



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan yang mendasari fenomena yang terjadi yaitu kurangnya minat atau animo dari masyarakat khususnya nasabah BCA dalam mengunduh atau menggunakan aplikasi myBCA. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Sosial (*Social Influence*) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention to Use*) untuk menggunakan aplikasi myBCA yang menunjukkan masih kurangnya sosialisasi informatif maupun interaktif kepada masyarakat. Hal lain yang menjadi salah satu penyebab kurangnya animo masyarakat dalam menggunakan aplikasi myBCA adalah banyaknya umpan balik negatif dari pengguna aplikasi myBCA yang dapat ditelusuri secara online, “*word of mouth*” di media sosial pada masyarakat digital saat ini merupakan hal yang sangat penting di mana perilaku masyarakat khususnya nasabah BCA yang saat ini didominasi oleh generasi muda akan banyak dipengaruhi oleh informasi di media-media sosial.

Pengaruh *Social Influence* yang tidak signifikan ini sejalan dengan penelitian Elinzano & Ching (2022) yang menggunakan model UTAUT untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi aplikasi *Electronic-Know-Your-Customer* (e-KYC) untuk pembukaan rekening bank secara *online* di Filipina. Tidak signifikannya pengaruh *Social Influence* ini juga dijelaskan dalam penelitian sebelumnya oleh Anabo et al. (2019) yang menyampaikan bahwa *social influence* akan memberikan pengaruh signifikan untuk produk-produk finansial yang sebelumnya tidak atau kurang dikenal oleh konsumen. Dilihat dari sudut pandang ini, maka dapat disampaikan bahwa aplikasi myBCA yang merupakan pengembangan aplikasi *BCA mobile* sebelumnya bukanlah sesuatu yang

baru bagi nasabah sehingga minat untuk mengadopsi layanan aplikasi myBCA lebih dipengaruhi oleh pertimbangan berdasarkan pengalaman calon pengguna daripada pengaruh orang-orang di sekitarnya.

2. Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention to Use*) untuk menggunakan aplikasi myBCA. Hal ini disebabkan karena aplikasi myBCA memiliki fitur-fitur yang dibutuhkan oleh nasabah BCA untuk melakukan berbagai kepentingan perbankan secara *online*. Para nasabah juga percaya bahwa aplikasi myBCA aman untuk digunakan dalam berbagai transaksi perbankan secara online. Disamping, aplikasi myBCA cukup praktis dan akan memudahkan nasabah dalam mengelola berbagai transaksi perbankan secara online, dengan demikian nasabah yang menggunakan aplikasi myBCA dapat menghemat waktu dalam mengelola kebutuhan perbankannya yang pada akhirnya dapat meningkatkan produktivitas kinerja dari pengguna tersebut. Nasabah juga yakin bahwa aplikasi myBCA dapat melengkapi aplikasi *BCA mobile* (M-BCA/Klik BCA) yang telah digunakan selama ini sehingga pengelolaan rekening perbankannya menjadi efisien. Tingginya *performance expectancy* menunjukkan kepercayaan nasabah terhadap brand BCA yang kinerjanya telah teruji selama ini.

Pengaruh *Performance Expectancy* yang kuat ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Savić & Pešterac (2019) dan penelitian Onaolapo & Oyewole (2018) yang menunjukkan faktor *Performance Expectancy* merupakan prediktor yang paling signifikan dalam penerimaan teknologi berdasarkan UTAUT model.

3. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Condition*) memiliki pengaruh positif namun juga tidak signifikan terhadap niat perilaku (*Behavioral Intention to Use*) untuk menggunakan aplikasi myBCA. Hasil ini juga dapat menjadi salah satu penyebab dari fenomena kurangnya animo masyarakat dalam menggunakan aplikasi myBCA.

Secara umum telah diketahui bahwa BCA merupakan perbankan yang memiliki *performance* yang baik, tentunya diharapkan dapat memberikan dukungan sumber daya yang memuaskan dalam produk-produk layanannya

termasuk aplikasi myBCA. Akan tetapi, tidak signifikannya pengaruh positif dari *Facilitating Condition* dapat kita kaitkan dengan hasil penelusuran *preliminary study* yang menunjukkan nilai yang relatif kurang memuaskan karena tidak terpenuhinya harapan pengguna. Sebagian besar keluhan yang disampaikan oleh pengguna aplikasi myBCA merujuk pada layanan yang kurang efektif serta akses yang sulit atau lambat sehingga aplikasi myBCA dianggap belum dapat membantu meningkatkan kinerja pengguna (**Lampiran 9, halaman 138-139**).

