

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menemukan hubungan antara *perceived financial benefit*, *perceived risk*, *social influence*, dan *attitude toward using* terhadap *intention to adopt*. Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang dapat ditarik adalah :

1. Hipotesis 1 diterima, dimana *perceived financial benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to adopt*. Hal ini didasari oleh perilaku individu yang ingin mendapatkan potensi keuntungan dalam menggunakan teknologi untuk berinvestasi.
2. Hipotesis 2 diterima, dimana *perceived financial benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. *Perceived financial benefit* yang tinggi dapat menghasilkan respon emosional yang positif, sehingga secara bersamaan mendorong *attitude toward using* yang positif terhadap penggunaan AI-powered robo advisor
3. Hipotesis 3 diterima, dimana *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *intention to adopt*. Dalam pengelolaan investasi,

individu cenderung ingin menghindari risiko yang dapat memengaruhi nilai portofolio mereka. Ketika risiko yang diasosiasikan dengan penggunaan *AI-powered robo advisor* terlalu tinggi dibandingkan dengan potensi keuntungan, maka individu akan lebih konservatif atau bahkan menghindari penggunaan teknologi tersebut.

4. Hipotesis 4 ditolak, dimana *perceived risk* berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap *attitude toward using*. Tidak signifikannya pengaruh ini dapat dijelaskan oleh meningkatnya familiaritas masyarakat Indonesia dengan teknologi investasi digital dan AI. Masyarakat sudah familiar dengan platform *robo advisor* konvensional dan penggunaan AI dalam kehidupan sehari-hari, sehingga persepsi negatif terhadap teknologi AI berkurang. Responden mungkin melihat bahwa seiring berjalannya waktu, risiko yang diasosiasikan dengan *AI-powered robo advisor* akan terus berkurang sedangkan kemanfaatannya akan terus meningkat.
5. Hipotesis 5 diterima, dimana *social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to adopt*. Pengaruh sosial dari teman/kerabat mendorong niat adopsi karena dalam keputusan finansial kompleks, individu mencari arahan dan validasi dari orang sekitar sebelum menggunakan teknologi baru.
6. Hipotesis 6 diterima, dimana *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude toward using*. Persepsi individu lain yang

berpengaruh dapat mendorong sikap yang positif atau negatif terhadap penggunaan teknologi. Dalam konteks budaya Indonesia yang memiliki sistem *communal ties* yang kuat, individu cenderung mencari validasi dari orang-orang terdekat mereka terkait penggunaan teknologi tertentu, yang kemudian akan membentuk persepsi yang positif atau negatif.

7. Hipotesis 7 diterima, dimana *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to adopt*. Ketika individu memiliki persepsi yang *favorable* terhadap penggunaan teknologi, mereka akan menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengadopsi teknologi tersebut dalam aktivitas investasi mereka.
8. Hipotesis 8 diterima, dimana umur memiliki efek moderasi positif yang signifikan terhadap hubungan *perceived financial benefit* dengan *intention to adopt*. Hal ini karena perhitungan individu yang lebih dewasa akan lebih komprehensif dalam konteks investasi, dimana generasi milenial lebih berfokus pada keuntungan jangka pendek dan jangka panjang, berbeda dengan generasi Z yang menilai *perceived financial benefit* tidak sekuat generasi milenial.
9. Hipotesis 9 ditolak, dimana umur memiliki efek moderasi memperkuat tetapi tidak signifikan terhadap hubungan *perceived risk* dengan *intention to adopt*. Dalam konteks *AI-powered robo advisor* yang berhubungan langsung dengan keputusan finansial, perbedaan sikap *risk averse* antar individu cenderung tidak signifikan karena secara

universal individu merasa sensitif akan risiko terkait keputusan finansial.

