

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban dari permasalahan serta pembuktian hipotesis penelitian dari hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini membuktikan bahwa *performance expectance* (ekspektasi kinerja) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa peningkatan kinerja pengusaha UMKM di Tulungagung dalam menyelesaikan sebuah pekerjaan tidak memengaruhi pengusaha UMKM tersebut untuk minat menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Penelitian ini membuktikan bahwa *effort expectancy* (ekspektasi usaha) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hal ini berarti faktor *effort expectancy* (ekspektasi usaha) bukan menjadi alasan pengusaha UMKM minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini terjadi kemungkinan karena sejak awal *mobile banking* sudah dirancang secara mudah sehingga faktor kemudahan bukan menjadi masalah yang dihadapi pengusaha UMKM.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa *social influence* (pengaruh sosial) memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti pengusaha UMKM merasa tidak adanya pengaruh orang-orang yang ada disekitarnya mendorong mereka untuk menggunakan layanan *mobile banking*.
4. Penelitian ini membuktikan bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh positif signifikan terhadap minat perilaku pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hal ini berarti minat perilaku penggunaan layanan *mobile banking* mendorong pengusaha UMKM untuk menyadari bahwa terdapat kondisi-kondisi pendukung yang membantu perilaku pengusaha UMKM untuk berminat menggunakan layanan *mobile banking*.
5. Penelitian ini membuktikan bahwa *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengguna pengusaha UMKM menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi. Hal ini berarti adanya faktor kondisi yang memfasilitasi memang mendorong pengusaha UMKM untuk menggunakan layanan *mobile banking*.
6. Penelitian ini membuktikan minat perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku penggunaan *mobile banking* dalam bertransaksi pada pengusaha UMKM. Hal ini berarti pengusaha UMKM merasa memiliki minat dalam melakukan transaksi menggunakan layanan *mobile banking* dan

mempengaruhi perilaku pengusaha UMKM dalam menggunakan layanan *mobile banking* dalam bertransaksi.

5.2 **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang mungkin dapat memengaruhi hasil penelitian, antara lain:

1. Penelitian ini menggunakan beberapa variabel yaitu *performance expectance* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh social), *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), minat perilaku penggunaan, dan perilaku penggunaan, penelitian ini belum menggunakan variabel-variabel potensial misalnya variabel motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan.
2. Penelitian hanya dilakukan bagi responden yang memiliki usaha UMKM di Tulungagung dan hanya yang telah terdaftar di website *marketplace* “Lapak UMKM”.

