

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji serta dijelaskan secara statistik dengan menggunakan program software SPSS versi 16 dan hasil analisis yang juga telah dilakukan oleh peneliti menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab 1. Maka peneliti menyimpulkan jawaban atas masalah dan juga kesimpulan dari penelitian ini tentang “Pengaruh Strategi Marketing dan Payment Gateway Berbasis Shopeepay Terhadap Inklusi Keuangan Pengguna Aplikasi Shopee di DKI Jakarta” antara lain :

1. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa strategi marketing (x_1) berpengaruh positif signifikan terhadap inklusi keuangan (y) maka tingkat inklusi keuangan pengguna aplikasi shopee yang ada di DKI Jakarta akan meningkat.
2. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa *payment gateway* berbasis Shopeepay (x_2) berpengaruh positif signifikan terhadap inklusi keuangan (y).
3. Didapati hasil R^2 sebesar 0,297. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi pengaruh strategi marketing dan *payment gateway* berbasis Shopeepay terhadap inklusi keuangan sebesar 29.7% (r square).
4. Jika pada variabel strategi marketing (x_1) sebesar 0,136 artinya jika strategi marketing (x_1) meningkat sebesar satu satuan maka besarnya penggunaan inklusi keuangan (y) meningkat sebesar 0,136 dengan asumsi semua variabel

independen yang lain tetap sama dan tidak berubah. Koefisien bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan satu arah antara strategi marketing (x1) dengan inklusi keuangan. Maka Semakin banyaknya strategi pemasaran atau marketing pada aplikasi shopee dengan ketentuan *payment gateway* (digital) maka semakin banyak peningkatan inklusi keuangan pengguna aplikasi shopee di DKI Jakarta.

5. Jika variabel *payment gateway* berbasis shopeepay (x2) meningkat sebesar satu satuan maka penggunaan inklusi keuangan (y) meningkat sebesar 0,374 dengan asumsi semua variabel independen yang lain tetap sama dan tidak berubah. Koefisien bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan satu arah antara *payment gateway* berbasis shopeepay (x2) terhadap inklusi keuangan (y), maka semakin mudah ketersediaan akses layanan jasa keuangan shopeepay dalam bertransaksi sehari-hari.

5.2 Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Pengguna aplikasi shopee memiliki pandangan yang positif akan kepekaannya terhadap gerakan non tunai dengan membiasakan pembayaran secara digital atau *payment gateway* berbasis shopeepay untuk meningkatkan inklusi keuangan. Terkadang dengan adanya pengaruh dari strategi marketing ini dapat membuat para pengguna aplikasi shopee menjadi *impulse buying* atau konsumtif akibat dari tawaran promosi atau potongan harga dan pengaruh iklan lainnya di dalam aplikasi shopee tersebut. Maka jika terjadinya konsumtif atau

boros oleh karena itu pemahaman tentang literasi keuangan sangat penting agar kondisi keuangan tetap stabil dan bisa melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhannya bukan hanya karena keinginan saja. Seseorang yang memiliki pengetahuan literasi ekonomi yang baik akan berperilaku lebih rasional berdasarkan prinsip ekonomi.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi para mahasiswa maupun masyarakat pada umumnya. Mulai membiasakan diri untuk bertransaksi secara non tunai, lebih peka akan hidup di era revolusi industri ini untuk memanfaatkan teknologi sebaik mungkin. Mulai memahami tentang literasi keuangan serta inklusi keuangan. Jika dilihat dari sisi positif, dengan adanya strategi marketing yang baik yang dilakukan oleh aplikasi shopee dapat meningkatkan inklusi keuangan serta Mahasiswa dapat menerapkan implikasi strategi marketing yang dilakukan oleh aplikasi shopee saat dirinya ingin berbisnis atau berwirausaha. Jika dilihat dari sisi negatifnya, dengan adanya pengaruh strategi marketing ini dapat membuat seorang menjadi konsumtif.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel pada wilayah DKI Jakarta yang merupakan pusat pemerintahan dan pusat bisnis yang mana perilaku masyarakat yang menggunakan payment gateway berbasis shopeepay ini dapat berbeda dengan wilayah lainnya. Penelitian ini belum membuktikan apakah hasil yang sama dapat dihasilkan bila terdapat sampel responden yang berasal dari luar DKI Jakarta. Oleh

karena itu diperlukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan responden yang lebih variatif dalam segi geografis.

Dalam penelitian ini hanya meneliti dua variabel yaitu strategi marketing dan payment gateway berbasis shopeepay, sehingga dalam dalam penelitian ini hanya dapat memberikan informasi seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut terhadap inklusi keuangan. Sedangkan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini tidak bisa diketahui secara rinci.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih menggali teori dan faktor lainnya yang dapat mempengaruhi inklusi keuangan. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengikuti langsung proses penyebaran skala instrument penelitian karena dalam penelitian ini skala kuesioner disebarkan dengan menggunakan google form. Peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk melakukan penelitian kepada pengguna aplikasi shopee pada daerah diluar DKI Jakarta karena dalam penelitian ini subyek yang dijadikan responden adalah pengguna aplikasi shopee yang ada di DKI Jakarta yang pernah menggunakan payment gateway berbasis shopeepay.