

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap keputusan umkm untuk bertransaksi menggunakan *digital payment* khususnya *internet banking*, *m-banking*, *e-wallet*, dan *e-money*. Terkait analisis yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel Persepsi Kebermanfaatan diatas diketahui nilai t_{hitung} (6,145) dan t_{tabel} (1,995) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,000 atau sig_{hitung} 0,05 sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Dari pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment* pada pelaku UMKM di Depok Cirebon.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel Persepsi Kmudahan diatas diketahui nilai t_{hitung} (5,458) dan t_{tabel} (1,995) maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,000 atau sig_{hitung} 0,05 sehingga H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dari pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment* pada pelaku UMKM di Depok Cirebon.
3. Secara simultan, Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment* yang ditunjukan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $43,114 > 3,130$ dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap keputusan UMKM untuk bertransaksi menggunakan *digital payment* di Depok Cirebon.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelayanan digital payment
 - a. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kebermanfaatan, pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *digital payment* menjadikan proses transaksi menjadi lebih mudah menduduki posisi terendah diantara indikator lainnya. Sehingga *digital payment* disarankan untuk mampu memberikan penjelasan terhadap masyarakat khususnya pelaku umkm tentang manfaat dari *digital payment* ketika pengguna menggunakan teknologi tersebut. Pihak layanan juga diharapkan dapat melakukan promosi terkait keunggulan dari *digital payment*.
 - b. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kemudahan, pada item pernyataan yang menyatakan bahwa *digital payment* dapat meningkatkan mobilitas proses transaksi karena dapat digunakan dimana saja menduduki posisi terendah diantara indikator yang lainnya. Untuk mengatasi hal ini, penyedia layanan *digital payment* perlu fokus pada peningkatan infrastruktur dan jaringan yang mendukung penggunaan pembayaran digital diberbagai lokasi, termasuk daerah-daerah dengan akses internet yang terbatas. Selain itu, edukasi konsumen mengenai fleksibilitas dan kepraktisan *digital payment* harus ditingkatkan melalui kampanye informasi dan pelatihan. Penyedia layanan juga bisa menawarkan solusi yang memungkinkan transaksi tetap berjalan meski koneksi internet tidak stabil. Dengan mengatasi kendala ini, diharapkan persepsi konsumen mengenai kemudahan dan mobilitas *digital payment* akan meningkat.
 - c. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel keputusan menggunakan, pada item pernyataan yang menyatakan bahwa saya berharap digital payment dapat terus digunakan dimasa yang akan datang menduduki posisi terendah diantara indikator yang lainnya. Untuk mengatasi hal ini, penyedia layanan perlu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap stabilitas dan keandalan *digital payment* dengan memastikan layanan yang konsisten dan bebas dari gangguan. Selain itu, penting untuk terus

mengembangkan fitur-fitur yang relevan dan bermanfaat, serta memberikan edukasi yang menyeluruh tentang keuntungan jangka panjang penggunaan *digital payment*. Insentif seperti program loyalitas atau penawaran khusus bagi pengguna setia juga bisa diterapkan untuk mendorong penggunaan berkelanjutan. Dengan demikian, persepsi konsumen mengenai keberlanjutan dan manfaat jangka panjang *digital payment* diharapkan akan meningkat.

2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambah jumlah variabel lain selain variabel bebas yang dibahas pada penelitian ini.