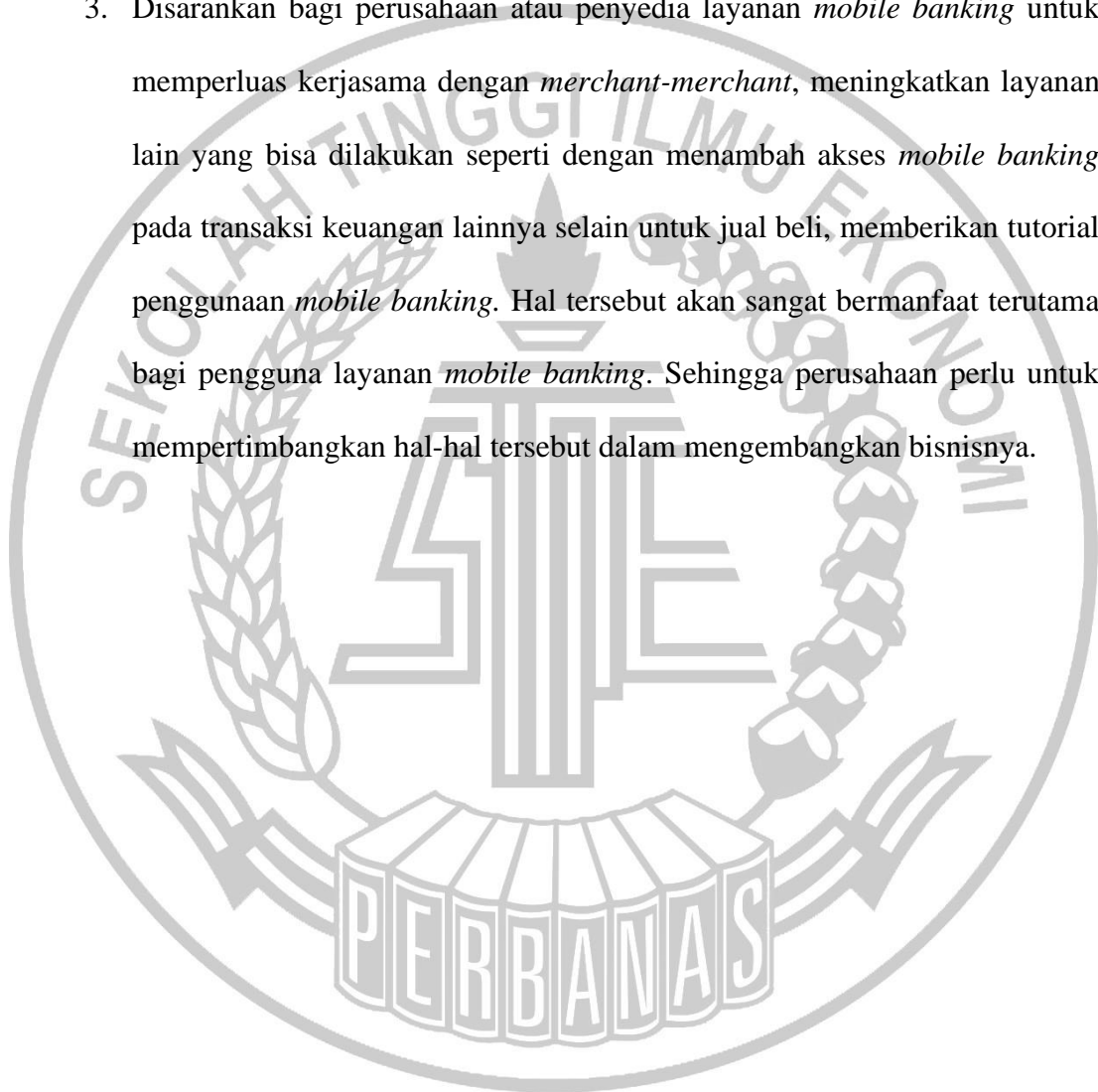
5.3 **Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan yaitu kepada:

1. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas wilayah penyebaran kuesioner. Tidak hanya pengusaha UMKM di Tulungagung yang telah terdaftar di website *marketplace* “Lapak UMKM” saja.
2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan model dengan mempertimbangkan variabel potensial lain yang belum digunakan dalam

penelitian ini misalnya variabel variabel motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Hal ini diharapkan mampu membuktikan lebih jauh mengenai pengaruh pada minat perilaku dan perilaku pengguna terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

3. Disarankan bagi perusahaan atau penyedia layanan *mobile banking* untuk memperluas kerjasama dengan *merchant-merchant*, meningkatkan layanan lain yang bisa dilakukan seperti dengan menambah akses *mobile banking* pada transaksi keuangan lainnya selain untuk jual beli, memberikan tutorial penggunaan *mobile banking*. Hal tersebut akan sangat bermanfaat terutama bagi pengguna layanan *mobile banking*. Sehingga perusahaan perlu untuk mempertimbangkan hal-hal tersebut dalam mengembangkan bisnisnya.



