

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor adopsi penggunaan kartu Mandiri *E-Money* yang telah dilakukan terhadap 207 responden yang merupakan pengguna kartu tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan kepada *behavior intention to use* atau niat penggunaan kartu Mandiri *E-Money*. Artinya, semakin besar persepsi masyarakat akan kemudahan penggunaan kartu Mandiri *E-Money*, semakin besar juga niat masyarakat Indonesia dalam menggunakan kartu *E-Money*.
2. Terdapat pengaruh signifikan positif antara *perceived usefulness* atau persepsi manfaat dalam menggunakan Mandiri *E-Money* kepada *behavior intention to use* atau niat penggunaan kartu Mandiri *E-Money*. Artinya, semakin besar persepsi masyarakat akan manfaat yang didapatkan dalam menggunakan kartu Mandiri *E-Money*, semakin besar juga niat masyarakat Indonesia dalam menggunakan kartu *E-Money*.
3. Tidak terdapat hubungan signifikan negatif antara *perceived risk* atau persepsi risiko penggunaan kepada *behavior intention to use* atau niat penggunaan kartu Mandiri *E-Money*. Artinya, niat penggunaan kartu Mandiri *E-Money* tidak dipengaruhi oleh persepsi risiko yang ada.

4. Secara keseluruhan, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* terhadap variabel *behavior intention to use*. Artinya persepsi positif pengguna Mandiri *E-Money* berdampak pada meningkatnya niat penggunaan kartu Mandiri *E-Money*.

6.2 Saran

6.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, segmentasi pengguna Mandiri *E-Money* ada di rentang 18-35 tahun atau golongan usia produktif. Dalam rentang usia tersebut, mayoritas pekerjaan responden adalah pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/Sederajat dan S1 dan berasal dari golongan kelas menengah ke atas. Berdasarkan data Bank Indonesia, profil responden dalam penelitian ini memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk terekspos oleh teknologi dan memiliki akses internet. Namun disisi lain, rentang usia tersebut juga termasuk dalam *unbanked population* terbesar menurut data Bank Indonesia. Dalam penggunaannya, mayoritas responden menggunakan kartu Mandiri *E-Money* untuk pembayaran tarif tol dan parkir, serta sebagian untuk bertransaksi di *merchant offline*. Melalui data penelitian juga diketahui bahwa responden mengharapkan adanya penambahan fitur serta perluasan kerja sama Mandiri *E-Money* dengan *merchant retail* yang lebih luas, sehingga penggunaan kartu tidak terbatas pada pembayaran tol dan tarif parkir.

Berdasarkan analisis menggunakan metode PLS-SEM, dapat disimpulkan bahwa persepsi positif mempengaruhi niat penggunaan secara

positif dan signifikan dengan kemudahan (PEU) dan manfaat (PU) sebagai faktor adopsi pendorong niat penggunaan kartu Mandiri *E-Money* tersebut. Sehingga, guna mewujudkan dan meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan kartu Mandiri *E-Money* sebagai salah satu pendorong niat penggunaan dan penggunaan sesungguhnya, penulis mengusulkan 2 hal, antara lain sebagai berikut.

1. Integrasi Kartu Mahasiswa dengan Uang Elektronik

Berdasarkan segmentasi dari kartu Mandiri *E-Money*, Bank Mandiri dapat membangun kerja sama strategis dengan kampus-kampus di Indonesia. Selain mendukung gerakan GNNT yang dicanangkan pemerintah, implementasi inovasi ini dimungkinkan dengan adanya teknologi RFID yang sudah digunakan juga dalam penggunaan e-KTP (Clinton, 2019). Sehingga, penggunaan RFID dalam kartu identitas bukan sebuah inovasi yang tidak mungkin dilakukan. Selain itu, Bank Mandiri telah memiliki program “Edukasi Nasabah” yang dilaksanakan di 5 universitas di 5 kota besar di Indonesia guna meningkatkan literasi keuangan masyarakat (Bank Mandiri, 2019) sehingga program yang telah dijalankan oleh Bank Mandiri dapat menjadi sarana untuk membangun kerja sama lebih lanjut dengan universitas terkait penggunaan uang elektronik.

Dalam upaya meningkatkan persepsi manfaat yang didapatkan dalam penggunaan kartu Mandiri *E-Money*, saran yang dapat dilakukan perusahaan adalah sebagai berikut.

2. Perluasan mitra kerja sama dengan *merchant*

Upaya ini selaras dengan tujuan Bank Mandiri untuk melakukan perluasan jaringan dan infrastruktur produk *e-money*. Faktanya, berdasarkan penelitian yang dilakukan, mayoritas responden setuju bahwa kompatibilitas pembayaran menggunakan kartu Mandiri *E-Money* terhadap *merchant* harus ditingkatkan. Kebutuhan tersebut juga menjelaskan data frekuensi pemakaian oleh mayoritas responden dalam *preliminary search* yang tergolong jarang (≤ 5 kali dalam sebulan).

