

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada Bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Hasil temuan menunjukkan bahwa investor dari *fintech* syariah terdaftar dan berizin di OJK memiliki ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan yang terkategori tinggi yang menunjukkan bahwa *fintech* syariah sudah dirasa memberikan keuntungan, kemudahan sistem, kompatibel, memberikan kesenangan, kesesuaian harga, dan kenyamanan saat berinvestasi. Kemudian, pengaruh sosial para investor terkategori sedang yang menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh lembaga atau orang di sekitar masih terbilang cukup dirasakan. Selain itu, intensi perilaku dan perilaku menggunakan investor terhadap *fintech* syariah termasuk kategori tinggi namun penggunaannya masih tidak terlalu sering dilakukan dan penggunaannya bukan untuk berbagai keperluan sehari-hari. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas investor sudah merasa senang dan memiliki keinginan untuk menggunakan *fintech* syariah, namun tidak secara terus menerus dan sesering mungkin. Karena penggunaan *fintech* syariah akan dilakukan ketika sedang dalam kondisi investor yang memungkinkan untuk melakukan pendanaan dan bukan dilakukan untuk setiap waktu.
2. Ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi perilaku layanan *fintech* syariah. Hal ini terjadi, karena investor memandang bahwa manfaat yang dirasakan atas penggunaan *fintech* syariah dalam membantu pekerjaannya menjadi alasan untuk dapat berniat menggunakan *fintech* syariah. Selain itu, penggunaan suatu sistem harus didasarkan pada manfaat yang akan diperoleh, efektifitas waktu, dan meningkatkan produktivitas investor ketika menggunakan layanan *fintech* syariah.
3. Ekspektasi usaha tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap intensi perilaku layanan *fintech* syariah. Hal tersebut tidak dapat dipastikan bahwa kemudahan dari penggunaan layanan *fintech* syariah akan

menimbulkan intensi investor untuk menggunakan *fintech* syariah seterusnya ataupun menggunakannya pada setiap akan melakukan investasi. Karena kemudahan suatu sistem dilihat dari fitur-fitur yang tersedia dan pengoperasiannya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh ekspektasi usaha terhadap intensi perilaku dimoderasi oleh jenis kelamin.

4. Pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi perilaku layanan *fintech* syariah. Hal tersebut terjadi karena sosialisasi dari perusahaan *fintech* syariah atau orang sekitar sudah cukup dirasakan, sehingga pengguna *fintech* syariah pun sudah mulai dilirik oleh masyarakat karena menjadi hal yang baru dan *trendy*. Oleh karena itu, dapat dipastikan bahwa pengaruh sosial lingkungan sekitar atau perusahaan *fintech* syariah yang semakin tinggi akan meningkatkan investor berniat untuk menggunakan *fintech* syariah.
5. Kondisi fasilitas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap intensi perilaku layanan *fintech* syariah. Hal tersebut dapat tidak dapat dipastikan bahwa faktor seseorang berniat menggunakan *fintech* syariah didorong oleh kondisi yang ada. Karena meski tersedianya pengetahuan, infrastruktur, atau sarana dan prasarana yang memadai, dan tenaga ahli dari pihak perusahaan *fintech*, seorang individu masih belum merasakan pengaruh terhadap niat untuk menggunakan *fintech* syariah. Pengaruh kondisi fasilitas terhadap intensi perilaku dimoderasi oleh jenis kelamin.
6. Kondisi fasilitas tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku menggunakan layanan *fintech* syariah. Hal tersebut karena kondisi atau infrastruktur yang memadai dari pengguna *fintech* syariah tidak menjadikan seorang individu terbiasa menggunakan *fintech* syariah karena infrastruktur yang dimiliki seorang pengguna sudah menjadi kebutuhan sehari-hari untuk aktivitas lain. Selain itu, penggunaan *fintech* juga bukan suatu hal yang lazim dilakukan kapanpun dan dimanapun melainkan suatu aktivitas yang dilakukan pada saat terdapat kondisi lain yang memungkinkan untuk berinvestasi.
7. Motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap intensi perilaku layanan *fintech* syariah. Hal tersebut tidak dapat

- dipastikan bahwa niat seseorang untuk menggunakan *fintech* syariah didasari karena ingin mendapatkan kesenangan, kenikmatan, dan hiburan melainkan karena adanya orientasi untuk kebutuhan dan keuntungan di masa mendatang.
8. Nilai harga memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap intensi perilaku layanan *fintech* syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa struktur harga yang ditetapkan oleh perusahaan *fintech* syariah tidak dipastikan dapat membuat penggunanya untuk dapat memperkirakan menggunakan *fintech* syariah secara terus menerus untuk setiap investasinya. Dikarenakan untuk mendapatkan layanan tersebut kebanyakan *fintech* syariah tidak memerlukan biaya registrasi melainkan biaya khusus untuk transaksi-transaksi tertentu saja. Pengaruh nilai harga terhadap intensi perilaku dimoderasi oleh jenis kelamin.
 9. Kebiasaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi perilaku layanan *fintech* syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebiasaan seseorang atas pembelajarannya dipastikan dapat memengaruhi perilaku orang tersebut untuk dapat memperkirakan dan merencanakan penggunaan *fintech* syariah secara terus menerus pada setiap aktivitas investasinya. Karenanya, hasil dari kebiasaan dari pembelajaran yang diperolehnya secara intensif menimbulkan keyakinan akan berniat menggunakan *fintech* sebagai media untuk berinvestasi.
 10. Kebiasaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku menggunakan layanan *fintech* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa meski adanya rasa candu, kebutuhan penggunaan, dan otomatisasi penggunaan sistem tidak dipastikan dapat membuat seseorang langsung memutuskan menggunakan layanan *fintech* syariah karena seorang investor perlu menganalisis lebih dalam terhadap *fintech* yang akan digunakannya berdasarkan pengalaman yang ada sebelumnya dan membandingkannya dengan *fintech* lain yang mana hal tersebut akan memengaruhi terlebih dahulu terhadap niat untuk menggunakan.
 11. Intensi perilaku memiliki pengaruh positif terhadap perilaku menggunakan layanan *fintech* syariah. Hal ini terjadi, karena tingginya minat seseorang untuk menggunakan layanan *fintech* syariah yang dinilai sudah efektif,

efisien, *user friendly*, dan fitur atau fasilitas yang dimiliki sudah memadai. Niat investor yang semakin tinggi akan mendorong kepada perilaku setiap individu untuk langsung memutuskan menggunakan layanan *fintech* syariah untuk berinvestasi.

