

Preferensi Masyarakat Indonesia dalam Melakukan Transaksi Konsumsi dengan *E-wallet* dan Tunai

Rosyidah Nur Islamiyah, Ima Amaliah, Westi Riani

Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Bandung,

Bandung, Indonesia

email: rnurislamiahlub@gmail.com

Abstract—Payment system is a service network that facilitates payment transactions for goods, services and other assets in the provisions of Bank Indonesia Regulation Number 11/12/PBI/ 2009 concerning Electronic Money in the provisions of Article 1 Paragraph 3, Electronic money, especially server-based or e-wallet is one of the most popular payment instruments in Indonesian society that facilitates all transaction needs. The rate of electronic money transactions in Indonesia during 2014-2019 experienced a significant increase reaching more than 200%. This means that electronic money payments have now become something that makes it easy for the community to meet their payment needs. This study aims to identify and analyze the factors that determine the preferences of the Indonesian people in conducting consumption transactions with e-wallet and cash. This study uses a field survey method and the type of research used is quantitative descriptive. Respondents in this study were all Indonesian people spread in the 14 largest provinces with a sample of 232 people. Data collection is done through the distribution of questionnaires through Google form. Measurement of preference using a Likert scale and analysis using descriptive statistics. The factors that determine people's preferences using e-wallet compared to cash, namely, ease, speed of transactions, trust, security, and promotion. The results of this study explain that Indonesians prefer to use e-wallet because of these 5 variables. There is also a dominant factor that determines people's preferences to use e-wallet compared to cash because of trust and promotion factors.

Keywords—Preferences, E-wallet, Cash

Abstrak—istem pembayaran merupakan suatu jaringan layanan yang memfasilitasi transaksi pembayaran suatu barang, layanan dan aset lainnya Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3, Uang elektronik khususnya berbasis *server* atau *e-wallet* menjadi salah satu alat pembayaran yang populer di masyarakat Indonesia yang memudahkan segala kebutuhan transaksi. Laju transaksi uang elektronik di Indonesia selama tahun 2014-2019 mengalami kenaikan yang signifikan mencapai lebih dari 200%. Artinya, alat pembayaran uang elektronik saat ini sudah menjadi sesuatu yang memudahkan masyarakat untuk kebutuhan pembayarannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menentukan preferensi masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi konsumsi dengan *e-wallet* dan tunai. Penelitian ini menggunakan metode survey lapangan dan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia yang tersebar di 14 Provinsi terbesar dengan jumlah sampel 232 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui

penyebaran kuesioner melalui google form. Pengukuran preferensi menggunakan skala likert dan analisisnya menggunakan statistik deskriptif. Adapun faktor-faktor yang menentukan preferensi masyarakat menggunakan e-wallet dibandingkan tunai yaitu, kemudahan, kecepatan transaksi, kepercayaan, keamanan, dan promosi. Hasil penelitian ini menjelaskan masyarakat Indonesia lebih prefer menggunakan e-wallet karena 5 variabel tersebut. Ada pula faktor dominan yang menentukan preferensi masyarakat menggunakan e-wallet dibandingkan tunai karena faktor kepercayaan dan faktor promosi

Kata Kunci—Preferensi, *E-wallet*, Tunai

I. PENDAHULUAN

Memasuki abad milenial ini terjadi inovasi yang berkembang pesat untuk mengefisienkan sistem jasa keuangan, salah satunya yaitu inovasi pada sistem pembayaran. Sistem pembayaran merupakan salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan yang telah berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan bagi kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi yang mencakup kecepatan, ketepatan dan keamanan. Kemajuan teknologi tersebut, membuat pergeseran peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran dan beralih kepada pembayaran non tunai karena alasan lebih efisien (Anugrah, 2017).

Pada dasarnya sistem pembayaran merupakan suatu jaringan layanan yang memfasilitasi transaksi pembayaran suatu barang, layanan dan aset lainnya. Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3, “Uang Elektronik (*Electronic Money*) merupakan alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit”. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip* yang digunakan sebagai alat pembayaran pada pedagang yang bukan penerbit uang elektronik tersebut. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Abidin, 2016).

