

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan cara pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi pada generasi milenial di Kota Serang - Banten, mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik (*e-money*) maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik (*e-money*) pada generasi milenial yaitu :
 - a. Faktor Kemudahan. Dimana pengguna tidak perlu membawa dan menggunakan uang tunai untuk melakukan transaksi hanya melalui ponsel dan fitur aplikasi lainnya juga mudah digunakan.
 - b. Faktor Manfaat. Dimana pengguna dapat melakukan transaksi pembelian seperti pengisian pulsa, kuota, token listrik, pemesanan tiket dan lain-lain tanpa harus datang ke toko atau gerai secara langsung.

- c. Faktor Nilai Harga. Pembayaran yang lebih murah jika disbanding dengan pembayaran tunai dan juga penawaran promo lebih banyak dan lebih besar daripada pembayaran tunai, hal ini menjadikan informan yang notabeneanya seorang mahasiswa menjadikannya lebih hemat.
- d. Faktor Keamanan. Dimana pengguna merasa aman menggunakan uang elektronik (*e-money*) karena diawasi oleh OJK dan uang elektronik dilengkapi dengan kode ekstra berupa *password* atau kode QR sebelum transaksi sebagai upaya mencegah pencurian, penipuan dan perampokan uang yang jumlahnya besar maka dengan melalui aplikasi dapat melindungi berbagai hal tersebut.
- e. Faktor Lingkungan. Dimana pengguna tertarik menggunakan uang elektronik (*e-money*) karena merupakan suatu kebutuhan karena memiliki bisnis atau usaha yang mengharuskan menggunakan layanan uang elektronik. Jadi sangat mendukung segala kegiatan bisnis atau usaha.

2. Selanjutnya ditemukan bahwa dari kelima faktor tersebut yakni faktor kemudahan, manfaat, nilai harga, lingkungan dan keamanan maka faktor-faktor yang dominan dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*) pada penelitian ini adalah faktor kemudahan dan manfaat. Dimana hampir seluruh pengguna yaitu sebanyak 93,3% pengguna merasakan betul kemudahan transaksi dengan menggunakan uang elektronik (*e-money*) yang mana berbagai kemudahan yang ditawarkan membuat pengguna tertarik untuk bertransaksi menggunakan uang elektronik (*e-money*). Dan 63,3% pengguna merasakan kesesuaian uang elektronik (*e-money*) dengan kehidupan sehari-hari dapat memberikan manfaat bagi penggunaannya. Manfaat-manfaat tersebut dapat menarik dan mendorong seseorang untuk menggunakan uang elektronik secara terus menerus. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang akan menggunakan suatu teknologi jika sistem tersebut dirasa bermanfaat.

B. Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang dilakukan pada generasi milenial di Kota Serang - Banten, maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat untuk perbaikan uang elektronik (*e-money*) ke depannya. Adapun saran tersebut antara lain :

1. Diharapkan pemerintah ikut berperan dalam mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) khususnya uang elektronik (*e-money*), dengan adanya transaksi non tunai dapat memperkuat tata kelola dan transparansi transaksi keuangan dipemerintah.
2. Diharapkan kepada Bank Indonesia lebih gencar mensosialisasikan uang elektronik (*e-money*) terutama dari segi manfaat dan kemudahan dalam menggunakannya, dimana banyak masyarakat yang belum mengerti tentang transaksi non tunai.
3. Diharapkan Bank Indonesia dan pemerintah bekerjasama dengan lembaga regulasi dan infrastruktur untuk

mengembangkan dan menjamin keamanan dari uang elektronik (*e-money*).

4. Diharapkan bagi pihak lain yang terkait dalam layanan uang elektronik (*e-money*) untuk lebih meningkatkan kerjasama dengan *merchant-merchant* yang dapat melayani pembayaran menggunakan uang elektronik (*e-money*) supaya penggunaan uang elektronik (*e-money*) dapat dijangkau di seluruh wilayah pelayanan umum.
5. Masyarakat khususnya generasi milenial untuk mengupdate informasi-informasi terbaru mengenai keuangan dan segala sesuatu untuk membantu mengembangkan perekonomian di Indonesia.