

BAB V SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari fenomena yang diangkat mengenai penggunaan *mobile banking*, terutama pada penggunaan *mobile banking* BCA (BCA Mobile) di Kabupaten Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use* pada penggunaan *mobile banking* BCA (BCA mobile), hal ini dikarenakan sebagian besar pengguna dari *mobile banking* BCA (BCA Mobile) di Kabupaten Kebumen bekerja sebagai karyawan swasta, dimana mereka diwajibkan untuk membuat rekening dan akun *mobile banking* oleh tempat mereka bekerja terlepas mereka merasakan atau tidaknya manfaat dari adanya *mobile banking*. Selain itu, sebagian responden dalam penelitian ini yaitu pengguna *mobile banking* BCA (BCA Mobile) belum begitu menyadari bahwa penggunaan *mobile banking* dapat memberikan kontribusi positif bagi mereka.
2. Hasil pengujian variabel *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* pada penggunaan *mobile banking* BCA (BCA Mobile) di Kabupaten Kebumen karena pengguna *mobile banking* BCA (BCA Mobile) mempunyai persepsi bahwa *mobile banking* BCA (BCA Mobile) dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan kepada mereka.

3. Hasil pengujian variabel *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* pada penggunaan *mobile banking* dikarenakan pengguna *mobile banking* BCA (BCA Mobile) di Kabupaten Kebumen mempunyai persepsi bahwa menggunakan *mobile banking* BCA (BCA Mobile) dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan kepada mereka dan kemudahan yang dirasakan tersebut memberikan pengaruh terhadap manfaat yang mereka rasakan.
4. Hasil pengujian variabel *Perceived Security* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use* pada penggunaan *mobile banking* BCA (BCA Mobile) dikarenakan mereka tidak merasa khawatir akan data mereka ketika menggunakan *mobile banking* BCA (BCA Mobile). Pengguna menganggap bahwa bank BCA sebagai salah satu bank swasta dengan reputasi yang baik pasti telah menjamin keamanan data mereka, sehingga *Perceived Security* atau persepsi mereka akan keamanan data mereka pada pengguna *mobile banking* BCA (BCA Mobile) tidak mempengaruhi terhadap *Intention to Use* atau minat pada penggunaan *mobile banking*. Hal ini merupakan keberhasilan dari bank BCA dalam meyakinkan nasabah akan keamanan dari BCA Mobile ditengah banyaknya kasus *phising* pada layanan *mobile banking*.

Selain itu, bank BCA memiliki jumlah terbanyak pengguna layanan *mobile banking* dibanding dengan bank lainnya dan juga menempati posisi pertama sebagai daftar 10 bank terbaik di Indonesia

pada tahun 2023 versi Forbes menjadikan mereka percaya dan tidak perlu mengkhawatirkan keamanan data mereka.

5. Hasil pengujian variabel *Trust* berpengaruh positif terhadap *Intention to Use* pada penggunaan *mobile banking* BCA (BCA Mobile) di Kabupaten Kebumen karena pengguna yakin bahwa BCA Mobile dapat mereka andalkan dan mempunyai kredibilitas yang baik. Pengguna *mobile banking* BCA (BCA Mobile) mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap adanya layanan *mobile banking* yang ditawarkan oleh bank BCA sehingga dapat mempengaruhi minat mereka untuk yakin menggunakan *mobile banking* BCA (BCA Mobile).
6. Hasil pengujian variabel *Intention to Use* berpengaruh positif terhadap *Actual Use* pada pengguna *mobile banking* BCA (BCA Mobile) di Kabupaten Kebumen karena mereka tertarik untuk mencoba menggunakan BCA *mobile* pada transaksi perbankan. *Intention to Use* atau minat yang muncul pengguna *mobile banking* BCA (BCA Mobile) dapat mempengaruhi mereka untuk menggunakan *mobile banking* BCA (BCA Mobile) secara nyata pada transaksi keuangan di kehidupan sehari-hari dengan dengan frekuensi yang cukup tinggi.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat menjadi evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya difokuskan menjelaskan keberterimaan teknologi atau sistem pada penggunaan *mobile banking* BCA (BCA Mobile) dari perspektif teori TAM (*Technology Acceptance Model*) saja, maka untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan perseptif model lainnya seperti *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).
2. Penelitian ini dilakukan dengan sampel hanya pada pengguna *mobile banking* BCA (BCA Mobile) di Kabupaten Kebumen, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada wilayah yang lebih luas dan juga menggunakan *mobile banking* lain ataupun pada fintech lain.

