

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan *literature review*, hasil penelitian dan analisa pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai jawaban pada rumusan masalah dalam penelitian ini. Temuan penelitian mengindikasikan adanya pengaruh antara praktek Implementasi *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk* dan *Personal Innovativeness* terhadap *Attitude* mengadopsi *Mobile Banking*. Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* dalam adopsi BNI *Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Artinya, jika nasabah yakin BNI *Mobile Banking* dhi wondr bisa mempermudah transaksi, menghemat waktu, atau memberikan keuntungan nyata lainnya (seperti bayar tagihan, transfer cepat, cek saldo kapan saja), mereka akan memiliki pandangan yang lebih baik terhadap aplikasi itu. Sikap positif inilah yang menjadi pondasi kuat, membuat nasabah lebih cenderung tertarik dan akhirnya berniat aktif menggunakan wondr dalam kegiatan perbankan sehari-hari mereka.
2. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* dalam adopsi BNI *Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Artinya, ketika nasabah merasa bahwa aplikasi BNI *Mobile Banking* mudah untuk dipelajari,

mudah digunakan, dan tidak membingungkan, mereka akan cenderung mengembangkan sikap yang lebih positif terhadap layanan tersebut. Kemudahan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari proses pendaftaran yang sederhana, navigasi antarmuka yang intuitif, hingga penyelesaian transaksi yang cepat tanpa hambatan.

3. *Perceived Risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Attitude* dalam adopsi *BNI Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Artinya, jika nasabah merasakan adanya risiko yang tinggi saat menggunakan *BNI Mobile Banking* – seperti kekhawatiran akan penipuan, kebocoran data pribadi, atau masalah teknis yang menyebabkan kerugian finansial – maka mereka akan cenderung memiliki sikap yang kurang positif atau bahkan negatif terhadap layanan tersebut.
4. *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude* dalam adopsi *BNI Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Artinya, nasabah dengan tingkat inovatif pribadi yang tinggi cenderung lebih terbuka dan antusias dalam mencoba hal-hal baru, termasuk teknologi finansial seperti Wondr. Mereka tidak takut akan perubahan dan justru melihatnya sebagai peluang untuk meningkatkan efisiensi atau kenyamanan.
5. *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *BNI Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Artinya, semakin positif sikap nasabah terhadap *BNI Mobile Banking*, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk benar-benar menggunakannya. Ini menekankan pentingnya bagi BNI untuk memfokuskan upaya pada pembentukan dan penguatan pandangan positif



nasabah, baik melalui penekanan pada manfaat, kemudahan penggunaan, maupun dukungan layanan pelanggan, karena sikap yang baik adalah jembatan utama menuju adopsi dan penggunaan aktif layanan perbankan digital ini.

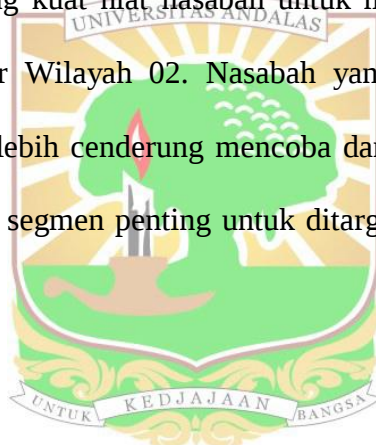
6. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Artinya persepsi bahwa *BNI Mobile Banking* benar-benar berguna adalah prediktor terkuat niat seseorang untuk menggunakannya. Semakin aplikasi ini dapat memberikan solusi konkret dan meningkatkan kualitas pengalaman perbankan nasabah, semakin besar pula kemauan mereka untuk mengadopsi dan memanfaatkan layanan tersebut.

7. *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Artinya jika suatu sistem atau aplikasi dirasakan rumit, memakan waktu, atau membutuhkan usaha mental yang besar, orang akan enggan menggunakannya, bahkan jika mereka tahu itu bermanfaat. Sebaliknya, kemudahan penggunaan yang dirasakan berarti aplikasi tersebut intuitif, langkah-langkahnya jelas, dan pengguna merasa tidak memerlukan banyak usaha untuk menyelesaikan tugas. Ini mengurangi beban kognitif dan fisik, membuat pengalaman menggunakan aplikasi menjadi lebih menyenangkan dan efisien.

