

PERILAKU PEMBELIAN MELALUI CASHLESS PAYMENT PADA GERAI RETAIL (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Badung Bali)

Ni Putu Dyah Krismawintari, Yeyen Komalasari

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pura;
Email: krismawintari@undhirabali.ac.id ; yeyenkomalasari@undhirabali.ac.id

ABSTRACT

Developments in the banking world that offer a convenient way to transact with the use of Cashless Payment, which is a method of payment without cash. It is used by companies to provide convenience to consumers. According to Survey (Daily Social Id, 2017) that the Indonesian people still use 41.9% of the cash respondents. The purpose of this study is to determine the user behavior of cashless payment on purchases at retail outlets. The research method used in this study is a qualitative method with an interpretative phenomenology approach. Data extraction techniques used in-depth interviews in 10 community informants in Badung Regency. Millennials' behavior prefers to use cashless payments compared to generation x. The ease and benefits offered by service providers can be utilized properly by the millennial generation. Whereas Generation X will use a cashless payment if he/she doesn't bring cash and prefers to use cash because it feels more comfortable and faster in making transactions.

Keywords: Behavior, Cashless Payment, Retail

ABSTRAK

Perkembangan dalam dunia perbankan yang menawarkan cara nyaman dalam bertansaksi dengan penggunaan Cashless Payment, yaitu cara pembayaran tanpa uang tunai. Hal dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memberikan kemudahan kepada konsumen. Menurut Data Survei (Daily Social Id, 2017) bahwa masyarakat Indonesia masih menggunakan uang tunai sebanyak 41,9 % Responden. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perilaku pengguna *cashless payment* pada pembelian di gerai retail. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi interpretatif. Teknik penggalan data menggunakan wawancara mendalam (*in depth interview*) pada 10 informan masyarakat di Kabupaten Badung. Perilaku generasi milenial lebih memilih menggunakan *cashless payment* dibandingkan dengan generasi x. Kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan oleh penyedia layanan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh generasi milenial. Sedangkan generasi X akan menggunakan *cashless payment* apabila tidak membawa uang tunai dan lebih memilih menggunakan uang tunai karena dirasa lebih nyaman dan cepat dalam bertransaksi.

Kata kunci: Perilaku, Cashless Payment, Retail

1. Pendahuluan

Perkembangan Teknologi dan sistem informasi dimanfaatkan oleh pengusaha untuk memperluas bisnis mereka dan meningkatkan kinerja mereka. Salah satu inovasi yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan perkembangan teknologi dan sistem informasi adalah dengan menawarkan cara aman dan nyaman dalam melakukan pembayaran melalui transaksi tanpa uang tunai. Transaksi tanpa uang adalah metode pembayaran tanpa menggunakan uang fisik. Pembayaran tanpa uang tunai adalah perubahan perilaku pada orang-orang di mana orang menghilangkan penggunaan uang sebagai alat tukar

untuk barang dan jasa dengan memungkinkan pembayaran transfer elektronik atau pembayaran nonelektronik melalui cek (Tee dan Ong, 2016).

Kecenderungan penggunaan transaksi nontunai dimulai dalam kehidupan sehari-hari selama tahun 1990, ketika perbankan elektronik menjadi pilihan. Pada metode pembayaran digital pada tahun 2010 tersebar luas di banyak negara, dengan contoh-contoh termasuk perantara seperti *paypal*, sistem *dompot digital* yang dioperasikan oleh perusahaan seperti *Apple*, pembayaran tanpa kontak dengan kartu elektronik atau *Smart Phone*, tagihan elektronik, dan perbankan, semuanya digunakan secara luas. Mengadopsi sistem pembayaran elektronik, ekonomi mengarahkan masyarakat tanpa uang tunai. Tetapi, sebagian besar penelitian (Premchand & Choudhry, 2015), menunjukkan bahwa meskipun pembayaran tanpa uang tunai tumbuh pesat di seluruh dunia, mata uang keras tetap tangguh.

(Khairun & Yasmin, 2010) menyatakan bahwa transaksi tanpa uang tunai adalah pembayaran yang aman untuk pelanggan, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan efisiensi operasional bagi penjual. Namun, meskipun semua manfaat ini terkait dengan pembayaran elektronik, kecakapan sistem informasi dan teknologi yang memadai di antara pengguna dan ketakutan akan pelanggaran keamanan tetap menjadi perhatian utama individu, organisasi, dan pakar di bidang sistem informasi.

