

## BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan teoritis dan hasil penelitian yang dilakukan melalui analisis deskriptif dan verifikatif menggunakan analisis SEM (Survei Pengguna OVO Indonesia) pengaruh *financial self-efficacy* dan *financial literacy* terhadap *financial behavior*, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran variabel *financial self-efficacy* yang mendapat respon paling tinggi adalah dimensi *strength*, dan dimensi yang paling rendah adalah *magnitude*. Gambaran *financial literacy* yang mendapat respon paling tinggi adalah dimensi *knowledge*, dan dimensi yang paling rendah adalah *beliefs*. Gambaran *financial behavior* yang mendapat respon paling tinggi adalah *income*, dan dimensi yang paling rendah adalah *financial attitude*.
2. Berdasarkan hasil penelitian, *financial self efficacy* tidak berpengaruh terhadap *financial behavior* pada Pengguna OVO di Indonesia.
3. Berdasarkan hasil penelitian, *financial literacy* berpengaruh positif terhadap *financial behavior* pada Pengguna OVO di Indonesia.

### 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian penulis merekomendasikan hal-hal mengenai pengaruh *financial self efficacy* dan *financial literacy* terhadap *financial behavior* sebagai berikut:

1. Dimensi *magnitude* mendapat nilai respon paling rendah, *magnitude* mengacu pada tingkat kesulitan tugas yang dirasakan seseorang yang berhubungan dengan keuangan pengguna untuk mencapai *financial self efficacy*. Pengelola OVO harus dapat memastikan setiap kegiatan keuangan yang dilakukan oleh Pengguna dapat dipermudah. Sehingga Pengguna memiliki ikatan emosional kuat dengan OVO dan pengguna dapat memilih OVO sebagai *e-money* utama mereka.
  - a. OVO harus mampu menciptakan suatu inovasi yang mendorong responden untuk mengambil keputusan baik dalam menggunakan aplikasi maupun memilih fitur untuk digunakan.

- b. OVO perlu untuk meningkatkan kualitas kemenarikan aplikasinya melalui tampilan dalam rangka meningkatkan perilaku yang akan dicoba.
  - c. OVO perlu untuk meningkatkan kualitas performa aplikasinya dalam rangka untuk meningkatkan penyesuaian dan menghadapi langsung tugas-tugas yang sulit.
2. Dimensi *beliefs* mempunyai respon yang paling rendah, *beliefs* berhubungan dengan kepercayaan diri untuk membuat keputusan keuangan yang mendorong kemandirian, stabilitas, dan kesejahteraan keuangan. Pengelola OVO harus dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap penggunaan keuangan mereka agar pengguna memiliki ikatan emosional kuat dengan OVO sehingga pengguna dapat memilih OVO sebagai *e-money* utama mereka.
- a. OVO harus mampu menciptakan suatu fitur yang mampu memengaruhi perilaku penggunanya dalam rangka meningkatkan keyakinan yang menyebar pada berbagai bidang perilaku.
  - b. OVO perlu untuk meningkatkan fitur aplikasinya sehingga mampu menyebar ke bidang-bidang khusus dalam rangka memenuhi kekurangan fitur-fitur pada aplikasi.
3. Dimensi *financial attitude* mendapat nilai respon terendah, *financial attitude* merupakan kecenderungan pribadi terhadap masalah keuangan. Pengelola OVO harus dapat meningkatkan kepekaan keuangan Pengguna sehingga Pengguna memiliki ikatan emosional yang kuat dengan OVO, ikatan emosional kuat dengan OVO sehingga pengguna dapat memilih OVO sebagai *e-money* utama mereka.
- a. OVO perlu meningkatkan kualitas kemenarikan aplikasinya melalui fitur-fitur yang mendukung keuangan penggunanya dalam rangka meningkatkan keadaan pikiran seseorang tentang keuangan.
  - b. OVO perlu untuk meningkatkan kualitas performa aplikasinya untuk lebih menjelaskan perihal kondisi keuangan penggunanya dalam rangka meningkatkan kesadaran pengguna tentang keuangan mereka di aplikasi OVO.

- c. OVO harus mampu menciptakan suatu fitur yang membuat responden untuk mengambil keputusan keuangan baik dalam menggunakan aplikasi OVO.
4. Hasil penelitian menyatakan bahwa *financial self efficacy* tidak berpengaruh terhadap *financial behavior* dan *financial literacy* memiliki pengaruh positif terhadap *financial behavior*, dengan demikian penulis merekomendasikan supaya OVO tetap mengembangkan dan melakukan upaya-upaya peningkatan kembali *financial literacy* dengan menciptakan strategi-strategi yang dapat menyenangkan pengguna dan dapat menciptakan *financial behavior* yang baik.
5. Salah satu kelemahan penelitian ini adalah penelitian ini dilakukan hanya pada satu waktu atau bersifat cross-sectional, sehingga perilaku individu dapat berubah seiring berjalannya waktu. Artinya, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak mewakili seluruh faktor yang mungkin mempengaruhi perilaku keuangan. Bagi penelitian selanjutnya, penulis merekomendasikan pemutakhiran teori dan komponen financial self-efisiensi dan literasi keuangan, serta melakukan penelitian terhadap target lain yang lebih spesifik.