8. *Perceived Risk* berpengaruh negative dan signifikan terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Artinya semakin tinggi risiko yang dirasakan oleh seorang individu terhadap suatu teknologi atau layanan,

maka semakin rendah pula niat mereka untuk menggunakannya. Dalam konteks *BNI Mobile Banking*, ini mengindikasikan bahwa nasabah di BNI Kantor Wilayah 02 yang merasakan adanya kekhawatiran serius seperti potensi penipuan, kebocoran data pribadi, atau masalah teknis yang bisa merugikan finansial akan cenderung enggan atau menunda niat mereka untuk mulai menggunakan aplikasi tersebut.

9. *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use BNI Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Artinya inovatif pribadi adalah pendorong kuat niat nasabah untuk mengadopsi *BNI Mobile Banking* di BNI Kantor Wilayah 02. Nasabah yang secara alami terbuka terhadap hal baru akan lebih cenderung mencoba dan menggunakan aplikasi tersebut, menjadikannya segmen penting untuk ditargetkan dan dimanfaatkan dalam strategi adopsi.



1.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk* dan *Personal Innovativeness* terhadap *Attitude* mengadopsi *Mobile Banking* pengguna aplikasi *Wondr*, terdapat beberapa implikasi yang dapat menjadi acuan bagi manajemen BNI dalam meningkatkan penggunaan aplikasi secara berkelanjutan yaitu :

1. Pengembangan Fitur yang Berorientasi pada Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) merupakan faktor utama yang mendorong adopsi *mobile banking*. Pada penelitian item pertanyaan “Penggunaan Wondr by BNI membuat layanan perbankan saya jadi lebih efisien” merupakan item pertanyaan yang memiliki rata-rata paling tinggi yaitu 4.33 di antara seluruh indikator variabel *Perceived Usefulness*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat merasakan manfaat efisiensi yang ditawarkan oleh aplikasi Wondr by BNI. Efisiensi yang dimaksud dapat mencakup penghematan waktu, kemudahan dalam menyelesaikan transaksi tanpa harus ke bank secara fisik, serta percepatan akses terhadap layanan perbankan yang dibutuhkan. Tingginya nilai rata-rata ini mengindikasikan bahwa efisiensi merupakan aspek paling menonjol dalam persepsi kegunaan aplikasi, dan menjadi faktor kunci dalam mendorong adopsi teknologi *mobile banking* oleh pengguna.

2. Meningkatkan Adopsi *Mobile Banking* melalui Optimalisasi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian, Aspek kemudahan penggunaan *Mobile Banking* merupakan faktor yang sangat penting dalam mendorong adopsi dan penggunaan *mobile banking* secara berkelanjutan. Pada penelitian item pertanyaan “Saya merasa mudah untuk menguasai penggunaan perangkat seluler dalam mengakses layanan perbankan” memiliki rata-rata paling tinggi yaitu 4.36 Nilai ini mencerminkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kenyamanan dan kepercayaan diri yang tinggi dalam menggunakan perangkat seluler untuk kebutuhan layanan perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran dan adaptasi terhadap aplikasi Wondr by BNI tergolong mudah, bahkan bagi



pengguna yang mungkin tidak memiliki latar belakang teknologi yang kuat. Temuan ini memperkuat asumsi bahwa kemudahan penguasaan teknologi merupakan aspek penting dalam mendorong penerimaan aplikasi *mobile banking*, dan menjadi fondasi utama bagi peningkatan intensi penggunaan dalam jangka Panjang.

