

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan, penggunaan teknologi serta risiko yang menyertai dalam penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut :

- 1) *Perceived usefulness (PU)* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention (BI)* pada penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash .

Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat yang diperoleh dalam penggunaan Mandiri E-Cash, maka mendorong minat terhadap penggunaan layanan Mandiri E-Cash. Apabila dilihat dari sisi karakteristik responden lebih dari setengahnya, yaitu 56.3% merupakan mahasiswa pascasarjana usia muda dengan rentang 21-25 tahun. Mahasiswa pascasarjana sebagai kaum terpelajar memiliki sifat terbuka terhadap perkembangan teknologi yang juga termasuk kedalam generasi milenial (generasi Y) dimana mereka telah menguasai berbagai kecanggihan teknologi dan kemajuan digital serta memiliki pengetahuan tentang manfaat yang akan diperoleh jika menggunakan uang elektronik tersebut. Berbagai manfaat yang ditawarkan ini telah membentuk *perceived usefulness* bagi calon pengguna Mandiri E-Cash yang pada akhirnya akan meningkatkan minat calon pengguna Mandiri E-Cash.

- 2) *Perceived ease of use (PEOU)* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention (BI)* pada penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa cara penggunaan Mandiri E-Cash yang mudah dipelajari menjadikan interaksi pengguna dapat dilakukan dengan sederhana, susunan menu mudah dipahami, dapat digunakan pada semua jenis handphone, fitur sangat jelas dan mudah diakses dibandingkan E-Channel lainnya. Hal ini mengakibatkan bahwa kemudahan penggunaan atau pemakaian teknologi berimplikasi pada minat seseorang dalam menggunakan Mandiri E-Cash tersebut.

- 3) *Perceived risk (PR)* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention (BI)* pada penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash.

Hal ini menunjukkan bahwa apabila persepsi risiko meningkat, tidak akan mempengaruhi minat penggunaan teknologi Mandiri E-Cash tersebut. Oleh karena itu, dalam konteks ini persepsi risiko tidak menjadi faktor yang menjadi penentu dalam penelitian ini. Tindakan yang dilakukan oleh Bank Mandiri untuk memperkecil risiko telah berdampak positif pada minat konsumen dalam menggunakan teknologi ini disebabkan karena Bank Mandiri memberikan perlindungan hukum kepada pemegang Mandiri E-Cash yang mengalami kegagalan transaksi akibat ketidakstabilan jaringan internet adalah berdasarkan ketentuan-ketentuan yang telah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia dan berbagai tindakan preventif dalam memitigasi risiko layanan Mandiri E-Cash seperti: sistem enkripsi, Kode PIN & OTP, SMS notifikasi dan metode time out session. Sehingga risiko yang melekat

terhadap penggunaan Mandiri E-Cash tidak mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan teknologi tersebut.

Responden yang merupakan mahasiswa pascasarjana berusia muda dimana mereka telah memiliki pengetahuan tentang manfaat dan penggunaan dari teknologi Mandiri E-Cash sebelumnya disertai dengan reputasi baik dari Bank Mandiri juga berimplikasi terhadap rendahnya persepsi seseorang terhadap risiko menggunakan teknologi Mandiri E-Cash.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa implikasi praktis yang diharapkan dapat diimplementasikan melalui berbagai kebijakan yang mampu mendorong minat penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash. Implikasi tersebut antara lain :

1. Melihat hasil penelitian, aspek persepsi manfaat tidak bisa dipisahkan dengan aspek minat penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash. Aspek tersebut menyangkut manfaat yang diperoleh dengan minat penggunaan karena semakin banyak manfaat yang diperoleh maka akan sangat berpengaruh dalam mendorong minat seseorang menggunakan Mandiri E-Cash. Dimana mahasiswa pascasarja PTN Kota Padang pada umumnya telah memiliki pengetahuan tentang produk Mandiri E-Cash, manfaat utama yang mereka rasakan adalah pembayaran menggunakan Mandiri E-Cash menjadi lebih efektif dibandingkan uang tunai.
2. Berdasarkan kesimpulan penelitian yang diambil, maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan juga sangat vital dalam mempengaruhi minat penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash. Karena kemudahan penggunaan

atau pemakaian teknologi berimplikasi pada minat seseorang menggunakan Mandiri E-Cash. Banyak tutorial yang ditayangkan diberbagai media sehingga mudah bagi calon/non pengguna untuk menjadi terampil meskipun belum menggunakan Mandiri E-Cash.