Pemerintah dan Bank Indonesia pada tahun 2014 mengeluarkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Kegiatan ini untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, pelaku bisnis dan juga lembaga-lembaga

pemerintah untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi keuangan. Hal ini akan mempermudah, lebih aman dan lebih efisien bagi penggunaannya. (Bank Indonesia, 2014).

Dalam pengenalan sehari-hari, istilah dalam uang elektronik ini pun beragam, seperti alat pembayaran berupa kartu biasa disebut juga sebagai alat pembayaran menggunakan *chip based* yaitu alat pembayaran berupa kartu dengan *chip* yang sudah tertanam di dalamnya. Juga alat pembayaran berupa *electronic based* yaitu alat pembayaran dengan menggunakan jaringan internet yang biasa juga kita sebut dengan *server based*. Alat pembayaran ini juga lebih dikenal dengan uang elektronik berbasis internet karena membutuhkan jaringan internet dalam menggunakannya. Sejak kemunculan uang elektronik pada tahun 2009 di Indonesia, jumlah instrumen uang elektronik beredar dalam setiap tahunnya terus meningkat. Berikut merupakan data uang elektronik beredar di Indonesia:

TABEL 1.1 DATA UANG ELEKTRONIK BEREDAR DI INDONESIA TAHUN 2009-2018

Tahun	Jumlah Instrumen Uang Elektronik Beredar (unit)	Rasio Pertumbuhan (%)
2014	400.439.154	-
2015	477.322.243	19
2016	499.283.097	5
2017	833.975.238	67
2018	1.001.180.816	20
2019	1.233.529.787	23

Sumber: Data Bank Indonesia Tahun 2014-2019

Dari data di atas menjelaskan bahwa instrumen jumlah uang elektronik beredar mengalami peningkatan setiap tahunnya secara signifikan karena semakin banyaknya penyelenggara uang elektronik mulai dari BUMN hingga swasta berupa uang elektronik berbasis chip (e-money) dan berbasis server (e-wallet) yang muncul dan memberikan berbagai keuntungan seperti promo dan diskon pada setiap transaksi namun membuat masyarakat lebih konsumtif.

Perubahan pola hidup masyarakat yang disertai peningkatan efisiensi pola hidup menuntut tersedianya sarana telekomunikasi dan transportasi yang demikian cepat sehingga hambatan jarak dan waktu dapat berkurang. Perkembangan telekomunikasi dan transportasi ini juga memberikan pengaruh yang besar terhadap transaksi keuangan terutama terkait dengan cara antar pihak melakukan pembayaran. Menggunakan uang elektronik tentu adanya unsur kepastian, efisiensi dan keamanan.

Dikutip dari kompasiana.com (2016) bahwa kemunculan inovasi uang elektronik berbasis internet ini jelas menampakkan perbedaan dengan transaksi yang biasa dilakukan dengan kartu ATM, debit, kredit yang bersifat kartu karena uang elektronik berbasis internet ini melekat di smartphone berupa data akuntansi dengan suatu sistem

komputerisasi. Masyarakat memang dimudahkan dengan kehadiran uang elektronik berupa server based ini. Karena tidak hanya mengubah uang kartal menjadi uang elektronik, teknologi dompet elektronik ini juga mampu mengubah menjadi dompet digital yang diaplikasikan dalam sebuah ponsel pintar. Fungsinya yang bisa digunakan untuk berbagai macam keperluan transaksi yang juga dihasilkan oleh fintech.

Financia Technology (Fintech) yaitu pemanfaatan teknologi untuk memberi kemudahan dalam pelayanan keuangan dan perbankan yang mudah dan praktis. Fintech hadir untuk membantu masyarakat mengakses produk-produk keuangan dan melakukan transaksi dari jarak jauh. Salah satu produk Fintech yang populer di kalangan masyarakat adalah Payment, Clearing, dan Settlement. Kategori Fintech ini memungkinkan masyarakat untuk menggunakan sistem pembayaran via online. Tujuannya untuk memudahkan penjual dan pembeli dan mempercepat proses pembayaran atau transaksi (Dewaweb, 2019). Berikut merupakan tabel data transaksi uang elektronik di Indonesia:

