BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model kausalitas Intention to Use terhadap penggunaan layanan bank digital Seabank, dengan melibatkan variabel Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Trust sebagai variabel mediasi dalam kerangka pemodelan yang mengadopsi pendekatan teknologi berbasis persepsi. Melalui pendekatan kuantitatif dan metode analisis Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM), penelitian ini menguji tujuh hipotesis utama. Seluruh hipotesis terbukti signifikan dan mendukung baik teori yang digunakan maupun temuan dari studi-studi terdahulu. Kesimpulan hasil penelitian dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Perceived Usefulness berpengaruh langsung positif terhadap Intention to Use. Artinya, semakin besar persepsi pengguna terhadap manfaat yang ditawarkan oleh Seabank—baik dari sisi efisiensi waktu, kemudahan transaksi, maupun peningkatan produktivitas finansial—semakin tinggi pula intensi mereka untuk menggunakan aplikasi ini secara rutin. Hasil ini mempertegas pentingnya nilai guna sebagai pendorong utama dalam adopsi teknologi keuangan.
2. Perceived Risk memiliki pengaruh negatif terhadap Intention to Use. Semakin tinggi risiko yang dirasakan oleh pengguna, seperti risiko kehilangan data pribadi, keraguan terhadap keandalan sistem, maupun ketidakpastian layanan, maka semakin kecil kecenderungan mereka untuk menggunakan Seabank. Temuan ini menekankan bahwa persepsi risiko merupakan hambatan signifikan dalam proses pengambilan keputusan, dan perlu dikelola dengan strategi keamanan serta komunikasi yang transparan.
3. Trust berpengaruh positif signifikan terhadap Intention to Use. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap Seabank—baik

terhadap reputasi, keamanan transaksi, maupun konsistensi layanan—merupakan faktor penting dalam membangun intensi penggunaan yang kuat. Semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan, semakin besar pula keinginan untuk terus menggunakan layanan digital banking tersebut.

4. Perceived Usefulness juga berpengaruh positif terhadap Trust. Artinya, ketika pengguna merasa bahwa aplikasi Seabank memberikan manfaat yang nyata dan dapat diandalkan, maka tingkat kepercayaan mereka terhadap platform ini akan meningkat. Hasil ini mencerminkan bahwa persepsi manfaat tidak hanya mendorong niat menggunakan secara langsung, tetapi juga memperkuat keyakinan pengguna terhadap keandalan sistem.
5. Perceived Risk berpengaruh negatif terhadap Trust. Pengguna yang merasa terpapar risiko tinggi cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih rendah terhadap layanan Seabank. Hal ini memperkuat pemahaman bahwa risiko yang tidak dikelola dengan baik akan menurunkan keyakinan terhadap platform digital, dan berujung pada penurunan niat menggunakan.
6. Terdapat pengaruh tidak langsung Perceived Usefulness terhadap Intention to Use melalui Trust sebagai variabel mediasi. Hasil ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan tidak hanya berdampak secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung meningkatkan niat menggunakan melalui pembentukan kepercayaan terhadap aplikasi. Dengan kata lain, Trust menjadi jembatan penting yang memperkuat dampak manfaat terhadap perilaku pengguna.
7. Perceived Risk juga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap Intention to Use melalui Trust. Meskipun risiko yang dirasakan berpengaruh negatif, efeknya terhadap niat menggunakan semakin melemah ketika kepercayaan dapat dibangun. Ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kepercayaan dapat meredam dampak negatif dari risiko yang dirasakan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi antara peningkatan persepsi manfaat, pengelolaan risiko yang efektif, dan penguatan kepercayaan merupakan pendekatan strategis untuk mendorong intensi

penggunaan aplikasi Seabank. Dalam konteks layanan keuangan digital, adopsi teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh dimensi rasional seperti efisiensi dan manfaat, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti rasa aman dan kepercayaan terhadap sistem. Oleh karena itu, perusahaan penyedia layanan perlu mengintegrasikan pendekatan berbasis nilai guna dan perlindungan risiko untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pengguna.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif yang dilakukan dalam penelitian ini, terdapat sejumlah implikasi praktis maupun akademis yang dapat dijadikan acuan oleh Seabank sebagai penyedia layanan keuangan digital. Temuan ini juga memperkaya wawasan akademik dalam pengembangan model penerimaan teknologi, khususnya dalam konteks industri perbankan digital di Indonesia.

