

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *fintech adoption* terhadap penggunaan aplikasi BCA Mobile, seperti variabel *financial literacy*, *perceived ease of use*, dan *trust in fintech* yang dimasukkan ke dalam model kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah dimodifikasi. Melalui pendekatan kuantitatif dan teknik analisis *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), penelitian ini berhasil menguji tujuh hipotesis yang diajukan. Seluruh hipotesis dinyatakan berpengaruh secara signifikan dan mendukung teori maupun temuan dari studi terdahulu. Kesimpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Financial literacy* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan layanan *fintech*. Semakin baik pemahaman seseorang tentang keuangan termasuk dalam hal pengetahuan dasar, pengelolaan risiko, dan manajemen keuangan, maka akan semakin besar pula kepercayaan mereka terhadap *fintech* seperti aplikasi BCA Mobile. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dapat menjadi strategi efektif untuk membangun kepercayaan individu terhadap layanan *fintech*.
2. *Financial literacy* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat adopsi layanan *fintech*. Semakin baik pemahaman seseorang tentang keuangan termasuk dalam hal pengetahuan dasar,

pengelolaan risiko, dan manajemen keuangan, maka akan semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengadopsi *fintech* seperti aplikasi BCA Mobile. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan merupakan faktor penting yang dapat mendorong kecenderungan individu untuk mengadopsi layanan *fintech*.

3. *Perceived ease of use* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan layanan *fintech*. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan suatu layanan *fintech*, maka akan semakin besar pula kepercayaan mereka terhadap *fintech* seperti aplikasi BCA Mobile. Oleh karena itu, kepercayaan individu terhadap layanan *fintech* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaannya.
4. *Perceived ease of use* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat adopsi layanan *fintech*. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan suatu layanan *fintech*, maka akan semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengadopsi *fintech* seperti aplikasi BCA Mobile. Oleh karena itu, persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang dapat mendorong kecenderungan individu untuk mengadopsi layanan *fintech*.
5. *Trust in fintech* terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat adopsi layanan *fintech*. Semakin besar kepercayaan individu terhadap layanan *fintech*, maka akan semakin besar pula kemungkinan mereka untuk mengadopsi *fintech* seperti aplikasi BCA Mobile. Oleh karena itu, peningkatan kepercayaan terhadap layanan *fintech* merupakan faktor

penting yang dapat mendorong kecenderungan individu untuk mengadopsi layanan *fintech*.

6. *Financial literacy* memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap *fintech adoption* melalui *trust in fintech*. Semakin baik pemahaman seseorang tentang keuangan, maka akan semakin besar pula kepercayaan mereka terhadap layanan *fintech* yang pada akhirnya akan meningkatkan kecenderungan untuk mengadopsi *fintech* seperti aplikasi BCA Mobile.
7. *Perceived ease of use* memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap *fintech adoption* melalui *trust in fintech*. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan suatu layanan *fintech*, maka akan semakin besar pula kepercayaan mereka terhadap layanan *fintech* yang pada akhirnya akan meningkatkan kecenderungan untuk mengadopsi *fintech* seperti aplikasi BCA Mobile.
8. *Financial literacy* memberikan pengaruh terbesar terhadap *fintech adoption* ($T\text{-Statistic} = 6.798$), disusul oleh *perceived ease of use* ($T\text{-Statistic} = 6.571$) dan *trust in fintech* ($T\text{-Statistic} = 6.321$).

5.2 Implikasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti dapat memberikan implikasi teoritis dan praktis. Implikasi teoritis mencerminkan kontribusi penelitian ini terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang yang diteliti. Sementara itu, implikasi praktis memberikan gambaran mengenai penerapan hasil penelitian dalam kehidupan nyata atau praktik profesional yang relevan.

5.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan variabel *financial literacy* dan *trust in fintech* dalam menjelaskan proses *fintech adoption* pada pengguna BCA Mobile. Integrasi variabel tersebut memberikan kontribusi teoritis yang signifikan karena dapat memperluas cakupan model TAM yang awalnya hanya berfokus pada *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Tambahan aspek literasi keuangan dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa kemampuan pengguna dalam memahami dan mengelola informasi keuangan turut mempengaruhi tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan *fintech*, yang pada akhirnya berdampak pada sikap mereka dalam mengadopsi layanan tersebut. *Trust in fintech* terbukti menjadi variabel mediasi yang penting, memperkuat pengaruh literasi keuangan maupun kemudahan penggunaan terhadap adopsi teknologi.

Implikasi ini menegaskan bahwa persepsi kemudahan saja tidak cukup untuk menjelaskan adopsi *fintech*, melainkan juga perlu mempertimbangkan literasi keuangan dan kepercayaan terhadap layanan *fintech*. Maka dari itu, hasil penelitian ini dapat memperkuat urgensi pengembangan model TAM yang lebih inklusif terhadap dimensi literasi dan kepercayaan terhadap layanan *fintech*, terutama dalam menghadapi tantangan digital dan upaya meningkatkan literasi keuangan pengguna layanan *fintech*.

5.2.2 Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang bermanfaat bagi pelaku industri *fintech*, khususnya BCA Mobile, dalam mengembangkan strategi yang lebih tepat untuk mendorong adopsi layanan *fintech*. Temuan menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap *fintech adoption*, yang dimediasi oleh *trust in fintech*. Hal ini menegaskan pentingnya penguatan edukasi keuangan digital di kalangan pengguna, terutama generasi milenial dan generasi Z yang menjadi target utama pengguna BCA Mobile. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan cakupan dan kualitas program literasi digital yang tidak hanya dalam bentuk informasi umum, tetapi juga materi praktis seperti cara menghindari penipuan *online*, menjaga keamanan data pribadi, serta memahami fitur-fitur keuangan dalam aplikasi secara bijak dan efektif. Penyampaian materi sebaiknya disesuaikan dengan karakter pengguna melalui kanal interaktif seperti media sosial agar lebih menarik dan mudah dicerna.