10. Hipotesis 10 diterima, dimana umur memiliki efek moderasi melemahkan terhadap hubungan *social influence* dengan *intention to adopt*. Generasi Z lebih terpengaruh *social influence* karena karakteristik labil, FOMO, dan mengikuti *social norm*, sedangkan generasi milenial memiliki pendirian lebih dewasa dan kurang peka terhadap dorongan eksternal.
11. Hipotesis 11 ditolak, Umur tidak memoderasi signifikan hubungan *Attitude toward Using* dengan *Intention to Adopt*. Baik generasi Z maupun milenial secara universal menerima hal positif dan menjauhi hal negatif, plus perbedaan karakteristik kedua generasi dalam menerima teknologi fintech tidak terlalu berbeda karena berhubungan dengan keputusan finansial yang memerlukan konfirmasi kognitif kuat.

5.2. Implikasi

5.2.1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkaya penerapan atas teori penerimaan teknologi, dimana penelitian ini menjelaskan fenomena penerimaan *AI-powered robo advisor* melalui teori *Value-Based Adoption Model (VAM)* dengan modifikasi berupa memasukan *attitude toward using* yang merupakan komponen dari TAM serta *social influence* untuk menambah

kekuatan model dalam menjelaskan *intention to adopt* dalam konteks fintech. Penerapan model moderasi umur dengan VAM juga masih jarang dilakukan pada konteks penelitian penerimaan teknologi khususnya terkait fintech investasi di Indonesia. Penerapan teori VAM untuk menjelaskan penggunaan teknologi di Indonesia juga masih sedikit, sehingga penelitian ini memberikan kajian literatur terkini atas penggunaan VAM dalam konteks penerimaan teknologi di Indonesia.

5.2.2. Implikasi Praktis

Terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat menjadi perhatian pihak-pihak tertentu :

1. Bagi Industri Fintech, inovasi *AI-powered robo advisor* yang bisa secara penuh melakukan otomasi manajemen investasi memiliki minat yang tinggi untuk diadopsi oleh investor dan calon investor di Indonesia. Dalam hal mendorong penerimaan atas teknologi tersebut, Penciptaan persepsi keuntungan yang efektif melalui *return* portofolio yang kompetitif, biaya layanan atas pengelolaan akun yang murah menjadi pendorong utama penerimaan *AI-powered robo advisor*. Kemudian, assesmen risiko yang komprehensif terkait risiko finansial, operasional, dan keamanan perlu menjadi perhatian karena risiko merupakan penghalang penerimaan teknologi *AI-powered robo advisor*. Industri harus memberikan pendekatan khusus untuk tiap kelompok umur, dimana calon pengguna yang lebih tua memiliki

preferensi risiko yang lebih rendah. Upaya marketing melalui *influencer* juga dapat menjadi pendorong kuat untuk membangun sikap dan keinginan penggunaan *AI-powered robo advisor*.

2. Bagi regulator seperti OJK dan Bank Indonesia (BI), melihat bagaimana *intention to adopt* yang hadir di masyarakat terkait *AI-powered robo advisor*, regulator perlu mempersiapkan regulasi yang dapat mendorong pengembangan dan penerimaan teknologi ini sekaligus menjaga risiko akan pelaksanaan teknologi ini. Dengan terus berkembangnya lanskap fintech, regulator perlu menciptakan kebijakan yang adaptif sebagai langkah strategis Indonesia dalam mendukung penciptaan inovasi di Fintech. *Oversight* atas *AI-powered robo advisor* juga diperlukan sebagai langkah mitigasi risiko secara kontinual.
3. Bagi Pengguna, pemahaman akan keuntungan dan risiko merupakan hal penting bagi mereka sebelum menggunakan teknologi fintech seperti *AI-powered robo advisor*. Pengguna dan investor harus mengetahui apakah dengan menggunakan *AI-powered robo advisor*, target finansial mereka bisa tercapai. Dalam mengukur keuntungan, investor bisa menggunakan indikator seperti *return* yang diberikan, biaya layanan dari penggunaan *AI-powered robo advisor*, serta keuntungan lain yang didapatkan ketika menggunakan teknologi ini. Risiko utama yang harus menjadi perhatian bagi pengguna adalah

risiko finansial, risiko operasional, dan risiko keamanan dimana risiko ini saling berhubungan. Ketika sebuah fintech tidak dapat memberikan kepastian atas penanganan 3 risiko ini, pengguna harus berhati-hati dalam menggunakan teknologi tersebut termasuk *AI-powered robo advisor*.