5.2.1 Implikasi Praktis

1. Meningkatkan Kepercayaan Pengguna terhadap Seabank

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*. Oleh karena itu, membangun dan menjaga kepercayaan pengguna harus menjadi prioritas utama dalam strategi pengembangan layanan Seabank. Kepercayaan dapat dibentuk melalui sistem keamanan data yang kuat, seperti enkripsi berlapis, autentikasi dua faktor, serta deteksi aktivitas mencurigakan secara real-time. Selain itu, transparansi dalam pengelolaan data pengguna dan kebijakan privasi yang jelas juga akan memberikan rasa aman kepada pengguna. Seabank dapat memperkuat kepercayaan publik melalui edukasi yang konsisten, komunikasi terbuka, dan penyediaan fitur perlindungan akun yang mudah diakses.

2. Mengoptimalkan Manfaat Aplikasi Seabank dalam Kehidupan Sehari-hari

Temuan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to Use* mengindikasikan bahwa pengguna akan terdorong untuk menggunakan Seabank jika mereka merasa aplikasi tersebut benar-benar bermanfaat. Oleh karena itu, pengembangan fitur yang relevan, praktis, dan sesuai kebutuhan pengguna menjadi aspek penting. Seabank dapat memperkuat persepsi kegunaan ini melalui fitur-fitur seperti integrasi pembayaran e-commerce, transfer dana cepat, histori transaksi yang rapi, serta fitur manajemen keuangan digital yang membantu pengguna mengelola pengeluaran. Inovasi layanan berbasis kebutuhan sehari-hari akan membuat pengguna merasa terbantu dan semakin termotivasi untuk menggunakan aplikasi secara rutin.

3. Mengelola Persepsi Risiko untuk Meningkatkan Minat Penggunaan

Penelitian ini juga menemukan bahwa *Perceived Risk* berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *Intention to Use*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar risiko yang dirasakan pengguna, seperti ancaman terhadap keamanan data atau kemungkinan kegagalan sistem, maka semakin rendah pula niat mereka untuk menggunakan Seabank. Oleh karena itu, manajemen risiko menjadi kunci penting dalam meningkatkan adopsi layanan. Seabank disarankan untuk terus meningkatkan infrastruktur keamanan dan memperkuat komunikasi mengenai perlindungan data pengguna. Pengembangan fitur notifikasi keamanan, edukasi tentang pencegahan penipuan digital, serta penyediaan layanan bantuan yang cepat dan responsif akan membantu menurunkan persepsi risiko pengguna.

4. Mengedukasi Pengguna Melalui Strategi Komunikasi Interaktif

Dalam upaya meningkatkan kepercayaan dan persepsi kegunaan, Seabank dapat mengembangkan pendekatan edukatif yang interaktif dan mudah diakses. Kampanye literasi keuangan digital dapat dilakukan melalui media sosial, fitur dalam aplikasi, maupun kerja sama dengan lembaga pendidikan dan komunitas

digital. Konten edukatif seperti video singkat, infografik, serta tips penggunaan yang aman dan efisien akan membantu pengguna memahami manfaat dan cara kerja aplikasi secara menyeluruh. Strategi ini juga akan membentuk citra Seabank sebagai platform yang peduli terhadap pengalaman dan pemahaman pengguna, bukan hanya sekadar penyedia layanan.

5.2.2 Implikasi Akademis

1. Penguatan Model *Technology Acceptance* melalui Integrasi *Trust* dan *Perceived Risk*

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan memasukkan dua variabel tambahan, yaitu *Trust* dan *Perceived Risk*. Temuan menunjukkan bahwa *Trust* berperan sebagai faktor krusial dalam membentuk *Intention to Use*, dan *Perceived Risk* memiliki pengaruh negatif yang signifikan, memperkuat relevansi aspek psikologis dalam keputusan adopsi teknologi keuangan digital.

2. Validasi TAM dalam Konteks Layanan Bank Digital di Indonesia

Penelitian ini membuktikan bahwa model TAM yang dimodifikasi tetap dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi teknologi di sektor perbankan digital Indonesia. Dengan menggunakan responden berusia 17–42 tahun dari wilayah Jabodetabek, hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa kombinasi antara faktor kognitif (*Perceived Usefulness*), emosional (*Trust*), dan persepsi risiko menjadi penentu utama dalam niat pengguna untuk menggunakan layanan bank digital.

3. Landasan untuk Studi Lanjutan dalam Bidang Keuangan Digital

Hasil penelitian ini membuka peluang untuk riset lebih lanjut dengan menggabungkan model TAM dengan teori lain seperti *UTAUT* atau *Protection Motivation Theory (PMT)*, guna mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai perilaku konsumen digital. Studi mendatang juga dapat menambahkan

variabel baru seperti *Digital Literacy*, *User Experience*, atau *Perceived Ease of Use*, serta menguji model ini pada platform digital lain seperti Blu by BCA, Jago, atau DANA.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, dan *Trust* terhadap *Intention to Use* aplikasi Seabank, berikut adalah saran-saran yang dapat dijadikan acuan bagi pihak pengembang aplikasi maupun peneliti selanjutnya.

