

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memberikan gambaran penting mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi fintech oleh pengguna. Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis dan nilai harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan individu untuk mengadopsi teknologi fintech. Faktor-faktor ini, yang berhubungan dengan kenyamanan dan manfaat langsung yang didapatkan dari penggunaan produk fintech, terbukti menjadi pendorong utama dalam meningkatkan minat dan adopsi. Di sisi lain, persepsi risiko meskipun memiliki pengaruh, tapi tidak sekuat kedua faktor tersebut.

Keterkaitan antara faktor-faktor tersebut mencerminkan pentingnya pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen dalam merancang produk fintech. Dengan mempertimbangkan faktor motivasi yang menyenangkan dan memberikan nilai ekonomis yang jelas, perusahaan fintech dapat menciptakan pengalaman yang lebih menarik bagi pengguna, sehingga meningkatkan peluang adopsi. Selain itu, walaupun persepsi risiko tetap menjadi perhatian, pengelolaan yang tepat terhadap faktor ini dapat mengurangi hambatan dalam adopsi teknologi ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menekankan perlunya perusahaan fintech untuk lebih fokus pada pengembangan produk yang tidak hanya ekonomis, tetapi juga menyenangkan dan aman bagi pengguna. Inovasi yang mengutamakan kenyamanan, serta pendekatan yang lebih transparan dalam hal harga dan risiko, diharapkan dapat mempercepat adopsi fintech di kalangan masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan adopsi fintech. Pertama, perusahaan fintech disarankan untuk memperkuat aspek motivasi hedonis, seperti kenyamanan dan hiburan, dalam penggunaan produk mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan menghadirkan pengalaman yang menyenangkan dan menarik bagi pengguna, misalnya melalui desain aplikasi yang user-friendly atau fitur-fitur inovatif yang mempermudah transaksi.

Kedua, perusahaan harus memberikan nilai harga yang jelas dan kompetitif bagi pengguna, serta transparan terkait biaya-biaya yang mungkin timbul. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan pengguna dan membantu mengurangi hambatan adopsi terkait kekhawatiran biaya yang tidak terduga. Ketiga, meskipun persepsi risiko memiliki pengaruh yang lebih rendah, perusahaan perlu tetap memperhatikan aspek keamanan dan privasi data pengguna, mengingat faktor ini masih dapat mempengaruhi keputusan adopsi.

Terakhir, perusahaan fintech perlu melakukan penelitian lanjutan mengenai persepsi risiko yang lebih mendalam, untuk mengidentifikasi faktor-faktor spesifik yang mungkin meningkatkan kekhawatiran pengguna. Dengan demikian, strategi komunikasi dan edukasi yang tepat dapat dikembangkan untuk mengatasi persepsi risiko dan mempercepat proses adopsi fintech di masa depan.