Hal ini sejalan dengan penelitian Hariyanti et al., (2020) yang merujuk pada penelitian terdahulu oleh Venkatesh et al., (2012) bahwa *Facilitating Condition* tidak memberikan pengaruh secara langsung pada *Behavioral Intention to Use*. Hal ini karena adanya faktor eksternal yang mempengaruhi seperti jaringan internet yang tidak stabil dan spesifikasi telepon genggam yang berbeda-beda antar pengguna layanan sehingga menyebabkan penilaian yang tidak konsisten dan memberikan imbas menurunkan pengaruh positif dari variabel *Facilitating Condition*.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, agar minat masyarakat khususnya calon pengguna aplikasi myBCA dapat ditingkatkan, peneliti ingin memberikan beberapa saran praktis kepada perusahaan yaitu:

1. Agar lebih meningkatkan pengaruh positif yang dominan dari *Performance Expectancy*. Hal ini dapat dilakukan melalui perbaikan untuk melengkapi fitur-fitur layanan myBCA, meningkatkan keamanan dan kenyamanan serta kepraktisan dalam transaksi online, memastikan kelancaran aplikasi saat digunakan sehingga penggunaan aplikasi dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas penggunaannya.
2. Dalam masyarakat digital saat ini, media sosial memiliki pengaruh yang besar pada perilaku masyarakat. Untuk meningkatkan pengaruh positif dari *Social*

Influence, sosialisasi mengenai aplikasi myBCA melalui pendekatan media sosial yang interaktif menggunakan akun resmi BCA dapat dilakukan untuk menjelaskan manfaat setiap fitur di dalam aplikasi myBCA serta aplikasinya. Peneliti menyarankan sosialisasi menggunakan akun resmi agar pengguna dapat memperoleh informasi yang akurat terpercaya serta memperoleh jawaban yang tepat untuk pertanyaan yang diajukan. Disamping itu koordinasi internal untuk menindak lanjuti penilaian pelanggan juga perlu dilakukan, misalnya dengan memberikan kontak layanan teknis yang lebih spesifik sehingga dapat memberikan solusi terhadap kendala yang dikeluhkan daripada hanya memberikan kontak layanan pelanggan secara umum seperti “halo BCA”.

3. Untuk meningkatkan pengaruh positif dari *Facilitating Condition* peneliti menyarankan pendekatan humanis sebagai pendamping teknologi. Hal ini dapat dilakukan melalui fitur *live chat* yang tidak hanya berupa layanan melalui *chatbot* tetapi *live chat customer care* untuk memberikan respon *realtime* terhadap keluhan serta kendala yang dihadapi pengguna aplikasi myBCA.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Hasil analisis uji koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang cukup besar (81,6%) dari keberadaan faktor-faktor lain di luar dari ketiga variabel independent yang telah diteliti terhadap variasi dari variabel depended. Karena itu, untuk penelitian selanjutnya peneliti ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Karena adanya keterbatasan penelitian yang tidak memisahkan antar kelompok usia dari nasabah BCA yang menjadi responden, maka disarankan dalam melakukan penelitian dengan membandingkan antar kelompok generasi/usia untuk menganalisis apakah fitur-fitur yang tersedia sudah sesuai dengan kebutuhan di saat ini hingga ke depannya.
2. Melakukan penelitian mengenai loyalitas pengguna terhadap brand serta faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti diantaranya tingginya *interest*/bunga bank

yang ditawarkan oleh kompetitor serta kepuasan pengguna pada aplikasi-aplikasi yang dimiliki oleh BCA.

5.3 Keterbatasan

Pada penelitian ini, terdapat keterbatasan-keterbatasan seperti waktu penelitian serta akses terkini tentang data jumlah pengguna aplikasi myBCA yang tidak dapat diperoleh secara langsung baik dalam pencarian secara online maupun dari pihak BCA sendiri. Karenanya dalam *preliminary study*, peneliti menggunakan data resmi unduhan aplikasi myBCA dan data rata-rata kepuasan pelanggan berdasarkan ulasan pengguna yang disampaikan secara online.

