

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diperoleh dari pelaksanaan tugas akhir dan pemberian saran yang diperlukan khususnya yang berkaitan dengan pengembangan financial teknologi di masa yang akan datang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan, maka dapat disimpulkan beberapa hal-hal yang mengenai tentang Penerapan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dalam menggunakan layanan dompet digital sebagai alat bertransaksi, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan perhitungan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) memudahkan untuk memecahkan masalah dan menyederhanakan hitungan hasil kuesioner.
2. Hasil penelitian dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) mendapatkan nilai peringkat yang bagus untuk keempat aplikasi dompet digital yaitu dimana peringkat ke-1 dimana dengan nilai $\sum 1,581$ diduduki oleh OVO, yang mana peringkat ke-2 diduduki oleh Go-Pay dengan nilai $\sum 1,055$, Ketiga diduduki oleh DANA 0,775 dan terakhir dengan nilai $\sum 0,589$ diduduki oleh LinkAja.

1.2 Implikasi Manajerial

1. Bagi perusahaan

Bagi aplikasi OVO supaya bisa mempertahankan posisinya sebagai dompet digital yang sering digunakan kaum millennial dan masyarakat harus terus meningkatkan inovasi-inovasi terbaru dengan tetap melihat pangsa pasar di Indonesia saat ini seperti apa dan kemajuan teknologinya seperti apa. Dengan cara menggunakan QR Code yang dipunya oleh aplikasi OVO untuk menarik minat kaum millenila dan masyarakat, mulai melebarkan sayap dengan menarik UKM yang ada di Indonesia serta melakukan kerjasama dengan merchant-merchant di Indonesia supaya OVO dapat dinikmati ditempat manapun bukan mal untuk keperluan makan namun bisa dikembangkan untuk banyak urusan.

Bagi aplikasi yang lain seperti Go-Pay, DANA, dan LinkAja harus terus melakukan inovasi-inovasi yang baru dengan menggali potensi apa yang dapat menarik minat kaum millennial dan masyarakat di Indonesia supaya dapat ingin menggunakan aplikasi dompet digital.

Untuk aplikasi LinkAja supaya kaum millennial dan masyarakat mengetahui aplikasinya perlu melakukan promosi yang gencar, dengan cara melalui iklan di televisi, promosi cashback, discount dll supaya minat penggunaan pada aplikasi LinkAja meningkat. Apalagi jika dilihat dari gabungan tujuh perusahaan BUMN yang ada di Indonesia