4. Bagi Pendidikan Finansial, hasil penelitian menunjukkan perlunya pengembangan kurikulum literasi keuangan yang mengintegrasikan pemahaman teknologi AI dalam investasi. Lembaga pendidikan finansial perlu merancang program edukasi yang dapat membantu masyarakat memahami cara kerja, manfaat, dan risiko *AI-powered robo advisor* secara objektif. Mengingat perbedaan persepsi risiko antarkelompok umur yang teridentifikasi dalam penelitian, program pendidikan perlu disesuaikan dengan karakteristik generasi yang berbeda, dimana generasi yang lebih tua membutuhkan penekanan yang lebih kuat pada manajemen risiko dan pemahaman keamanan teknologi. Pendidikan finansial juga perlu mengajarkan kemampuan evaluasi kritis terhadap *perceived financial* benefit yang ditawarkan, sehingga calon pengguna dapat membuat keputusan investasi yang rasional dan tidak terpengaruh secara berlebihan oleh *social influence* atau *testimoni* yang belum tentu akurat. Program literasi keuangan harus mencakup modul khusus tentang teknologi finansial berbasis AI, cara membaca dan memahami disclosure risiko, serta strategi

diversifikasi yang tepat ketika menggunakan AI-powered robo advisor.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dari penelitian ini. Pertama, sampel penelitian ini berfokus kepada masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek yang merupakan kawasan pusat ekonomi, sehingga sampel pada penelitian ini mungkin lebih melek dari sisi literasi finansial dibandingkan dengan sampel lain di bagian Indonesia. Kedua, variabel pada penelitian ini memiliki diskriminan validitas yang mendekati ambang batas validitas, seperti contohnya *social influence* dengan *intention to adopt*. Hal ini menjelaskan bahwa indikator variabel bisa diperbaiki lebih lanjut untuk menciptakan validitas variabel yang lebih kuat. Ketiga, penelitian ini hanya mengukur moderasi umur berdasarkan 2 generasi, yakni generasi Z dan Generasi Milenial.

5.4. Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya

Terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya :

1. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat potensi *attitude toward using* dapat memediasi *perceived financial benefit*, *perceived risk*, dan *social influence* ke *intention to adopt*. Peneliti dapat melakukan analisis

mediasi *perceived financial benefit*, *perceived risk*, dan *social influence* terhadap *intention to adopt* melalui *attitude toward using*.

2. Sampel penelitian dapat diperluas dengan tidak hanya mencakup Jabodetabek sehingga hasil penelitian dapat lebih digeneralisir dan diterima secara umum
3. Peneliti dapat melakukan analisis moderasi variabel lain terhadap hubungan *perceived financial benefit*, *perceived risk*, *social influence*, dan *attitude toward using* terhadap *intention to adopt* seperti tingkat pendapatan, level literasi keuangan, dan *perceived convenience* dari fitur AI-powered robo advisor berupa otomasi manajemen investasi.
4. Apabila peneliti ingin menggunakan model penelitian yang sama, peneliti dapat membuat indikator penelitian yang lebih *robust* sehingga validitas diskriminan dapat tercipta lebih jelas. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan indikator yang memiliki nilai *outer loading* yang tinggi terhadap variabel yang dijelaskan.
5. Analisis data pada penelitian ini menggunakan Smart PLS 3, peneliti selanjutnya dapat menggunakan *software* Smart PLS 4 yang lebih baru sehingga dapat memberikan hasil analisis yang lebih komprehensif melalui algoritma perhitungan Smart PLS 4 yang lebih baru.