3. Nasabah merasa *secure* dalam menggunakan layanan Mandiri E-Cash. Melihat hasil penelitian, persepsi risiko tidak mempengaruhi minat penggunaan teknologi Mandiri E-Cash tersebut. Bank Mandiri selaku penyedia layanan Mandiri E-Cash telah memitigasi risiko pada layanan Mandiri E-Cash-nya dan dari sisi responden juga termasuk kedalam kaum terpelajar yang telah mengetahui tentang manfaat dan penggunaan Mandiri E-Cash sebelumnya, sehingga calon pengguna tidak ragu untuk menggunakan layanan tersebut dan tidak khawatir mengenai risiko yang mungkin akan ditimbulkan dari penggunaan.
4. Untuk lebih meningkatkan minat penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash, Bank Mandiri sebaiknya lebih aktif menggunakan sosial media seperti twitter, facebook dan instagram yang merupakan media yang cukup baik untuk melakukan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat urban. Salah satu fungsi penting dalam menggunakan sosial media sebagai alat pemasaran adalah kemampuannya dalam mempengaruhi konsumen pada tahap *considerations*. Oleh sebab itu sosial media seperti twitter, facebook dan instagram dapat memberikan beberapa keuntungan antara lain: memberikan pengetahuan mengenai Mandiri E-Cash secara efektif dan efisien, memberikan informasi mengenai promo Mandiri E-Cash dan memberikan edukasi akan kemudahan penggunaan Mandiri E-Cash.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman yang dialami oleh peneliti selama melakukan proses penelitian, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki keterbatasan yang mungkin akan mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu, keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan untuk peneliti yang akan datang. Penelitian ini berfokus pada kajian mengenai integrasi *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan *perceived risk*. Barangkali perlu penambahan variabel lain yang terkait dengan pengukuran *behavioral intention* penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash. Disamping itu, keterbatasan waktu seringkali membuat peneliti terhambat dalam kesediaan para responden untuk mengisi kuesioner penelitian. Mengingat banyaknya responden yang sibuk selama rentang waktu penyebaran kuesioner. Agar kedepannya menggunakan kuesioner secara online (*e-questionnaire*) agar waktu pengisian menjadi lebih efektif dan efisien.

### 5.4 Saran

#### 5.4.1 Bagi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk

1. Dalam perencanaan dan strategi pemasaran Mandiri E-Cash diharapkan PT Bank Mandiri tidak hanya mengandalkan promo-promo Mandiri E-Cash untuk membangun dan meningkatkan pengetahuan Mandiri E-Cash Tetapi juga perlu diciptakan kampanye edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang cara dan manfaat dari penggunaan uang elektronik sebagai salah satu bentuk perkembangan alat pembayaran yang praktis diantaranya peran Mandiri E-Cash dalam meningkatkan produktivitas seperti ketelitian proses pembayaran menjadi lebih baik. Serta kemudahan penggunaan Mandiri E-Cash yang dapat digunakan pada semua jenis handphone karena pada umumnya responden

mengetahui bahwa Mandiri E-Cash hanya bisa diakses melalui aplikasi saja. Oleh karena itu sangat perlunya kampanye edukasi dan sosialisasi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan Mandiri E-Cash.

2. Saran praktis dari penelitian ini adalah para pihak yang menekuni di bidang industri uang elektronik dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan perencanaan strategi pemasaran produk baru yang berdasarkan pada perilaku konsumen, dimana pemilihan target market yang disasar memiliki kesamaan karakteristik populasi penelitian ini, antara lain diasumsikan usia muda produktif, bertempat tinggal di perkotaan (*urban*), berpendidikan tinggi (mahasiswa pascasarjana).

#### 5.4.2 Bagi Penelitian yang Akan Datang

1. Penelitian ini hanya menganalisis *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *perceived risk* jadi disarankan untuk penelitian berikutnya untuk dapat menambah variabel lainnya yang dapat menjelaskan lebih mendalam tentang minat penggunaan uang elektronik. Seperti, e-trust, lifestyle, faktor psikologis dan banyak lagi variabel yang bisa dijadikan acuan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat penggunaan uang elektronik Mandiri E-Cash.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari uang elektronik Mandiri E-Cash. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengambil objek instrument pembayaran non-tunai lainnya. Agar kajian tentang variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk* dan *behavioral intention* dapat dipahami secara mendalam.

3. Dengan memperhatikan hasil dari penelitian, guna memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini maka penelitian selanjutnya sebaiknya kategori sampel yang digunakan lebih banyak, menggunakan data yang terbaru dan memperluas objek penelitian. Agar penelitian memberikan hasil yang lebih relevan dan lebih akurat.