Pembayaran tanpa uang tunai memiliki beberapa manfaat, yang tidak pernah tersedia melalui metode pembayaran tradisional. Beberapa di antaranya adalah: *privasi, integritas, kompatibilitas, efisiensi, penerimaan, kenyamanan, mobilitas, risiko keuangan rendah, anonimitas* (Kumari dan Khanna, 2017). Kesederhanaan dalam melakukan transaksi keuangan dapat menjadi motivator terbesar untuk Go-Digital. Ada banyak manfaat dari uang tunai : 1). Pada pembayaran non-tunai, konsumen tidak perlu membawa uang tunai atau mengantri dalam antrean panjang di bank 2) Transaksi non-tunai mendapat manfaat dari pengurangan penghindaran pajak. 3) Kebijakan ini akan membantu memberantas korupsi / pencucian uang dan mengurangi risiko membawa uang tunai dan mengurangi biaya. 4). Cara termudah untuk bertransaksi tetapi juga membawa lebih banyak transparansi ke dalam sistem keuangan, yang membantu mengurangi pendapatan dari korupsi atau pencucian uang. 5). Kebersihan: Ini juga akan membantu dalam meningkatkan kebersihan dan dapat menghilangkan penyebaran bakteri melalui uang kertas dan koin.

Data survei (Daily Social Id, 2017) menyatakan bahwa masyarakat Indonesia sebanyak 41,96% responden masih memilih uang tunai sebagai metode pembayaran prioritas sedangkan, 39,11% responden menempatkan uang virtual pada prioritas yang lebih rendah daripada metode pembayaran lainnya. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden masih tidak menganggap uang virtual sebagai metode pembayaran utama mereka. Meskipun berbagai manfaat ditawarkan melalui transaksi keuangan online,

sistem ini kurang populer dan kurang digunakan oleh orang-orang yang memiliki fasilitas untuk mengakses transaksi keuangan online. Sejumlah orang yang menggunakan internet tetapi tidak tertarik menggunakan transaksi keuangan online (Kusumaningrum, 2015). Berdasarkan hal inilah penulis ingin menganalisis Perilaku Pembelian melalui *Cashless Payment* pada Gerai Retail (studi pada masyarakat Kabupaten Badung)

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh partisipan secara menyeluruh dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks dan metode alamiah (Moleong, 2011).

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi interpretatif yaitu salah satu pendekatan penelitian kualitatif yang kritis dengan menggali fenomena pengalaman yang ada secara sistematis serta bertujuan untuk mengembangkan makna pengalaman tersebut (Steubert and Carpenter, 2011). Pendekatan fenomenologi interpretatif digunakan dalam penelitian ini karena mengamati perubahan perilaku masyarakat dari aktivitas nyata ke digital.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah unit analisis individu yaitu partisipan atau informan penelitian. Pemilihan partisipan penelitian bertujuan untuk mendapatkan partisipan yang mengalami fenomena sesuai dengan fokus penelitian. Teknik yang digunakan dalam penentuan partisipan penelitian adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Cara memperoleh subyek penelitian menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan subjek penelitian yang dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2012).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Peneliti menjadi *human instrument* yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan. Sebagaimana menurut (Sugiyono, 2012) bahwa peneliti sebagai instrumen perlu "divalidasi" seberapa jauh kesiapannya dalam melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Proses validasi ini dilakukan melalui evaluasi diri sejauh mana pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang akan diteliti serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan (Poerwandari, 2011).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in depth interview*). Peneliti melakukan wawancara semi terstruktur dengan cara wawancara mendalam (*in depth interview*). *In depth* dalam penelitian fenomenologi bermakna mencari sesuatu yang mendalam

Data dan teknik analisis

Data yang diperoleh melalui *in-depth interview* dianalisis dengan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) dalam Smith dan Osborn (2007). Adapun tahap-tahapnya sebagai berikut:

