

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan persepsi keamanan teknologi memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan layanan OVO. Pada penelitian ini, faktor kepercayaan menjadi faktor yang paling signifikan yang memengaruhi minat penggunaan aplikasi OVO karena memiliki nilai t-statistik paling besar. Mahasiswa di Yogyakarta menganggap layanan OVO sebagai teknologi *mobile payment* yang dapat dipercaya baik dari sisi keamanan dan kenyamanan. Hal ini bisa menjadi masukan bagi perusahaan-perusahaan *FinTech* khususnya layanan OVO untuk mempertahankan kepercayaan masyarakat terhadap minat penggunaan aplikasi OVO. Terlebih lagi faktor kepercayaan juga bisa menjadi acuan perusahaan-perusahaan *FinTech* untuk lebih meningkatkan kualitas dan kinerja dalam penyediaan layanan *mobile payment*. Selain kepercayaan, ada faktor persepsi keamanan teknologi yang memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan layanan OVO. Dalam penelitian ini, mahasiswa di Yogyakarta tidak khawatir dengan keamanan transaksi keuangan pada layanan OVO dan merasa aman jika mengirimkan informasi pribadinya kepada provider *mobile payment* seperti nomor *hand phone*, nama, atau pun *e-mail*. Layanan OVO cukup memberikan *image* yang baik untuk konsumen.

Sedangkan, terdapat empat variabel yang tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan OVO yaitu pengaruh sosial, motivasi hedonis, persepsi

manfaat, dan persepsi kemudahan. Faktor pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan karena sebagian besar perilaku mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan layanan OVO tidak dipengaruhi oleh orang lain baik keluarga, teman, atau rekan kerja. Motivasi hedonis tidak memengaruhi minat penggunaan layanan OVO karena diindikasikan bahwa rasa kesenangan pada mahasiswa tidak membentuk niat untuk menggunakan aplikasi OVO dan mereka menggunakan layanan OVO tidak sebagai hiburan atau kesenangan semata. Sementara itu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan juga tidak mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan layanan OVO karena mereka merasa menggunakan aplikasi OVO tidak membuat pekerjaan menjadi lebih mudah dan tidak meningkatkan kinerja atau pun produktivitasnya dalam melakukan transaksi pembayaran. Selain itu mahasiswa juga merasa bahwa aplikasi OVO tidak begitu mudah diterima dan tidak terlalu bermanfaat untuk digunakan oleh mahasiswa.

Hasil penelitian yang ditemukan terkait gender yaitu tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan pada hubungan pengaruh sosial, motivasi hedonis, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan dan gender bukan merupakan variabel moderasi pada hubungan tersebut.

5.2 Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian ini bagi perusahaan-perusahaan *FinTech* yakni bisa memperhatikan beberapa aspek yang memengaruhi penggunaan layanan OVO seperti aspek pengaruh sosial, motivasi hedonis, persepsi manfaat, persepsi kegunaan, kepercayaan, dan persepsi keamanan teknologi. Kurang nya pengaruh

pengaruh sosial, motivasi hedonis, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan ini harus membuat industri penyedia layanan OVO mengembangkan aplikasi OVO untuk meningkatkan kesenangan konsumen dengan mengeluarkan promo-promo transaksi dengan menggunakan aplikasi OVO. Adanya promo-promo ini juga bisa memancing konsumen lain untuk mengajak konsumen lainnya menggunakan layanan OVO.

Selain itu, mahasiswa sebagai konsumen murni dalam penelitian ini memilih faktor kepercayaan dan persepsi keamanan teknologi sebagai dasar untuk minat dalam menggunakan teknologi. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kepercayaan mahasiswa pada layanan OVO maka semakin banyak konsumen yang minat dalam menggunakan teknologi. Hasil penelitian ini juga bisa menjadi rekomendasi agar perusahaan mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan aplikasi OVO dengan memberikan bentuk pertanggung jawaban nyata atas masalah yang dihadapi oleh konsumen ketika menggunakan aplikasi. Sehubungan dengan hal tersebut, pemerintah sebagai regulator perlu menjamin bahwa aturan yang berkaitan dengan keamanan teknologi dalam *mobile payment* adalah benar-benar aman untuk digunakan. Hal yang paling berpengaruh juga yaitu pemerintah bersama perusahaan-perusahaan *FinTech* harus bekerja sama dengan *merchant-merchant* untuk menyediakan akses yang lebih mudah dalam penggunaan aplikasi *mobile payment* sehingga konsumen bisa menikmati fasilitas pembayaran dengan *e-money*. Hal ini secara tidak langsung akan meningkatkan penggunaan *mobile payment* dan kepercayaan konsumen bahwa layanan OVO di Indonesia benar-benar bertujuan untuk membangun *cashless society*.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti dan diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang terjadi antara lain:

1. Terbatasnya responden, penelitian ini hanya 100 responden yang mana angka tersebut jumlahnya relatif kecil sehingga kurang dapat mewakili semua pendapat mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan layanan OVO maka, jika perlu keberagaman harus disebar lebih luas dan lebih banyak lagi.
2. Data yang dianalisis dalam penelitian ini berdasarkan pada kuesioner persepsi jawaban responden sehingga dimungkinkan tidak mencerminkan keadaan yang sesungguhnya dan dimungkinkan ada unsur subjektif.
3. Penelitian ini tidak menggunakan variabel *perceived benefit*, *perceived trust*, *compatibility*, *perceived risk*, dan *perceived cost* sehingga kurang menjelaskan hasil yang maksimal.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan sebelumnya, maka saran dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan tambahan metode selain kuesioner dan menambahkan teori pendukung atau variabel tambahan dan jumlah sampel yang lebih besar. Misalnya *perceived benefit*, *perceived trust*, *perceived risk*, *compatibility*, *perceived cost*, *resistance to change* dan lain

sebagainya. Serta menambahkan variabel moderasi seperti *age*, *experience*, dan *voluntariness of use*.

2. Bagi pemerintah

Pemerintah harus segera melakukan evaluasi terkait penyelenggaraan *FinTech* karena semakin maraknya perusahaan non-perbankan yang mengeluarkan produk *e-money*. Pemerintah melalui Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan harus memberikan peraturan yang ketat terhadap penyelenggaraan ini dan melakukan evaluasi atas implementasi *e-money* di Indonesia. Hal ini melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat Indonesia.

