

BAB V

KESIMPULAN

Pada bab ini disajikan kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis. Berdasarkan kesimpulan penelitian, akan diajukan saran yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian. Selain itu, dikemukakan pula adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian sehingga nantinya dapat disempurnakan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

A. Simpulan Penelitian

Berdasarkan pengujian hipotesis secara statistik terhadap pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis UMKM. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai ***t-value*** atau **C.R. sebesar $2,674 \geq 1,967$** atau nilai **P sebesar $0,007 \leq 0,05$** . Artinya, perilaku penggunaan TIK untuk bisnis pada UMKM bisa ditingkatkan melalui ekspektasi kinerja. Semakin tinggi ekspektasi pelaku UMKM bahwa TIK dapat meningkatkan kinerja bisnisnya, maka niat penggunaan TIK untuk usaha akan meningkat.

2. *Propensity to act* memoderasi hubungan *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis UMKM. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai ***t-value*** atau **C.R. sebesar $4,051 \geq 1,967$** atau nilai **P sebesar $*** \leq 0,05$** . Artinya, pengaruh *performance expectancy* pada niat penggunaan TIK akan lebih besar pada kondisi pelaku usaha yang memiliki *propensity to act* yang tinggi, dibanding pelaku yang tidak memiliki *propensity to act*.
3. *Effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis UMKM. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai ***t-value*** atau **C.R. sebesar $2,664 \geq 1,967$** atau nilai **P sebesar $0,008 \leq 0,05$** . Artinya, niat penggunaan TIK untuk bisnis pada UMKM bisa ditingkatkan melalui ekspektasi upaya. Semakin tinggi ekspektasi pelaku UMKM terhadap kemudahan dalam upaya penggunaan TIK, maka niat penggunaan akan meningkat.
4. *Propensity to act* memoderasi hubungan *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis UMKM. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai ***t-value*** atau **C.R. sebesar $5,114 \geq 1,967$** atau nilai **P sebesar $*** \leq 0,05$** . Artinya, pengaruh *effort expectancy* pada niat penggunaan TIK akan

lebih besar pada kondisi pelaku usaha yang memiliki *propensity to act* yang tinggi, dibanding pelaku yang tidak memiliki *propensity to act*.

5. *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis UMKM. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai ***t-value* atau C.R. sebesar $1,721 \leq 1,967$ atau nilai P sebesar $0,085 \geq 0,05$** . Artinya, niat penggunaan TIK untuk bisnis pada UMKM tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pengaruh sosial.
6. *Propensity to act* memoderasi *hubungan social influence* terhadap *behavioral intention* pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis UMKM. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai ***t-value* atau C.R. sebesar $3,461 \geq 1,967$ atau nilai P sebesar $*** \leq 0,05$** . Artinya, pengaruh *social influence* pada niat penggunaan TIK akan lebih besar pada kondisi pelaku usaha yang memiliki *propensity to act* yang tinggi, dibanding pelaku yang tidak memiliki *propensity to act*.
7. *Facilitating Condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *usage behavior* pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis UMKM. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai ***t-value* atau C.R. sebesar $2,275 \geq 1,967$ atau nilai P sebesar $0,023 \leq 0,05$** . Artinya,

perilaku penggunaan TIK untuk bisnis pada UMKM dipengaruhi oleh *facilitating condition*. Semakin tinggi *facilitating condition* yang dirasakan oleh pelaku UMKM maka penggunaan TIK untuk bisnis semakin meningkat.

8. *Behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *usage behavior* pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis UMKM. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai ***t-value* atau C.R. sebesar $3,050 \geq 1,967$ atau nilai P sebesar $0,002 \leq 0,05$** . Artinya, perilaku penggunaan TIK untuk bisnis pada UMKM bisa ditingkatkan melalui niat. Semakin tinggi pelaku UMKM memiliki niat maka penggunaan TIK untuk bisnis pada UMKM akan meningkat.
9. *Precipitating event* tidak memoderasi hubungan *behavioral intention* terhadap *usage behavior* pada penggunaan teknologi informasi untuk bisnis UMKM. Kesimpulan tersebut berdasarkan nilai ***t-value* atau C.R. sebesar $0,828 \geq 1,967$ atau nilai P sebesar $0,407 \leq 0,05$** . Artinya, pengaruh niat penggunaan TIK tidak berbeda pada kondisi pelaku usaha yang memiliki *precipitating event* yang tidak.

B. Keterbatasan penelitian

Studi ini dilakukan pada 164 responden dengan rentang usia yang beragam dan diketahui populasi terbesar adalah kalangan pengguna muda. Dari keterbatasan demografis tersebut, penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk kalangan usia yang lebih tua. Penelitian dilakukan di wilayah yang terbatas dan terikat pada karakteristik tertentu sehingga hasil mungkin akan berbeda jika penelitian dilakukan pada wilayah yang lebih luas. Di daerah lain dengan ekosistem usaha dan tingkat pengguna teknologi yang berbeda kemungkinan menunjukkan hasil yang tidak sama. Bentuk UMKM bervariasi, ada pelaku individu atau kelompok sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk pelaku pada lingkup organisasi.