3. Meningkatkan Keamanan Sistem dan Enkripsi Data *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil penelitian, Resiko dapat menjadi penghambat penggunaan *Mobile Banking* secara berkelanjutan. Pada penelitian item pertanyaan “Informasi transaksi bisa dikumpulkan, dilacak, dan dianalisis” memiliki rata-rata paling rendah yaitu 1.91 hal ini berarti nasabah merasa khawatir by BNI dapat mengakomodir kebutuhan mereka dan aman untuk digunakan. Beberapa point penting yang dapat dikembangkan BNI dalam penguatan fitur yang berorientasi pada *Perceived Risk* antara lain :

- Respon cepat terhadap gangguan keamanan data : Guna mempertahankan loyalitas dan kepercayaan nasabah, perbankan harus memiliki protokol respons insiden yang cepat dan terukur. Komunikasi yang transparan dalam penanganan masalah keamanan tidak hanya penting untuk menjaga reputasi, tetapi juga berperan langsung dalam mengurangi kekhawatiran nasabah. Oleh karena itu, reputasi bank sebagai entitas yang tepercaya dalam keamanan digital menjadi modal berharga untuk mendorong adopsi *mobile banking*.
- Peningkatan Keamanan Sistem dan Transparansi Data : Sebagai upaya mitigasi terhadap persepsi risiko (*perceived risk*) yang tinggi, perbankan

perlu memprioritaskan pengembangan infrastruktur keamanan yang kokoh. Hal ini mencakup implementasi enkripsi data yang canggih dan mekanisme otentikasi berlapis, seperti penggunaan *One-Time Password (OTP)* dan verifikasi biometrik. Di samping itu, perbankan juga harus mengkomunikasikan secara transparan mengenai kebijakan privasi dan mekanisme perlindungan data nasabah guna meningkatkan kepercayaan dan menurunkan kekhawatiran akan penyalahgunaan data.

4. Segmentasi Pasar Berdasarkan Tingkat Inovasi Pengguna

Berdasarkan hasil penelitian bahwa *Personal Innovativeness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *mobile banking*, maka *personal innovativeness* membantu menjelaskan mengapa sebagian orang cepat mengadopsi *mobile banking*, sementara yang lain lambat atau enggan. Pada Penelitian item pertanyaan “Teman-teman saya sangat menghargai pendapat saya tentang teknologi baru” memiliki rata-rata paling tinggi yaitu 4.24, hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung merasa memiliki pengaruh sosial yang positif dalam hal teknologi, di mana pendapat mereka dianggap penting atau bernilai oleh lingkungan sosialnya, terutama dalam konteks adopsi teknologi baru seperti *mobile banking*. Temuan ini mengindikasikan bahwa selain faktor internal seperti minat pribadi terhadap teknologi, pengakuan dari orang sekitar juga dapat menjadi pendorong kuat bagi individu untuk mencoba dan menggunakan aplikasi teknologi terbaru.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Fokus pada Satu Kelompok Usia (Generasi Milenial) : Penelitian hanya meneliti generasi milenial, sehingga temuan tidak mencerminkan persepsi dan perilaku pengguna dari generasi lain seperti Baby Boomers, Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z yang mungkin memiliki pola adopsi berbeda.
2. Terbatas pada Wilayah Geografis Tertentu : Penelitian hanya dilakukan di wilayah kerja BNI Kantor Wilayah 02 (Sumatera Barat, Riau, dan Kepulauan Riau), sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk nasabah BNI di wilayah lain atau bank lain di Indonesia.
3. Penelitian hanya menganalisis 5 (lima) variabel independen (*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Personal Innovativeness* dan *Attitude*), sehingga belum mencakup faktor lain yang mungkin memengaruhi *Intention to Use mobile banking*.

1.4 Saran Penelitian

Berdasarkan keterbatasan tersebut, beberapa saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

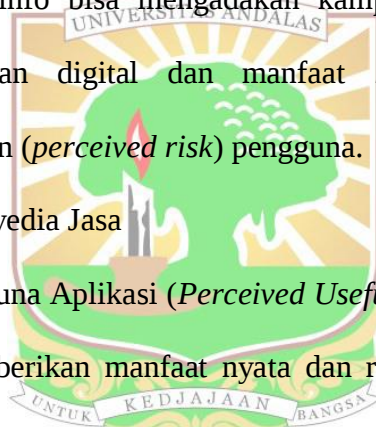
1. Pemerintah sebagai regulator :
 - Meningkatkan Literasi Keuangan dan Digital : Pemerintah perlu terus mendorong program edukasi literasi digital dan keuangan, terutama untuk

generasi muda, agar mereka memahami manfaat, risiko, dan cara menggunakan *mobile banking* dengan aman dan efektif.