TABEL 1.2 DATA TRANSAKSI UANG ELEKTRONIK DI INDONESIA TAHUN 2009-2018

Tahun	Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia		Rasio Pertumbuhan (%)
	Volume Transaksi	Nominal Transaksi (Juta Rupiah)	
2014	203.369.990	3.319.556	-
2015	535.579.528	5.283.018	59
2016	683.133.352	7.063.689	34
2017	943.319.933	12.375.469	75
2018	1.254.039.538	18.261.621	48
2019	1.730.076.653	31.201.064	71

Sumber: Data Bank Indonesia Tahun 2014-2019

Tabel di atas menjelaskan bahwa laju transaksi uang elektronik di Indonesia selama 6 tahun terakhir mengalami kenaikan yang signifikan. Dapat dilihat dari setiap perkembangan volume dan nominal transaksinya terus mengalami peningkatan. Perkembangan preferensi masyarakat terhadap uang elektronik dapat dilihat dari besarnya nilai transaksi dengan menggunakan uang elektronik. Teknologi terus bergerak maju dimana sistem pembayaran pun terus berevolusi. Seiring revolusi itulah uang elektronik pun pasti memiliki sejumlah kelebihan dan kelemahan sehingga minat atau preferensi dalam penggunaannya pun berbeda-beda.

Preferensi merupakan rasa kesukaan, pilihan, atau suatu hal yang disukai konsumen. Serangkaian pilihan atau oportunitas adalah serangkaian pilihan yang didefinisikan dan dibatasi oleh batasan atau kendala anggaran (Case dan

Fair, 2012). Saat ini dalam melakukan transaksi masyarakat dihadapkan pada dua pilihan cara pembayaran tunai dan non tunai. Menurut Ayo dan Ukpere (2010) cara pembayaran elektronik atau e-payment mengacu pada proses pertukaran moneter secara otomatis dalam transaksi bisnis dan transmisi nilai melalui jaringan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Dalam upaya pengembangan industri jasa keuangan dan asuransi, maka perlu adanya kajian mengenai preferensi konsumen dalam melakukan transaksi

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah yaitu: “Faktor-faktor apa saja yang menentukan preferensi konsumen dalam melakukan transaksi dengan menggunakan e-wallet dan tunai di Indonesia?”, “Faktor apakah yang paling dominan dalam menentukan preferensi konsumen dalam melakukan transaksi dengan menggunakan e-wallet dan tunai di Indonesia?”. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menentukan dan dominan preferensi masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi konsumsi dengan e-wallet dan tunai.

II. LANDASAN TEORI

Preferensi adalah (hak untuk) didahulukan dan diutamakan daripada yang lain; prioritas; pilihan; kecenderungan; kesukaan. Istilah preferensi digunakan untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu. Preferensi konsumen menurut Case & Fare (2007) adalah serangkaian pilihan yang dibatasi oleh batasan atau kendala anggaran. Preferensi menurut Kotler (2016) sebagai selera subjektif, yang diukur oleh utilitas dari berbagai barang. Konsumen dipersilahkan untuk melakukan ranking terhadap barang yang mereka berikan pada konsumen. Kemampuan untuk membeli barang tidak menentukan barang tersebut disukai atau tidak disukai oleh konsumen. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen adalah kecenderungan seseorang dalam memilih pengguna barang tertentu untuk dapat dirasakan dan dapat dinikmati sehingga dapat mencapai kepuasan dari pemakai produk tersebut, dan akhirnya konsumen tersebut loyal terhadap merek tertentu dari pada bermacam-macam produk sejenis.

Pendekatan atribut diasumsikan sebagai rumah tangga konsumen telah membagi-bagi anggaran untuk tiap kelompok kebutuhan (Della, 2014). Pendekatan atribut, menjelaskan perilaku konsumen dalam memilih suatu barang tidak hanya karena daya gunanya yang diberikan barang tersebut. Namun juga karena karakteristik atau atribut-atribut yang disediakan oleh produk tersebut. Pendekatan ini diperkenalkan oleh Kelvin Lancaster pada tahun 1966 dan dikembangkan lagi pada tahun 1971. Setiap konsumen memilih produk untuk memaksimalkan daya guna yang diturunkan dari atribut-atribut yang melekat dari produk tersebut dengan kendala anggaran yang terbatas. Dengan demikian, konsumen harus memilih kombinasi terbaik berdasarkan anggaran yang ada. Adapun atribut yang biasa melekat dalam suatu produk diantaranya: harga, pendapatan

dan persepsi.