12. Dari ketujuh variabel eksogen dalam UTAUT-2 ini, hanya terdapat tiga variabel yang bisa memprediksi perilaku menggunakan layanan *fintech* syariah, yaitu ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan kebiasaan. Di mana kebiasaan menjadi prediktor yang paling kuat yang dapat memacu hubungan pengaruh intensi perilaku investor terhadap perilaku menggunakan layanan *fintech* syariah. Adapun variabel lainnya seperti ekspektasi usaha, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, dan nilai harga tidak dapat memprediksi perilaku menggunakan layanan *fintech* syariah dikarenakan variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi perilaku investor untuk menggunakan layanan *fintech* syariah.

5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah apabila ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kebiasaan dan intensi perilaku investor baik terhadap layanan *fintech* syariah, maka akan berimplikasi terhadap peningkatan perilaku menggunakan seseorang terhadap layanan *fintech* syariah. Kemudian ekspektasi usaha, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, dan nilai harga belum bisa memiliki implikasi terhadap niat dan perilaku penggunaan sistem oleh pengguna *fintech* syariah. Kemudahan sistem, kondisi pendukung, dan rasa kesenangan yang sudah dirasakan atas penggunaan *fintech* syariah belum bisa dipastikan dapat membuat seseorang dapat berniat dan berperilaku sesering mungkin dalam penggunaan *fintech* syariah di manapun atau kapanpun. Hal tersebut terjadi karena *fintech* merupakan media investasi yang merupakan suatu aktivitas yang bisa dilakukan dengan kondisi tertentu seperti adanya dana, dan bukan sebagai sarana hiburan, serta didasarkan pada kebutuhan dan keinginan setiap individu yang selalu dinamis.

Implikasi lainnya adalah bahwa dengan adanya layanan investasi melalui *fintech* syariah akan memberikan manfaat, kemudahan, keefektifan dan keefesienan waktu, serta produktivitas bagi para pengguna *fintech* syariah. Selain itu, adanya *fintech* syariah dapat meningkatkan aset industri keuangan syariah Indonesia dan

mengembangkan bisnis bagi para pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia, serta menumbuhkan citra yang baik bagi lembaga bisnis syariah dalam sektor keuangan seperti halnya *fintech peer-to-peer lending* syariah.

Adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan *fintech* syariah menyediakan fitur-fitur dalam layanan sistem yang dapat meningkatkan produktivitas bagi para penggunanya untuk keperluan sehari-hari dan dapat digunakan kapanpun di mana pun, sehingga membuat penggunanya dapat terus dan terbiasa menggunakan *fintech* syariah sebagai media investasinya.
2. Perusahaan penyedia *fintech* syariah harus meningkatkan promosi dan jangkauan sosialisasinya ke seluruh penjuru masyarakat di Indonesia khususnya bagi para wirausaha ataupun para generasi milenial yang sudah mulai melek akan teknologi, sehingga para pengguna *fintech* syariah semakin banyak dan penyaluran dana pun semakin tinggi yang mana dapat membantu banyak para pelaku UKM dan usaha lainnya di Indonesia yang sedang membutuhkan pembiayaan.
3. Untuk meningkatkan jumlah investor *fintech* syariah, perusahaan *fintech* syariah sebaiknya lebih banyak melakukan sosialisasi dan promosi kepada individu yang berjenis kelamin laki-laki dengan rentang usia 20-30 tahun, dengan tingkat pendidikan S1 dan berasal dari daerah Jawa dan Sumatera karena memiliki intensi perilaku dan perilaku menggunakan yang lebih tinggi dibanding dengan orang-orang yang berkarakteristik lainnya.
4. Sosialisasi dan promosi bisa dilakukan melalui iklan media sosial, google ads, dan atau dengan mengadakan seminar atau *workshop* terkait *fintech* syariah *peer-to-peer lending* dan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan *startup* yang sedang *trend* di kalangan masyarakat Indonesia seperti OVO, Gojek, dan Tokopedia.
5. Penelitian terkait dengan penerimaan dan penggunaan layanan *financial technology* syariah *peer-to-peer lending* masih sangat sedikit baik di Indonesia maupun internasional. Sehingga, harus diperbanyak penelitian

selanjutnya yang berkaitan tentang penerimaan dan penggunaan layanan sistem *fintech* syariah dengan perusahaan *fintech* syariah yang lebih spesifik.

6. Untuk penelitian terkait penerimaan dan penggunaan *fintech* syariah selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan pengguna terhadap perusahaan *fintech* syariah, reputasi perusahaan *fintech* syariah, dan gaya hidup investor, serta variabel lainnya yang dapat memberikan wawasan baru ke dalam pembahasan penerimaan dan penggunaan layanan *fintech* syariah di Indonesia. Selain itu, penggunaan sampel harus diperbanyak dan mencakup seluruh wilayah Indonesia yang sudah tersosialisasikan terkait *fintech* syariah.