C. Saran

Peningkatan penggunaan TIK pada UMKM dapat dilakukan dengan meningkatkan ekspektasi kinerja. Pentingnya ekspektasi kinerja dalam mendorong penggunaan TIK pada UMKM menunjukkan bahwa pemangku kepentingan harus terus mempromosikan keuntungan menggunakan TIK untuk menjalankan usaha, khususnya di kalangan kaum muda sebagai pengguna terbanyak saat ini. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengidentifikasi apakah pelaku usaha muda lebih menyukai manfaat tertentu dari penggunaan TIK yang tidak dianggap

perlu oleh pelaku usaha yang lebih tua. Manfaat tersebut harus dikomunikasikan kepada pengguna muda melalui berbagai saluran misalnya internet dan iklan. Diperlukan banyak sosialisasi tentang faktor-faktor penentu peningkatan kinerja yang didorong oleh penggunaan TIK pada UMKM. Sehingga para pelaku UMKM bisa memahami bahwa mereka memiliki peluang yang sama dalam meningkatkan kinerja usahanya lewat penggunaan TIK. Pelaku usaha misalnya bisa diberi informasi tentang perlunya memiliki produk yang bisa diakses secara online dan dampak terhadap usahanya.

Pemangku kepentingan harus memastikan bahwa penggunaan TIK pada UMKM dapat dengan mudah dipahami, dipelajari dan digunakan. Kesulitan dalam penggunaan TIK mungkin menjadi hambatan bagi para pelaku UMKM yang lebih tua. Pelaku yang datang dari berbagai macam latar belakang dan tingkat pendidikan mungkin tidak punya basis pengetahuan yang sama dalam hal penggunaan TIK. Mereka yang belum menguasai TIK akan merasakan upaya yang lebih berat dalam mengadopsi TIK. Ekspektasi upaya ini dapat ditingkatkan dengan memberikan informasi dan pelatihan yang berkelanjutan serta pendampingan. Pelaku usaha yang lebih menguasai TIK mungkin bisa menjadi mentor dan mendampingi mereka yang belum menguasai TIK sehingga terjadi transfer pengetahuan dan pengalaman penggunaan TIK.

Pentingnya *facilitating condition* tercermin dalam signifikansinya dalam mempengaruhi perilaku penggunaan TIK. Ini menyiratkan bahwa pemangku kepentingan harus memberikan dukungan infrastruktur kepada pengguna untuk meningkatkan penggunaan TIK. Mengenai kondisi fasilitasi para pelaku usaha dari sisi teknis misalnya kebutuhan koneksi internet yang dapat diandalkan dengan harga yang murah. Dengan langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan kecepatan koneksi internet dan tingkat penetrasi, diharapkan lebih banyak pelaku usaha akan ikut serta dalam menawarkan produk dan layanan mereka dengan memanfaatkan TIK.

Pada kasus UMKM, peristiwa pencetus tidak cukup memoderasi pengaruh niat pada penggunaan aktual TIK. Pemangku kebijakan dapat meningkatkan *awareness* para pelaku usaha supaya dapat lebih peka dan responsif terhadap peristiwa pencetus yang terjadi di sekitarnya. Fakta bahwa pasar perdagangan online terus meningkat seharusnya memengaruhi perilaku UMKM untuk berniat menggunakan TIK. Pelaku usaha harus bisa melihat peluang yang ditawarkan oleh TIK. Mulai dari terbukanya akses pasar yang lebih luas, penghematan biaya, kemudahan pengiriman, kesempatan membuat kampanye pemasaran dan penjualan hingga ketersediaan sumber pendanaan baru. Salah satu keuntungan menggunakan TIK adalah peluang pemasaran dapat secara langsung

diakses oleh pemilik bisnis, sehingga meningkatkan tawaran kepada konsumen serta persaingan di antara industri. Ketika perilaku mayoritas konsumen berbelanja menggunakan TIK, usaha perdagangan yang hanya mengandalkan toko offline dapat terdisrupsi. Pelaku UMKM yang memiliki jiwa kewirausahaan tinggi diharapkan dapat merespon perubahan ini.

Penelitian ini menemukan bahwa pelaku usaha yang paling banyak menggunakan TIK dalam usahanya adalah generasi muda sampai usia 35 tahun. Generasi ini diakui lebih paham teknologi dan punya kemungkinan lebih besar untuk menggunakan aplikasi TIK. Hal itu didukung dengan perilaku konsumen muda yang banyak berbelanja lewat toko elektronik, semakin banyak konsumen yang menggunakan TIK juga akan menjadi daya tarik bagi pelaku usaha menawarkan produk dan jasanya menggunakan TIK. Pemangku kebijakan tidak hanya mendorong konsumen dalam berbelanja menggunakan TIK tapi juga harus mendorong pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya menggunakan TIK khususnya mereka dari generasi muda.

Penelitian di masa depan pada bidang ini dapat dilakukan pada ukuran responden yang lebih besar. Mungkin juga untuk melakukan penelitian lanjutan pada kelompok pengguna tertentu yang berbeda dalam hal demografi, misalnya membandingkan generasi muda dengan

yang lebih tua atau membandingkan UMKM pengguna TIK dengan bukan pengguna TIK. Salah satu variabel menarik yang dapat digali adalah mengenai peristiwa pencetus apa yang paling besar pengaruhnya pada aktualisasi dari niat menjadi perilaku aktual. Untuk itu diperlukan pencarian yang lebih mendalam untuk memahami mengenai persepsi pelaku UMKM terhadap *precipitating event*. Analisis statistik dapat ditambah dengan pengamatan formal dan wawancara pada pengguna dan non-pengguna, pendekatan tersebut dapat memberikan hasil analisis yang lebih mendalam.