5.3 Implikasi

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penelitian ini memberikan implikasi praktis sebagai berikut:

1. Penelitian membuktikan bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use*. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar pengambilan kebijakan dan juga membuat

strategi bagi Bank BCA untuk lebih fokus meningkatkan faktor lain yang dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan BCA Mobile. Selain itu Bank BCA juga perlu mengenalkan dan memberikan edukasi tentang manfaat BCA Mobile kepada instansi yang bekerja sama dengan Bank BCA dan juga nasabah agar mereka mengetahui manfaat yang didapat ketika menggunakan layanan BCA Mobile.

2. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Intention to Use*. Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai informasi tambahan bagi Bank BCA sebagai salah satu penyedia layanan *mobile banking* dan juga penyedia *mobile banking* lain pada umumnya diharapkan dapat menciptakan persepsi dimasyarakat bahwa menggunakan *mobile banking* mudah digunakan dan dapat memudahkan transaksi mereka dalam kegiatan perbankan, dengan strategi terus mengembangkan layanan *mobile banking* yang semakin *user friendly* dan mudah diakses nasabah. Sehingga dari strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat nasabah untuk mencoba menggunakan *mobile banking* BCA.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*. Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari responden, pengguna *mobile banking*

BCA (BCA Mobile) dapat memberikan kemudahan dalam transaksi perbankan mereka sehingga mempengaruhi manfaat yang mereka rasakan. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan dijadikan sebagai dasar bagi bank BCA untuk meningkatkan pemahaman dan edukasi bahwa penggunaan layanan mobile banking dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi nasabah. Edukasi ini dapat dilakukan baik secara langsung maupun melalui media digital.

4. Penelitian ini membuktikan bahwa *Perceived Security* tidak berpengaruh terhadap *Intention to Use*. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi tambahan bagi Bank BCA dalam membuat kebijakan dan strategi untuk dapat mempertahankan keberhasilannya dalam meyakinkan nasabah bahwa keamanan BCA Mobile selalu dilindungi dengan cara selalu menjaga informasi dan data nasabah sebaik mungkin dari tindakan *phising*.
5. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Trust* berpengaruh terhadap *Intention to Use*. Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai informasi tambahan bagi Bank BCA sebagai salah satu penyedia layanan *mobile banking* dan juga penyedia layanan *mobile banking* lainnya dalam mengembangkan kebijakan yang mendukung penggunaan *mobile banking* agar dapat menjaga

kepercayaan penggunanya pengguna dengan cara peduli dan tanggap terhadap respon pengguna ketika menggunakan *mobile banking*, sehingga dapat menciptakan layanan *mobile banking* yang dapat diandalkan dan dapat dipercaya oleh penggunanya.

6. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Intention to Use* berpengaruh terhadap *Actual Use* pada penggunaan *mobile banking* BCA. Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari responden pengguna *mobile banking* BCA (BCA Mobile) telah memiliki minat yang cukup tinggi untuk menggunakan *mobile banking* BCA (BCA Mobile). Penelitian ini dapat memberikan informasi dan menjadi dasar bagi BCA dalam membuat dan mengarahkan startegi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengguna BCA Mobile dengan fokus mengajak nasabah untuk menggunakan BCA Mobile di berbagai transaksi perbankan pada kehidupan sehari-hari.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti faktor yang mempengaruhi keberterimaan teknologi atau sistem pada penggunaan *mobile banking* melalui perspektif teori TAM (*Technology Acceptance Model*) dengan

Perceived Security dan *Trust* sebagai pengembangan teori pada pengguna BCA Mobile di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa TAM dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel *Trust*. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat menambah variabel lain seperti *Perceived Risk* dan juga *Perceived Threat* agar dapat melengkapi penelitian ini dalam mempengaruhi keberterimaan teknologi pada penggunaan *mobile banking* bagi individu dari perspektif TAM.

2. Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang konsep faktor-faktor kontekstual, seperti kebutuhan transaksi nasabah, dapat memperkuat hubungan antara faktor-faktor individu, seperti *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Security* dan *Trust* dalam mempengaruhi perilaku pengguna sistem atau teknologi.