Batubara (2018), menjelaskan bahwa preferensi masyarakat menggunakan *e-wallet* di pengaruhi oleh beberapa faktor pertama yaitu, faktor kemudahan. Faktor kemudahan adalah faktor yang menentukan preferensi masyarakat menggunakan *e-wallet* karena mudahnya proses transaksi dan penggunaannya aplikasi *e-wallet*. Faktor kedua adalah faktor kecepatan transaksi yang mempercepat segala aktifitas pembayaran tanpa memakan waktu yang lama dan mengantri di kasir saat bertransaksi. Faktor ketiga yaitu faktor kepercayaan yang menjadi penentu preferensi masyarakat karena kepercayaan yang diberikan oleh penerbit untuk menjaga kepercayaan konsumen saat menggunakan *e-wallet* seperti nilai uang yang disetorkkan selalu sesuai dalam nominal saldo, adanya transparansi catatan pembayaran saat bertransaksi. Dan keempat yaitu faktor keamanan yang memberikan pengamanan untuk data diri konsumen dan password yang di miliki konsumen untuk menjaga kerahasiaan dan menghindari dari risiko kehilangan uang dan kriminalitas. Menurut Adiyanti (2015) faktor yang menentukan preferensi masyarakat menggunakan *e-wallet* adalah faktor promosi. Faktor promosi menjadi faktor yang berpengaruh karena banyaknya promosi yang diberikan untuk menarik konsumen untuk menggunakan *e-wallet*.

Maka berdasarkan teori-teori diatas, dalam penelitian ini faktor penentu preferensi masyarakat menggunakan *e-wallet* yaitu dengan menggunakan preferensi pendekatan atribut. Dalam konteks penelitian ini, atribut yang digunakan adalah atribut yang melekat dalam produk yang ditawarkan banyaknya berbagai fitur pada aplikasi *e-wallet*. Selain itu preferensi masyarakat untuk memilih *e-wallet* sebagai alat pembayaran ditentukan oleh atribut.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden yang berhasil dihimpun adalah: berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan, berdasarkan usia didominasi oleh usia rentan 18-25 tahun, berdasarkan asal provinsi didominasi oleh pekerjaan berasal dari provinsi Jawa Barat. Berdasarkan pekerjaan didominasi oleh mahasiswa/pelajar. Berdasarkan pendapatan didominasi kisaran Rp.1.000.001,- s.d Rp.5.000.000,- per bulan. Berdasarkan Pendidikan terakhir didominasi oleh S1. Berdasarkan frekuensi penggunaan *smartphone* didominasi dengan pemakaian *smartphone* selama 7-12 jam setiap harinya. Berdasarkan frekuensi melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* adalah sebanyak 1-5 kali dalam seminggu. Dan berdasarkan tujuan menggunakan *e-wallet* dalam transaksi konsumsi didominasi oleh penggunaan membeli makanan dan minuman via online (Gofood dan Grabfood).

Faktor-faktor yang menentukan preferensi masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi konsumsi dengan menggunakan *e-wallet*. Tabel 1 menjelaskan bahwa terdapat 5 faktor yang menentukan preferensi masyarakat Indonesia melakukan transaksi konsumsi dengan menggunakan *e-wallet*. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Faktor Kemudahan

Faktor kemudahan memperoleh rata-rata skor 884,4 dengan skala interpretasi sangat setuju. Faktor kemudahan dipilih karena mempengaruhi masyarakat melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* dibandingkan tunai. *E-wallet* memberikan kemudahan untuk konsumen baik dalam segi proses pembayaran, pengisian saldo (*top-up*), dan penggunaan aplikasi *e-wallet*.

2. Faktor Kecepatan Transaksi

Faktor kecepatan transaksi menjadi hal yang dipilih masyarakat untuk melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* memperoleh rata-rata skor 884 dengan skala interpretasi sangat setuju. Masyarakat Indonesia menyukai bertransaksi konsumsi menggunakan *e-wallet* dibandingkan tunai karena lebih cepat prosesnya. Hanya menggunakan akses internet pembayaran langsung dapat terselesaikan. Masyarakat tidak lagi memakan waktu yang banyak saat melakukan pembayaran di kasir. Hanya dengan *smartphone* transaksi cepat diselesaikan atau scan QR yang disediakan penerbit untuk lebih mudahkan transaksi.