Berdasarkan tingginya penggunaan kartu Mandiri *E-Money* sebagai alat pembayaran tol, maka *merchant* ideal yang dapat menjadi mitra kerja sama adalah yang terdapat di dalam pusat perbelanjaan, dan tempat peristirahatan tol (kerja sama strategis dengan Jasa Marga). Pembayaran secara digital dengan *merchant* di tempat peristirahatan tol telah dilakukan dengan penerbit uang elektronik berbasis server, LinkAja (Jamaludin, 2020). Namun dengan manfaat utama Mandiri *E-Money* sebagai alat pembayaran tol dan SPBU, penggunaan kartu Mandiri *E-Money* sebagai pembayaran *merchant* seharusnya memiliki jumlah transaksi lebih tinggi ketimbang penggunaan alat pembayaran lain untuk dapat menarik pengguna dan calon pengguna menggunakan Mandiri *E-Money*, disarankan setelah melakukan kerja sama, diadakan promosi berupa diskon dengan penggunaan kartu.

6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Karena adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, maka saran bagi peneliti selanjutnya adalah antara lain sebagai berikut.

- 1 Menganalisis *behavior intention to use* atau niat penggunaan terhadap *actual use* atau penggunaan aktual kartu Mandiri *E-Money* untuk mengetahui besar pengaruh sebenarnya dari faktor-faktor adopsi yang diteliti dalam penelitian ini.
- 2 Penelitian lebih lanjut juga dapat berfokus pada studi komparatif antar frekuensi pemakaian uang elektronik bank dan non-bank beserta faktor-faktor penyebabnya.
- 3 Melakukan analisis terhadap posisi uang elektronik berbasis *chip* di pasaran dengan untuk menentukan fokus perusahaan dalam memperkuat produk yang lebih *sustainable*, atau menciptakan inovasi produk yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinda, P. (2020, Januari 31). *Kelas Menengah Indonesia Itu Apa, Sih?*
Diambil kembali dari Asumsi: <https://asumsi.co/post/siapa-yang-dimaksud-kelas-menengah-di-indonesia>
- Arias-Olivia, M., Pelegrin-Borondo, J., & Matias-Clavero, G. (2019, March 18). Variables Influencing Cryptocurrency Use: A Technology Acceptance Model in Spain. *Frontiers in Psychology*, 1-13.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Istilah*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik: https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_page=4
- Bank for International Settlements. (1996). *Implications for Central Banks of the Development of Electronic Money*. Basle: Bank for International Settlements.
- Bank Indonesia. (2009). *Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 - Uang Elektronik (Electronic Money)*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2013). *Edukasi: Uang Elektronik*. Diambil kembali dari Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2019). *Bank Indonesia: Navigating the National Payment Systems in the Digital Era*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2020, Mei 27). *Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran*. Diambil kembali dari Bank Indonesia: Sistem Pembayaran: <https://www.bi.go.id/id/sistem->

pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Contents/Default.aspx

Bank Mandiri. (2019). *Cara Menggunakan Mandiri E-money*. Diambil kembali dari Mandiri: <https://www.bankmandiri.co.id/e-money/cara-menggunakan>

Bank Mandiri. (2019). *Laporan Tahunan 2019*. Jakarta: PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Boone, Jr., H. N., & Boone, D. A. (2012, April). Analyzing Likert Data. *Journal of Extension*, 50(2), 1-5.

Clinten, B. (2019, April 29). *Mengenal Teknologi RFID di E-KTP dan Kartu Uang Elektronik*. Diambil kembali dari Tekno Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2019/04/29/07050057/mengenal-teknologi-rfid-di-e-ktp-dan-kartu-uang-elektronik?page=all>

CNN Indonesia. (2020, Juli 18). *Transaksi Uang Elektronik Naik Selama Pandemi Corona*. Diambil kembali dari CNN Indonesia: Ekonomi: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200717162330-78-525960/transaksi-uang-elektronik-naik-selama-pandemi-corona>

Davis, F. D. (1985). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.

