recognition*

Sumber : Gerald, 2023

Berdasarkan gambar 1.2 para pengguna menolak adanya *face recognition*, hal tersebut dikarenakan beberapa kasus sebelumnya yang menjadi masyarakat tidak ingin menggunakan aplikasi tersebut karena ketakutan hal-hal yang tidak diinginkan dapat menimpa pengguna, bukannya malah mempermudah namun jadi mempersulit dalam akses penggunaan transportasi KAI

Penumpang yang menolak untuk mendaftar pada sistem *face recognition* untuk *boarding* disebabkan oleh beberapa faktor yang berkaitan dengan penerimaan dan pemahaman terhadap teknologi baru tersebut. Meskipun teknologi ini dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan, beberapa penumpang mungkin merasa khawatir akan kemungkinan kegagalan sistem dalam mendeteksi wajah pengguna yang dapat terjadi dalam sistem tersebut. Ketidakpastian ini bisa menyebabkan penumpang merasa enggan untuk menggunakan teknologi baru tersebut.

Adapun fenomena yang terjadi yang dialami beberapa penumpang PT KAI yang telah melakukan pendaftaran dan menggunakan *face recognition* menunjukkan bahwa masih banyak kendala terjadi dalam penggunaannya, seperti pada gambar

1.3. berdasarkan opini penumpang, pengguna mengungkapkan berbagai masalah, seperti gagal mengenali wajah penumpang sehingga pengguna harus mengulang proses pemindaian atau beralih ke verifikasi manual. Kondisi yang dapat menimbulkan antrean, memperpanjang waktu tunggu, dan menambah ketergantungan petugas. Hambatan tersebut mencerminkan belum optimalnya implementasi teknologi ini dan penumpang kemungkinan tidak memiliki niat untuk kembali menggunakan layanan *face recognition* apabila sistem tidak menunjukkan perbaikan atau peningkatan kinerja.

Gambar 1. 3 Opini Pengguna *Face recognition* PT KAI

Sumber : Tiktok, 2023 & Twitter, 2024

Pada gambar 1.3, gagal deteksi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kondisi pencahayaan yang buruk, atribut yang digunakan, kualitas gambar yang rendah. Dalam beberapa kasus, hal ini menyebabkan keterlambatan dalam proses *boarding* dan meningkatkan frustrasi di kalangan pengguna. Sehingga, fenomena ini jelas mengurangi efektivitas dan kredibilitas teknologi pengenalan wajah sebagai solusi untuk mempercepat dan mempermudah layanan PT KAI.

Fenomena gagal deteksi wajah ini berpotensi menurunkan minat pengguna untuk menggunakan kembali layanan *face recognition.* Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi ini. Penerimaan terhadap teknologi baru sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan psikologis yang dapat menentukan niat seseorang untuk mengadopsi teknologi tersebut. Untuk itu, penting untuk memahami apa saja yang memengaruhi minat pengguna dalam menggunakan teknologi *face recognition* , terutama dalam konteks

layanan transportasi salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis penerimaan teknologi adalah dengan menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003). Model UTAUT telah terbukti efektif dalam menjelaskan niat perilaku pengguna untuk mengadopsi teknologi baru dengan mengidentifikasi empat faktor inti yang memengaruhi minat penggunaan, yaitu *performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating conditions* (Venkatesh et al., 2003).

Fenomena lain yang berkaitan dengan minat penggunaan layanan *face recognition* di kalangan penumpang. Beberapa pengguna merasa kurang mendapatkan dukungan atau panduan yang cukup dalam mengoperasikan sistem *face recognition,* baik dari sisi teknis maupun segi komunikasi informasi (Ependi et al., 2024). Fenomena ini menunjukkan perlunya peningkatan dalam penyampaian informasi dan layanan bantuan teknis agar pengalaman penumpang dalam mengoperasikan sistem menjadi lebih baik. Kurangnya dukungan tersebut dapat menimbulkan kebingungan, yang pada akhirnya memicu ketidaknyamanan saat menggunakan layanan, sehingga penumpang enggan untuk kembali menggunakan layanan *face recognition* .

Menurut Widyasari & Hanani (2024), *Performance expectancy* merupakan kenyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu teknologi memberikan kegunaan yang berdampak pada optimalisasi pekerjaan pengguna serta memberikan keuntungan lebih dibandingkan tanpa menggunakan teknologi tersebut. Sedangkan *Effort expectancy* merupakan kesederhaan pada sistem teknologi sehingga memudahkan pengguna dalam penggunaan teknologi tersebut. Sementara *Social influence* merupakan keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi karena dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, seperti pemerintah, keluarga, teman, tetangga, media massa, dan status sosial. Menurut Lianto & Dewi (2024), *Facilitating conditions* merupakan faktor - faktor eksternal yang termasuk sumber daya seperti instruksi tentang penggunaan sistem atau sekelompok bantuan, karena instruksi dianggap tersedia bagi individu ketika menggunakan suatu sistem.

Keempatnya dapat dijadikan indikator apakah suatu layanan barang atau jasa dapat diminati atau tidak oleh pelanggan dan pengguna.

