

BAB V KESIMPULAN

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui *pengaruh attitude, subjective norm, perceived behavior* dan *intention* berpengaruh terhadap *behavior* penggunaan digitalisasi pada umkm dikelurahan tanjung jaya kota bengkulu. Berdasarkan deskripsi responden, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 29 orang (53,7%), sedangkan laki-laki sebanyak 25 orang (46,3%). Kelompok usia terbanyak berada pada usia 31–40 tahun dan 41–65 tahun, masing-masing sebanyak 20 orang (37,0%), dengan pendidikan terakhir mayoritas SMA sebanyak 39 orang (72,2%). Dari lima bentuk digitalisasi yang diteliti, digitalisasi komunikasi merupakan bentuk yang paling banyak digunakan, terutama melalui WhatsApp Business. Sementara itu, digitalisasi pencatatan keuangan merupakan bentuk yang penggunaannya paling rendah. Berdasarkan hasil penjelasan dan pembahasan, maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1 *Attitude* (sikap) tidak berpengaruh terhadap *behavior* (perilaku penggunaan digitalisasi) dengan nilai *t* hitung sebesar 0,338 dan tingkat signifikansi sebesar $0,737 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif pelaku umkm terhadap digitalisasi belum mampu mendorong penggunaan digitalisasi secara langsung dalam kegiatan usahanya, sehingga H_1 ditolak.
- 2 *Subjective norm* (norma subjektif) berpengaruh terhadap *behavior* (perilaku penggunaan digitalisasi) dengan nilai *t* hitung sebesar 4,531 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa

semakin besar dukungan dari keluarga, pelanggan, teman sesama pelaku umkm, maupun lingkungan sekitar, maka semakin tinggi perilaku penggunaan digitalisasi, sehingga h2 diterima.

- 3 *Perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku) berpengaruh terhadap *behavior* (perilaku penggunaan digitalisasi) dengan nilai t hitung sebesar 2,935 dan tingkat signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan pelaku umkm terhadap kemampuan dan kemudahan dalam menggunakan teknologi digital, maka semakin tinggi perilaku penggunaan digitalisasi, sehingga h3 diterima.
- 4 *Attitude* (sikap) berpengaruh terhadap *intention* (niat) dengan nilai t hitung sebesar -5,671 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga h4 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar -0,369 menunjukkan arah pengaruh yang negatif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel attitude akan menurunkan nilai intention sebesar 0,369 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
- 5 *Subjective norm* (norma subjektif) berpengaruh terhadap *intention* (niat) dengan nilai t hitung sebesar 2,862 dan tingkat signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$, sehingga h5 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,358 menunjukkan arah pengaruh yang positif. Artinya, semakin tinggi dukungan dari lingkungan sekitar, maka semakin tinggi pula niat pelaku umkm dalam menggunakan digitalisasi.

- 6 *Perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku) berpengaruh terhadap *intention* (niat) dengan nilai t hitung sebesar -2,887 dan tingkat signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$, sehingga h_6 diterima. Nilai koefisien regresi sebesar -0,226 menunjukkan arah pengaruh yang negatif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *perceived behavioral control* akan menurunkan nilai *intention* sebesar 0,226 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
- 7 *Intention* (niat) mampu memediasi pengaruh attitude terhadap *behavior* (perilaku penggunaan digitalisasi). Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung melalui *intention* lebih besar dibandingkan pengaruh langsung, sehingga h_7 diterima.
- 8 *Intention* (niat) mampu memediasi pengaruh *subjective norm* terhadap *behavior* (perilaku penggunaan digitalisasi). Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *intention* menjadi perantara yang memperkuat pengaruh norma subjektif terhadap perilaku penggunaan digitalisasi, sehingga h_8 diterima.
- 9 *Intention* (niat) mampu memediasi pengaruh *perceived behavioral control* terhadap *behavior* (perilaku penggunaan digitalisasi). Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *intention* menjadi variabel yang menjembatani pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap perilaku penggunaan digitalisasi, sehingga h_9 diterima.

10 Secara *simultan attitude, subjective norm, perceived behavioral control*, dan *intention* berpengaruh terhadap *behavior* (perilaku penggunaan digitalisasi) dengan nilai f hitung sebesar 64,325 dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian layak digunakan dan seluruh variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan perilaku penggunaan digitalisasi pada pelaku umkm, sehingga h_{10} diterima.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah di peroleh, maka saran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bagi pelaku umkm

Pelaku umkm di kelurahan tanjung jaya diharapkan terus meningkatkan pemanfaatan digitalisasi dalam menjalankan usahanya, seperti penggunaan media sosial, marketplace, pembayaran digital (qris), dan aplikasi pencatatan keuangan digital. Selain itu, pelaku umkm perlu meningkatkan kemampuan dalam mengoperasikan teknologi digital melalui pelatihan atau pembelajaran mandiri agar penggunaan digitalisasi dapat dilakukan secara optimal.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah responden, memperluas wilayah penelitian dan menggunakan Demografi agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain di luar *theory of planned behavior*, seperti literasi digital, persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kepercayaan (*trust*), atau kesiapan teknologi, sehingga mampu menjelaskan perilaku penggunaan digitalisasi secara lebih komprehen