Selain itu, hasil penelitian juga mengonfirmasi bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan adopsi. Hal ini berarti kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi mulai dari tampilan antarmuka yang *user-friendly*, navigasi yang jelas, hingga pengalaman penggunaan yang bebas hambatan teknis menjadi faktor penting dalam membentuk sikap positif pengguna. BCA Mobile dapat memanfaatkan temuan ini untuk terus menyempurnakan desain aplikasi agar lebih mudah dipahami dan fleksibel, menambahkan fitur personalisasi yang relevan, serta memastikan *customer support* yang cepat dan responsif dalam menangani kendala pengguna.

Temuan bahwa *trust in fintech* berperan sebagai mediator utama antara *financial literacy* dan *perceived ease of use* terhadap niat adopsi memperlihatkan bahwa membangun kepercayaan bukan hanya soal aspek teknis, tetapi juga menyangkut persepsi psikologis pengguna terhadap reputasi aplikasi dan pengalaman penggunaan. Oleh karena itu, upaya membangun citra positif perlu dilakukan. Beberapa upaya tersebut dapat berupa transparansi kebijakan, jaminan keamanan digital, serta komunikasi yang meyakinkan perlu menjadi bagian dari strategi jangka panjang.

Hasil penelitian ini juga memiliki implikasi kebijakan. Regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia dapat menggunakan temuan ini sebagai masukan untuk memperkuat regulasi tentang kewajiban literasi keuangan dan keamanan transaksi dari penyedia layanan keuangan agar dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Perlu dipastikan bahwa penyedia layanan seperti BCA Mobile melakukan edukasi publik secara aktif dan menyediakan lingkungan digital yang aman, sehingga diharapkan adopsi teknologi keuangan di Indonesia bisa terus berkembang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada proses pelaksanaan penelitian ini, peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan yang perlu disampaikan agar bisa memahami konteks hasil temuan. Adapun keterbatasan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Salah satu keterbatasan utama terletak pada kerangka konseptual yang digunakan. Penelitian ini hanya berfokus pada tiga variabel utama, yaitu

financial literacy, *perceived ease of use*, dan *trust in fintech* yang kemudian dikaitkan dengan *fintech adoption*. Meskipun, dalam kenyataannya, masih ada banyak faktor lain yang kemungkinan besar juga mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan layanan *fintech*, seperti persepsi risiko, pengaruh sosial, maupun kesiapan teknologi individu. Namun, karena ruang lingkup penelitian ini dibatasi, faktor-faktor tersebut belum dijadikan bagian dari analisis.

2. Dari sisi metode, pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini memang memberikan gambaran umum tentang hubungan antar variabel, tetapi karena data dikumpulkan menggunakan kuesioner *online* dan hanya melibatkan responden yang berdomisili di DKI Jakarta, hasil penelitian ini belum tentu mencerminkan kondisi pengguna BCA Mobile di wilayah lain. Karakteristik demografis dan tingkat literasi keuangan masyarakat tentu bisa berbeda dari satu daerah ke daerah lain. Selain itu, karena responden dipilih dengan teknik *purposive sampling*, hasilnya pun cenderung merepresentasikan kelompok pengguna tertentu, seperti mereka yang aktif menggunakan teknologi keuangan.
3. Penelitian ini juga bergantung pada data persepsi yang diperoleh dari jawaban responden terhadap kuesioner. Artinya, semua data bersifat subjektif dan bisa saja dipengaruhi oleh kondisi emosional atau pemahaman masing-masing individu saat mengisi formulir. Meskipun instrumen sudah diuji validitas dan reliabilitasnya, tetap ada kemungkinan adanya bias dalam

jawaban, terutama karena topik yang berkaitan dengan keuangan dan kepercayaan layanan *fintech* seringkali dipersepsikan secara personal.

Melalui pertimbangan seluruh keterbatasan tersebut, peneliti berharap studi di masa mendatang bisa menggali topik ini lebih dalam. Perlu adanya peningkatan, seperti cakupan variabel yang lebih luas, pendekatan metodologi yang lebih beragam, serta melibatkan responden dari wilayah yang lebih beragam. Hal ini penting agar gambaran mengenai adopsi layanan *fintech* dapat diperoleh secara lebih menyeluruh dan representatif.

5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil temuan dan implikasi yang telah dijabarkan, peneliti memberikan beberapa rekomendasi yang ditujukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya. Rekomendasi ini disusun sebagai acuan bagi para akademisi dalam melanjutkan penelitian sejenis di masa depan. Berikut adalah beberapa saran dan rekomendasi dari peneliti terhadap pihak-pihak yang membutuhkan informasi untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sejenis:

1. Cakupan responden dapat diperluas ke wilayah lain di Indonesia, termasuk daerah dengan tingkat literasi keuangan rendah dan demografi yang beragam untuk meningkatkan generalisasi temuan dan merepresentasikan keragaman budaya serta persepsi teknologi.
2. Variabel lain seperti *perceived usefulness*, *user experience*, *digital security*, dan *social influence* dapat ditambahkan untuk memperkaya analisis

terhadap faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi sikap dan niat adopsi layanan fintech.

3. Penerapan metode gabungan kuantitatif dan kualitatif seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok terfokus (FGD) dapat dilakukan untuk mengeksplorasi aspek emosional, sosial, dan normatif yang tidak dapat dijangkau hanya dengan survei kuesioner.

