

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan OVO dalam implementasi *financial technology* di Grand Mall Basko Kota Padang
2. Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan. Walau berhubungan positif dengan minat menggunakan OVO dalam implementasi *financial technology* di Grand Mall Basko Kota Padang.
3. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan OVO dalam implementasi *financial technology* di Grand Mall Basko Kota Padang
4. Minat menggunakan berpengaruh positif terhadap penggunaan sesungguhnya OVO dalam implementasi *financial technology* di Grand Mall Basko Kota Padang.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dijelaskan maka dapat diajukan beberapa implikasi penting yang bermanfaat bagi PT Visionet Internasional selaku perusahaan pengelola OVO seperti :

1. PT. Visionet Internasional selaku perusahaan pengelola OVO disarankan untuk dapat meningkatkan minat menggunakan para penggunanya dengan cara mengetahui variabel mana yang paling efektif untuk meningkatkan

minat menggunakan pengguna OVO tersebut, seperti kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan, langkah nyata atau konkrit yang dapat dilakukan oleh perusahaan dapat berupa evaluasi rutin pelayanan terhadap keluhan yang disampaikan oleh para penggunanya, selain itu ada baiknya juga selalu ada *feedback* yang antara perusahaan dengan pengguna secara aktif karena OVO merupakan sebuah jasa, sehingga pelayanan merupakan hal yang sangat diutamakan demi kesejahteraan penggunanya atau konsumennya, maka perusahaan dapat membenahi serta mengambil kebijakan dan keputusan yang tepat agar minat untuk menggunakan OVO untuk para pengguna yang baru maupun potensial dapat ditingkatkan

2. Berdasarkan hasil penelitian variabel persepsi manfaat tidak terbukti berpengaruh terhadap minat menggunakan OVO, namun hal ini sangat perlu diperhatikan oleh PT Visionet Internasional (OVO) agar loyalitas pengguna terhadap perusahaan tetap tinggi dan tentunya sangat berguna bagi keberlangsungan perusahaan pada umumnya. Apalagi saat sekarang bisnis yang sangat banyak dilirik dan tengah berkembang serta kompetitif ialah usaha di bidang jasa orang ketiga seperti *fintech e-money*, yang dikenal dengan uang elektronik, dompet elektronik dll., mulai dari GoPay, Dana, dll. OVO selaku *market challenger* di bisnis ini harusnya dapat membuat suatu diferensiasi yang menonjol pada diri OVO itu sendiri, bagaimana OVO membentuk posisi yang tepat dalam memperlihatkan kemampuan OVO memberikan manfaat jasa yang melebihi pesaingnya sehingga penggunanya merasa kebutuhan transaksi mereka dipenuhi dengan

keberadaan OVO ditengah-tengah kehidupan penggunanya. Hal ini akan membuat PT Visionet Internasional (OVO) memiliki kesempatan yang lebih tinggi untuk bersaing pada persaingan dunia bisnis *e-money* di tengah kompetitifnya persaingan bisnis *e-money* yang di pimpin oleh GoPay serta tidak mudah tersaingi oleh perusahaan lainnya.

3. Berdasarkan dua implikasi diatas, hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi positif terutama dalam memberikan solusi terhadap persoalan-persoalan dan yang yang terpenting mengetahui variabel yang bisa dijadikan alat untuk meningkatkan minat untuk menggunakan OVO terutama kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan dapat berupa pembenahan mengenai strategi yang tepat untuk bersaing dalam bisnis *e-money*, membuat suatu diferensiasi manfaat merupakan hal yang penting karena akan membantu konsumen mengetahui *image* dari perusahaan OVO yang berbeda dengan perusahaan lainnya.

5.3 Keterbatasan dan Saran

5.3.1 Keterbatasan Penelitian

Proses dalam melaksanakan penelitian ini tentunya peneliti sudah melakukan segala cara sesuai dengan tata cara penelitian dan prosedurnya agar hasilnya tetap maksimal. Namun penulis dalam melaksanakan penelitian kali ini masih memiliki beberapa keterbatasan penelitian seperti:

1. Dalam penelitian ini jenis kuesioner yang digunakan adalah pengisian kuesioner melalui *online* berupa *google form*, dikarenakan adanya pandemi COVID-19 karena hal itu penulis memilih kuisisioner *online* yang dinilai

praktis dan efisien. Namun dari hal tersebut, sebagian kalangan masyarakat yang menjadi pengguna OVO tidak semua bisa mengisi kuesioner penelitian ini. Selain itu dalam pengisian kuesioner, peneliti tidak bisa melakukan pengawasan dan peneliti hanya bisa melihat hasilnya.

2. Jumlah sampel yang didapatkan dalam penelitian ini dianggap masih kurang. Walaupun dalam aturannya, 97 sampel sudah memenuhi dari syarat untuk diuji menggunakan SEM-PLS. 97 sampel dalam penelitian ini 5 diantaranya tidak bisa digunakan karena responden tidak mengisi dengan lengkap.

5.3.2 Saran Penelitian

Saran-saran yang dapat diajukan oleh peneliti untuk penelitian yang akan datang, antara lain meliputi:

1. Selain alternatif di atas, hendaknya penelitian mendatang menggunakan objek penelitian yang berbeda, sehingga dapat mengetahui lebih jelas mengenai penggunaan sesungguhnya contohnya lebih kepada perusahaan GoPay, DANA dan lainnya.
2. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, karena tidak menutup kemungkinan dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan dapat menghasilkan kesimpulan yang baik contohnya adanya minat menggunakan dan penggunaan sesungguhnya.
3. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak, agar penelitian tersebut lebih akurat.