3. Faktor Kepercayaan

Faktor kepercayaan menjadi pilihan masyarakat Indonesia dengan rata-rata skor 924,5 dengan skala interpretasi sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan responden saat bertransaksi menggunakan *e-wallet* dibandingkan tunai dapat diterima oleh responden karena *e-wallet* menjamin saldo yang dimasukan kedalam aplikasi akan sesuai dengan besaran nominal yang disetorkan. *E-wallet* selalu memberikaan notifikasi setiap setelah transaksi sehingga tercatat berapa jumlah nominal yang sudah dibelanjakan. Setiap saldo yang dipakai transaksi selalu sesuai dengan jumlah yang dipotong sesuai dengan nominal, dan dapat memantau langsung saldo dan catatan transaksi. Hal tersebut sangat penting bagi masyarakat untuk transparansi tentang catatan pengeluaran yang telah dilakukan.

4. Faktor Keamanan

Faktor keamanan dipilih masyarakat dengan rata-rata skor 857 dengan skala interpretasi sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa *e-wallet* selalu menjaga kerahasiaan data pribadi yang terdaftar secara aman. Sehingga tidak sembarang orang dapat mengakses akun tersebut terkecuali pemegang akun *e-wallet* itu sendiri. Saat bertransaksi dimanapun menggunakan *e-wallet* harus melakukan proses memasukkan password yang hanya diketahui oleh pemilik akun *e-wallet* tersebut. Pada saat akun *e-wallet* disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab, maka akun tersebut tidak bisa digunakan karena apabila saat melakukan pembayaran harus memasukkan password atau akan ada notifikasi pemberitahuan ke e-mail. Nomor telepon

yang terdaftar pada akun *e-wallet* tidak dapat dipindah tangan demi keamanan saldo yang tersimpan.

5. Faktor Promosi

Faktor promosi menjadi penentu masyarakat menggunakan *e-wallet* dibandingkan tunai untuk transaksi dengan rata-rata skor 937,1 dengan skala interpretasi sangat setuju. Penawaran khusus untuk pengguna baru aplikasi *e-wallet* akan mendapatkan promo khusus saat pertama transaksi yang diberikan penerbit. Hal itu agar setiap konsumen selalu menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi. Setiap transaksi menggunakan *e-wallet* masyarakat tidak dikenakan biaya tambahan lagi, jadi setiap transaksi selalu sesuai dengan nominal yang harus dibayar. Setiap penerbit *e-wallet* selalu memberikan promosi untuk konsumennya agar selalu bertransaksi menggunakan *e-wallet*. Responden sangat menyukai bertransaksi menggunakan *e-wallet* karena selalu mendapatkan *cashback* setiap pembayaran yang dilakukan.

Penawaran lainya yang membuat konsumen terus bertransaksi menggunakan *e-wallet* karena ada diskon tambahan diskon untuk produk tertentu atau diskon tambahan pada brand tertentu yang menguntungkan setiap konsumen yang bertransaksi menggunakan *e-wallet*. Tidak hanya promosi, tetapi adapula poin atau reward yang diberikan setiap malakukan transaksi kepada konsumen yang dapat ditukarkan dengan potongan harga.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel promosi ini menjadi faktor penentu masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi konsumsi dengan *e-wallet*. Hal ini membuat masyarakat menjadi menyukai berbelanja atau bertransaksi menggunakan *e-wallet* dan konsumtif karena banyaknya penawaran atau potongan harga yang diberikan penerbit *e-wallet*.

TABEL 1 FAKTOR YANG MENENTUKAN PREFERENSI MASYARAKAT INDONESIA DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI MENGGUNAKAN *E-WALLET* DAN TUNAI.

Faktor	Total Skor	Rata-Rata Skor	Skala Interpretasi
Kemudahan	8844	88,4	Sangat Setuju
Kecepatan	3536	884	Sangat Setuju
Kepercayaan	3698	924,5	Sangat Setuju
Keamanan	3428	857	Sangat Setuju
Promosi	6560	937,1	Sangat Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian 2019

Dari tabel 1 juga dapat disimpulkan bahwa faktor dominan yang menentukan preferensi masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi konsumsi dengan *e-wallet* dibandingkan tunai adalah faktor promosi dan faktor kepercayaan.