DAFTAR RUJUKAN

- Basso, A. (2020). *Omzet Turun 60 persen, Dinkop dan UMKM Tulungagung Arahkan Pelaku Usaha ke Digital Marketing*. <https://jatimtimes.com/baca/229628-20201125/161900/omzet-turun-60-persen-dinkop-dan-umkm-tulungagung-arahkan-pelaku-usaha-ke-digital-marketing>
- Databoks. (2020a). *Kegiatan yang Akan Lebih Sering Dilakukan Orang Setelah Pandemi*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/08/ini-kegiatan-yang-akan-lebih-sering-dilakukan-orang-setelah-pandemi>
- Databoks. (2020b). *Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19*. Jayani, Dwi Hadya. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbaspandemi-covid-19>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota Is Collaborating with JSTOR to Digitize, Preserve and Extend Access to MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Ghalandari, K. (2012). The Effect of Performance Expectancy , Effort Expectancy , Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran : the Moderating Role of Age and Gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(6), 801–807.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2016). *Partial least squares concepts: Methods and applications using the WarpPLS 5.0 Program (Third Edition)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi* (1st ed.). ANDI.
- Katadata. (2020). *Tranformasi Digital pada UMKM untuk Pemulihan Ekonomi Indonesia*. https://cdn1.katadata.co.id/media/filespdf/2020/09/11/2020_09_11-09_31_59_tranformasi_digital_pada_umkm_untuk_pemulihan_ekonomi_indonesia.pdf
- liputan6.com. (2020). *Menteri Teten: UMKM Jadi Penyangga Ekonomi di Tengah Terjangkit Virus Corona*. Tiara Santia. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4194350/menteri-teten-umkm-jadi-penyangga-ekonomi-di-tengah-terjangkit-virus-corona>
- Makanyeza, C. (2016). Determinants of Consumers' Intention to Adopt Mobile Banking Services in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 997–1017.
- Mudrajad, K. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (4th ed.). Erlangga.

- Mufingatun, M., Prijanto, B., & Dutt, H. (2020). Analysis of factors affecting adoption of mobile banking application in Indonesia: an application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 12(2), 88–106. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p88-106>
- Noor, J. (2011). *Metode Penelitian*. Prenzada Media Group.
- Nugraha, I. S., & Atahau, A. D. R. (2018). The Use Analysis of Internet Banking among SMEs Entrepreneurs. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(3), 542–556. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i3.1798>
- Oliveira, T., Faria, M., & Abraham, M. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption : When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34, 689–703.
- Owusu Kwateng, K., Osei Atiemo, K. A., & Appiah, C. (2019). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Pertiwi, N. W. D. M. Y., & Ariyanto, D. (2017). Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Minat Dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 18, 1369–1397.
- Pintubipar Saragih, S., & Nopriadi, N. (2019). Pengaruh Budaya Terhadap Actual Use Digital Payment System Pada Pelaku UMKM di Kota Batam. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 3(2), 63–67. <https://doi.org/10.30871/jaic.v3i2.1646>
- Premi, W. B., & Widyaningrum, W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 140–159. <https://doi.org/http://doi.org/10.25273/capital.v3i2.6080>
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia : UTAUT Model. *Technology Report of Kansai University*, 62(6), 2757–2767.
- Ramdhani, A. B., Rachmawati, I., Sidiq, F., & Prabowo, A. (2017). Pengaruh Adopsi Teknologi Layanan Uang Elektronik Telkomsel Cash Menggunakan Pendekatan Utaut2 The Effect of Technology Adoption Electronic Money Services Telkomsel Cash Using Utaut2. 4(1), 53–61.
- Raza, S. A., Shah, N., & Ali, M. (2019). Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 357–376. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0038>
- Statista. (2019). *Indonesia Peringkat Kelima Dunia dalam Jumlah Pengguna Internet*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/11/indonesia-peringkat-kelima-dunia-dalam-jumlah-pengguna-internet>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Management*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tribunnews.com. (2020). *UMKM Bisa Jadi Penyangga Ekonomi di Tengah Kasus Virus Corona*. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/03/05/umkm-bisa-jadi-penyangga-ekonomi-di-tengah-kasus-virus-corona>

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. 27(3), 425–478.

www.afederasi.com. (2020). *Bupati Maryoto Launching Marketplace Lapak UMKM*. Deny Trisdianto. <https://www.afederasi.com/news/government/bupati-maryoto-launching-marketplace-lapak-umkm/>

Yu, C. (2012). Factors Affecting Individuals to Adopt Mobile Banking : Empirical Evidence from The Utaut Model. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(2), 104–121.