Davis, F. D. (1989, September). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

- DBS. (2019, Maret 22). *Jangan Sampai Keliru, Ini 5 Perbedaan E-money dengan E-wallet*. Diambil kembali dari DBS.id: Inovasi & Teknologi: <https://www.dbs.id/id/sme-id/businessclass/articles/innovation-and-technology/jangan-sampai-keliru-ini-5-perbedaan-e-money-dengan-e-wallet>
- Deloitte. (2020). *The Future is Now: Digital Finances Services in Indonesia*. Jakarta: Deloitte .
- Detik News. (2012, Oktober 19). *Mandiri e-money 'Kartu Super' Untuk Kemudahan Transaksi Anda*. Diambil kembali dari Detik News: <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-2063329/mandiri-e-money-kartu-super-untuk-kemudahan-transaksi-anda>
- Dewi, I. R. (2020, November 27). *Penggunaan Smartphone di Indonesia Meningkat 49% di Q3 2020*. Diambil kembali dari Tekno Sindonews: <https://tekno.sindonews.com/read/248398/122/penggunaan-smartphone-di-indonesia-meningkat-49-di-q3-2020-1606482674>
- Finansialku.com. (2019, Maret 8). *Jangan Salah! Ini Perbedaan E-Money dan E-Wallet Dalam Mempermudah Transaksi*. Diambil kembali dari Finansialku.com: <https://www.finansialku.com/perbedaan-e-money-dan-e-wallet/>
- Hair Jr., J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2017). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.

- Hanif, M. (2013). *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Aplikasi Mobile Banking Jenius di Kota Jakarta*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Harvard Business Review. (1996). What is Strategy? *Harvard Business Review*, 1-19.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawan, I. Y. (2006). *Operasional E-Money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Hutauruk, D. M. (2020, November 18). *Ini Strategi Bank Mendorong Transaksi Uang Elektronik Berbasis Kartu*. (T. Mahadi, Editor) Diambil kembali dari Keuangan Kontan: <https://keuangan.kontan.co.id/news/ini-strategi-bank-mendorong-transaksi-uang-elektronik-berbasis-kartu>
- Jamaludin, F. (2020, Desember 22). *LinkAja Bisa Dipakai di Rest Area Tol Jasa Marga*. Diambil kembali dari Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/teknologi/linkaja-bisa-dipakai-di-rest-area-tol-jasa-marga.html?page=2>
- Kamila, S. (2018, September 26). *Cara Menggunakan TCash Telkomsel*. Diambil kembali dari Bukalapak Review: <https://review.bukalapak.com/techno/cara-menggunakan-tcash-telkomsel-57861>
- Keenan, P. (2015, Januari 10). *A Cardless Society: Mobile Payments are Giving Card a Run for it's Money*. Diambil kembali dari Global Banking & Finance Review:

<https://www.globalbankingandfinance.com/a-cardless-society-mobile-payments-are-giving-card-a-run-for-its-money/>

Marsaulina, C. (2014). *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) pada Penggunaan Kartu Mandiri E-Money di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.

Nugroho, A., Najib, M., & Simanjuntak, M. (2018). Factors Affecting Consumer Interest In Electronic Money Usage With Theory Of Planned Behavior (TPB). *Journal of Consumer Sciences*, 03, 15-27.

Oppewal, H. (2010). Causal Research. *Wiley International Encyclopedia of Marketing*, 1-9.

Pertiwi, W. K. (2019, Juli 11). *Apa Itu NFC di Smartphone dan Kegunaannya*. Diambil kembali dari Tekno Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2019/07/11/20370037/apa-itu-nfc-di-smartphone-dan-kegunaannya?page=all>

Prasetyo, P. E., & Putri, C. A. (2020). Money Supply, Counterfeit Money, and Economic Growth Effect to E-Money Transaction. *Efficient: Indonesian Journal of Development Economics*, 3(1), 634-649. doi:<https://doi.org/10.15294/efficient.v3i1.35951>

Satria, G. (2020, April 19). *Pandemi Covid-19, Jumlah Kendaraan yang Melintas di Tol Turun Drastis*. Diambil kembali dari Kompas: Otomotif: <https://otomotif.kompas.com/read/2020/04/19/153401715/pandemi-covid-19-jumlah-kendaraan-yang-melintas-di-tol-turun-drastis>

- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 196-209.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Siregar, K. R. (2011, April). Kajian Mengenai Penerimaan Teknologi dan Informasi Menggunakan Technology Accaptance Model (TAM). *Rekayasa*, 4, 27-32.
- Statista. (2020, Juli 10). *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. Diambil kembali dari Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Tempo.co. (2013, Mei 26). *Mandiri Luncurkan Gelang E-Money*. Diambil kembali dari Tempo: <https://bisnis.tempo.co/read/483361/mandiri-luncurkan-gelang-e-money/full&view=ok>
- Untoro, Widodo, P. R., Yuwana, W., Dewi, K., & S., R. C. (2014). *Layanan Keuangan Digital: Hambatan dan Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan*. Jakarta: Bank Indonesia.
- VanVoorhis, C. R., & Morgan, B. L. (2007). Understanding Power and Rules of Thumb for Determining Sample Sizes. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 3(2), 43-50.

Warshaw, P. R., & Davis, F. D. (1985). Disentangling Behavioral Intention and Behavioral Expectation. *Journal of Experimental Social Psychology*(21), 213-228.