IV. KESIMPULAN

1. Dari identifikasi masalah maka faktor-faktor yang menentukan preferensi masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi dengan *e-wallet* dan tunai adalah Kemudahan, Kecepatan Transaksi, Kepercayaan, Keamanan, dan Promosi.
2. Dari hasil rekapitulasi bobot indikator preferensi dari *e-wallet* dan tunai, dilihat dari nilai rata-rata lima faktor yang paling dominan menentukan masyarakat lebih memilih *e-wallet* yaitu, factor kepercayaan dan factor promosi.

V. SARAN

1. Bagi pengguna alat pembayaran tunai, disarankan untuk mengikuti trend namun bukan berarti untuk meninggalkan pembayarn tunai karena masih sangat diperlukan. Dengan mengikuti trend melakukan pembayaran menggunakan *e-wallet*, karena banyak keuntungan dan efisien.
2. Bagi pengguna alat pembayaran *e-wallet*, disarankan lebih berhati-hati dan menjaga keamanan akun seperti tidak memberi tahukan password *e-wallet* kepada orang lain yang untuk menghindari dari pihak yang tidak bertanggungjawab. Selalu mengontrol pembelanjaan yang menjadikan
3. Konsumtif dengan cara mengisi saldo *e-wallet* sesuai dengan kebutuhan konsumsi. Dan untuk menghindari kerugian apabila smartphone hilang maka konsumen dianjurkan untuk tidak menyetorkan saldo hingga jumlah maksimal.
4. Bagi Bank Indonesia sebagai regulator untuk selalu memantau perkembangan setiap produk *e-wallet* yang dimiliki setiap penerbit agar selalu dalam keadaan yang stabil.
5. Bagi pemerintah, disarankan untuk mensosialisasikan terlebih dahulu tentang alat pembayaran uang elektronik baik berbasis server maupun cip. Sejalan dengan adanya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sebagian masyarakat mulai beralih menjadi social cashless society.
6. Bagi peneliti selanjutnya, apabila ingin menggunakan kuesioner ini sebagai instrument penelitian, peneliti harus memastikan bahwa kuesioner yang akan dibagikan dimengerti oleh responden, sehingga data yang diperoleh nantinya sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abidin, Muhammad Sofyan. 2015. Dampak Kebijakan E-Money di Indonesia sebagai AlatSistem Pembayaran Baru Universitas Negeri Surabaya. Surabaya
- [2] Adiyanti, Arsita Ika. 2015. Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan, Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi kasus: Mahasiswa Universitas Brawijaya). Malang
- [3] Anugrah, Nadia Suci. 2017. Analisis Permintaan Uang Elektronik (E-Money) di Indoneisa (Periode Tahun 2007-2016). Semarang.
- [4] Ayo, Charles K., & Ukpere, Wilfred Isioma. 2010. Design of a secure unified e payment system in Nigeria: A case study. African Journal of Business Management, Retrieved from Academia Journal.
- [5] Bank Indonesia. 2014. Mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai. www.bi.go.id
- [6] Bank Indonesia. 2019. Data Base Jumlah Uang Elektronik Beredar. www.bi.go.id
- [7] Bank Indonesia. 2019. Overview Sistem Pembayaran Nasional di Indonesia. www.bi.go.id
- [8] Bank Indonesia. 2019. Jumlah Transaksi Uang Elektronik. www.bi.go.id
- [9] Batubara, Suci Marina. 2018. Analisis Preferensi Penggunaan Uang Elektronik dalam Transaksi Ekonomi pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. Medan
- [10] Case, Karl E. dan Ray. C Fair. 2007. Prinsip Prinsip Ekonomi, Edisi Kedelapan Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- [11] Della. 2014. Perilaku Konsumen Pendekatan Atribut. www.gunadharma.ac.id
- [12]
- [13] Dewaweb, Team. 2019. Mengenal Fintech, Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital. www.dewaweb.com
- [14] Kompasiana. 2016. Mewujudkan Less Cash Society. www.kompasiana.com