Norma sosial yang berkembang di antara penumpang kereta atau pengguna jasa layanan PT KAI dapat mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan teknologi *face recognition* (Fadhilla & Putra, 2024). Jika penggunaan teknologi ini semakin banyak dipraktikkan oleh pengguna lain di stasiun atau kereta, individu yang sebelumnya ragu mungkin merasa terdorong untuk mengikuti jejak tersebut, karena pengguna tidak ingin merasa tertinggal atau berbeda dari pengguna lainnya. Fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya peran norma sosial dalam proses adopsi teknologi.

Di era media sosial dan informasi yang cepat tersebar, pengaruh sosial juga dapat datang dari luar kelompok sosial langsung. Pengguna layanan *face recognition* di PT KAI mungkin menerima informasi tentang manfaat dan pengalaman menggunakan teknologi ini dari berbagai sumber, seperti media sosial, ulasan online, atau berita dari rekan kerja atau teman. Jika ulasan dan pengalaman positif tentang layanan ini banyak beredar, hal ini akan memperkuat pengaruh sosial yang mendorong pengguna baru untuk mencoba teknologi tersebut. Sebaliknya, jika ada kekhawatiran atau isu negatif terkait penggunaan *face recognition*, hal ini dapat mempengaruhi penurunan minat pengguna.

Secara keseluruhan, *Social influence* memiliki peran penting dalam adopsi teknologi, terutama dalam konteks penggunaan layanan *face recognition* di PT KAI. Pengaruh dari teman, keluarga, rekan kerja, dan norma sosial yang berkembang di lingkungan pengguna sangat memengaruhi keputusan individu untuk mencoba dan terus menggunakan teknologi tersebut. Oleh karena itu, penting bagi PT KAI untuk memperhatikan faktor-faktor sosial ini dalam merancang strategi promosi dan meningkatkan penggunaan layanan *face recognition* yang lebih luas di kalangan pengguna (Pertiaz & Pascaningrum, 2023).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yu & Ping (2024), *Performance expectancy, social influence*, dan *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral intention to use* untuk menggunakan *face recocognition system* untuk melakukan pembayaran di *e-commerce* China. Sementara itu, dalam

penelitian (Fitrianie et al., 2021), bahwa *Performance expectancy* , *effort expectancy, social influence,* dan *facilitating conditions* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral intention to use* penerimaan pengguna terhadap aplikasi CBT-I untuk insomnia, dan terakhir dari penelitian Pamungkas et al. (2022), keempat faktor tersebut memberikan pengaruh positif dan dampak signifikan terhadap *Behavioral intention to use* dalam penerimaan dan menggunakan aplikasi. Hal ini memperkuat bahwa kerangka kerja UTAUT terbukti berhasil dalam menganalisis penerimaan sebuah teknologi.

Berdasarkan uraian latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat layanan *face recognition* yang fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi teknologi, yang berjudul "**PENGARUH *PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE*, DAN *FACILITATING CONDITIONS* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION TO USE* LAYANAN *FACE RECOGNITION* PADA PT KAI (PERSERO)"**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian fenomena latar belakang, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* layanan *face recognition* PT KAI*?*
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* layanan *face recognition* PT KAI*?*
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* layanan *face recognition* PT KAI*?*
4. Apakah *facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* layanan *face recognition* PT KAI*?*
5. Apakah *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social influeance,* dan *Facilitating Conditions* berpengaruh secara simultan terhadap *Behavioral Intention to Use* layanan *face recognition* PT KAI*?*

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *performance expactancy* terhadap *behavioral intention to use* layanan *face recognition* PT KAI.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *effort expactancy* terhadap *behavioral intention to use* layanan *face recognition* PT KAI.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *social expactancy* terhadap *behavioral intention to use* layanan *face recognition* PT KAI.
4. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *facilitating conditions* terhadap *Behavioral intention to use* layanan *face recognition* PT KAI.
5. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *performance expectancy, effort expectancy, social influeance,* dan *facilitating conditions* secara simultan terhadap *behavioral intention to use* layanan *face recognition* PT KAI.

1.5 Manfaat Penelitain

1. Aspek Teoritis

a. Untuk memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna saat menggunakan teknologi *face recognition*, terutama dalam hal layanan transportasi.
b. Untuk memberikan referensi akademik dan literatur untuk penelitian lebih lanjut tentang analisis minat *face recognition* .

2. Aspek Praktis

a. Untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan kemudahan penggunaan *face recognition* .
b. Untuk memberikan informasi dan masukan kepada PT KAI mengenai penerapan *face recognition* berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan teknologi layanan

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi sistematika dan penjelasan ringkas dari laporan tugas akhir, yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dengan rincian sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan masalah. Pendahuluan memberikan pemahaman umum tentang tujuan dan alasan penelitian ini diperlukan.

b. BAB II TINJUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan Hipotesis penelitian. Tinjauan pustaka menyajikan teori-teori yang menjadi dasar penelitian dan referensi untuk mendukung analisis masalah.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan jenis penelitian, operasional variabel, dan tahapan penelitian. Metode penelitian menyajikan untuk menunjukkan metode penelitian yang sistematis.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan karakteristik responden, hasil penelitian, pembahasan penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan saran untuk penelitian lanjutan.