- Pengembangan Infrastruktur Digital yang Merata : Pemerintah perlu memastikan akses jaringan internet dan infrastruktur teknologi tersedia secara merata di seluruh wilayah, termasuk daerah 3T (tertinggal, terdepan, dan terluar), agar adopsi *mobile banking* tidak hanya terjadi di kota besar.
- Kampanye Sosialisasi Aman Digital secara Nasional : Pemerintah melalui OJK, BI, dan Kominfo bisa mengadakan kampanye publik mengenai pentingnya keamanan digital dan manfaat *mobile banking*, guna menurunkan keraguan (*perceived risk*) pengguna.

2. Perbankan Sebagai Penyedia Jasa

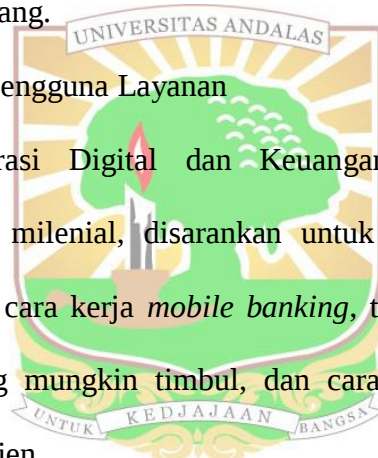
- Memperkuat Nilai Guna Aplikasi (*Perceived Usefulness*) : Aplikasi *mobile banking* harus memberikan manfaat nyata dan relevan, seperti integrasi dengan *e-wallet* dan fitur pengelolaan keuangan pribadi.
- Meningkatkan Kemudahan Penggunaan Aplikasi (*Perceived Ease of Use*) : Bank perlu terus menyederhanakan antarmuka aplikasi dan alur transaksi agar lebih intuitif dan mudah digunakan oleh pengguna milenial yang mengutamakan efisiensi dan kenyamanan.
- Menurunkan Persepsi Risiko Pengguna (*Perceived Risk*) : Perbankan perlu mengedukasi pengguna mengenai fitur keamanan, memperkuat sistem perlindungan data, serta transparan dalam menangani insiden agar pengguna merasa lebih aman saat menggunakan layanan .



- Mendorong Inovasi yang Responsif terhadap Kebutuhan Nasabah Milenial (*Personal Innovativeness*) : Menyediakan fitur-fitur baru dan eksperimental (misalnya beta testing untuk nasabah terpilih) serta personalisasi layanan dapat menarik generasi milenial yang senang mencoba hal baru.
- Meningkatkan *Customer Support* Berbasis Teknologi : Penyediaan bantuan melalui *chatbot*, *live chat*, dan tutorial interaktif dalam aplikasi akan membantu pengguna yang mengalami kesulitan teknis tanpa harus datang ke kantor cabang.

3. Bagi Nasabah sebagai Pengguna Layanan

- Meningkatkan Literasi Digital dan Keuangan Pribadi : Nasabah, khususnya generasi milenial, disarankan untuk terus mengembangkan pemahaman tentang cara kerja *mobile banking*, termasuk fitur-fitur yang tersedia, risiko yang mungkin timbul, dan cara menggunakan layanan secara aman dan efisien.
- Memanfaatkan *Mobile Banking* untuk Efisiensi Finansial : Dengan adopsi yang optimal, *mobile banking* bisa membantu nasabah dalam mengelola keuangan secara lebih teratur, transparan, dan cepat. Nasabah perlu menjadikan aplikasi ini sebagai alat bantu keuangan, bukan hanya untuk transaksi.
- Membuka Diri terhadap Inovasi Teknologi Finansial (Fintech) : Nasabah disarankan untuk terbuka terhadap perkembangan teknologi di sektor keuangan, seperti integrasi *mobile banking* dengan e-wallet, QRIS, atau



fitur AI, guna meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi sehari-hari.

- Lebih Proaktif dalam Menjaga Keamanan Data Pribadi : Pengguna harus bijak dalam menjaga data login, tidak membagikan PIN/OTP, serta berhati-hati terhadap phishing atau aplikasi palsu. Memahami tanggung jawab pribadi dalam keamanan transaksi digital adalah kunci dalam mengurangi risiko.