5.3.1 Operasional

1. Penguatan Inovasi Produk Digital

Seabank perlu terus mengembangkan inovasi produk secara berkelanjutan agar mampu memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pengguna yang terus berkembang. Dengan semakin kompetitifnya industri perbankan digital dan meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kemudahan layanan, Seabank dituntut untuk menghadirkan fitur-fitur yang tidak hanya relevan tetapi juga memberikan nilai tambah secara nyata.

Pengembangan fitur berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) untuk mengenali pola transaksi pengguna dan memberikan rekomendasi personalisasi dapat menjadi salah satu bentuk inovasi. Selain itu, penyempurnaan integrasi layanan dengan platform e-commerce seperti Shopee—sebagai salah satu keunggulan utama Seabank—perlu terus ditingkatkan, baik dari sisi kecepatan proses, keamanan, maupun kenyamanan pengguna. Inovasi lain seperti fitur pembayaran terjadwal otomatis, laporan keuangan pribadi, dan analitik pengeluaran bulanan juga dapat menambah persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) pengguna terhadap aplikasi.

2. Peningkatan Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality)

Temuan bahwa *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Use* menekankan pentingnya peningkatan kualitas layanan digital, baik dari aspek keamanan, kecepatan, maupun keandalan aplikasi. Seabank harus lebih responsif terhadap keluhan pengguna dengan menyediakan sistem layanan pelanggan berbasis teknologi yang tanggap dan efisien, seperti chatbot yang cerdas, pusat bantuan interaktif, dan layanan aduan berbasis aplikasi.

Proses transaksi juga perlu dijaga agar tetap cepat, tanpa gangguan sistem. Untuk membangun kepercayaan, Seabank harus secara aktif menyampaikan upaya peningkatan keamanan seperti penggunaan teknologi enkripsi, autentikasi multi-lapisan, serta perlindungan terhadap potensi kebocoran data. Keamanan dan kecepatan dalam bertransaksi akan memperkuat persepsi keandalan layanan dan meningkatkan loyalitas pengguna.

3. Strategi Komunikasi untuk Mengurangi Persepsi Risiko

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Risk* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *Intention to Use*. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang mampu mengurangi rasa khawatir pengguna terhadap risiko penggunaan Seabank. Strategi ini dapat meliputi kampanye edukasi terkait keamanan digital, panduan perlindungan data pribadi, serta transparansi prosedur penanganan insiden keamanan.

Pengguna perlu diberi pemahaman bahwa Seabank memiliki sistem pengamanan yang canggih dan mampu menangani permasalahan dengan cepat jika terjadi gangguan. Langkah-langkah ini tidak hanya menurunkan persepsi risiko, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan, yang pada akhirnya akan mendorong niat penggunaan aplikasi secara berkelanjutan.

5.3.2 Akademik

1. Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Studi berikutnya dapat memperluas jumlah dan demografi responden, serta membandingkan hasil dengan aplikasi bank digital lainnya seperti Blu by BCA, Jago, atau LINE Bank untuk mengetahui apakah pengaruh variabel seperti *Trust*, *Perceived Risk*, dan *Usefulness* berlaku secara konsisten di platform lain.

Selain itu, peneliti dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel mediasi atau moderasi seperti *Digital Financial Literacy*, *Perceived Ease of Use*, atau *User Experience* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku adopsi aplikasi perbankan digital, khususnya dalam konteks masyarakat perkotaan dan generasi muda.

2. Pemanfaatan Teknologi Baru dalam Model Penerimaan Teknologi

Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengeksplorasi peran teknologi mutakhir seperti blockchain dan artificial intelligence (AI) dalam memperkuat variabel *Trust* dan menurunkan *Perceived Risk*. Blockchain dapat memberikan transparansi dan integritas data yang tinggi dalam transaksi, sementara AI dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan personalisasi layanan, prediksi kebutuhan pengguna, serta deteksi dini terhadap potensi fraud atau penyalahgunaan akun. Dengan mengintegrasikan elemen teknologi canggih dalam penelitian selanjutnya, studi tentang penerimaan teknologi di sektor perbankan digital dapat memberikan wawasan baru yang lebih relevan dengan perkembangan industri fintech, serta memperkaya literatur akademik mengenai inovasi layanan keuangan digital.