(1) *Reading and re-reading*

Peneliti membaca kemudian menuliskan transkrip wawancara dalam bentuk tertulis. Dalam membantu analisis yang lebih komprehensif setiap kata-kata dari partisipan perlu dibaca dan dibaca kembali oleh peneliti. Tahap ini dilaksanakan untuk memberikan keyakinan bahwa partisipan penelitian menjadi fokus analisis. Peneliti memulai proses ini dengan anggapan bahwa setiap kata-kata partisipan sangat penting untuk masuk dalam fase analisis;

(2) *Initial noting*

Peneliti menguji isi/konten dari kata, kalimat dan bahasa yang digunakan partisipan serta mencatat segala sesuatu yang menarik dalam transkrip. Dari tahap ini peneliti akan menemukan lebih banyak catatan interpretatif yang membantu dalam menggambarkan pengalaman motivasi berprestasi pada mahasiswa dengan peran ganda, namun juga interpretasi pemaknaan terhadap pengalaman tersebut. Pada tahap ini juga mulai mengidentifikasi secara spesifik cara-cara partisipan mengatakan pengalaman dan pemaknaannya terhadap sesuatu.

(3) *Developing emergent themes*

Peneliti mengembangkan kemunculan tema-tema tertentu. Untuk memunculkan tema-tema peneliti menelaah pola-pola antara catatan yang telah dibuat pada tahapan sebelumnya. Analisis komentar-komentar yang telah ditulis pada tahap sebelumnya berfungsi untuk memfokuskan sehingga sebagian besar transkrip menjadi jelas;

(4) *Searching for connection a cross emergent themes*

Mencari makna antar tema-tema ini dikembangkan dalam bentuk grafik atau pemetaan dan memikirkan tema-tema yang berhubungan satu dengan yang lain. Peneliti mencari hubungan antar tema-tema yang muncul dilakukan setelah peneliti menetapkan seperangkat tema-tema dalam transkrip dan tema-tema telah diurutkan secara kronologis.

(5) *Moving the next cases*

Pada tahap analisis (1) sampai (4) dilakukan pada setiap satu kasus pada partisipan. Jika satu kasus selesai dan dituliskan hasil analisisnya maka tahap selanjutnya berpindah pada kasus atau partisipan berikutnya hingga selesai semua kasus. Langkah ini dilakukan pada semua transkrip partisipan dengan cara mengulang proses yang sama;

(6) *Looking for patterns across cases*

Pendekatan fenomenologi interpretatif tidak mengharuskan adanya perbandingan makna antar partisipan. Namun hal ini tetap dapat dilakukan untuk memperluas sudut pandang makna-makna pengalaman partisipan. Peneliti mencari pola-pola yang muncul antar kasus/partisipan. Apakah hubungan yang terjadi antar kasus, dan bagaimana tema-tema yang ditemukan dalam kasus-kasus antar partisipan. Perbandingan makna antar partisipan bermanfaat untuk memperkaya interpretasi dalam penelitian.

Teknik Pemantapan Kredibilitas Penelitian

Pemantapan kredibilitas data penelitian dilakukan dengan *member check*. Menurut Sugiyono (2012) *member check* merupakan proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada partisipan dengan tujuan agar informasi yang diperoleh dan digunakan dalam penelitian sesuai dengan yang dimaksud oleh sumber data.

Penggunaan *member check* sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini karena pengalaman mengenai penggunaan *cashless Payment* bersifat individual sehingga interpretasi terhadap pengalaman tersebut juga berbeda antar partisipan. Adapun prosedur yang digunakan untuk mendapatkan kredibilitas penelitian sebagai berikut: 1) Peneliti melakukan wawancara awal pada setiap partisipan hingga mendapatkan data awal mengenai partisipan; 2) Pada wawancara selanjutnya, peneliti akan melakukan klarifikasi yang bertujuan untuk menyamakan persepsi antara peneliti dan partisipan.

Dengan menggunakan *member check*, peneliti dapat mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan yang diberikan oleh partisipan. Jika data yang ditemukan kemudian disepakati oleh partisipan, maka data tersebut dinyatakan valid sehingga kredibel untuk data penelitian. Namun apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai interpretasinya tidak disepakati oleh partisipan, maka peneliti harus mengubah temuan dan harus menyesuaikan sesuai dengan data yang diberikan oleh partisipan

3. Hasil dan Pembahasan

Gambaran perilaku Pembelian melalui *Cashless Payment* pada Gerai Retail yang dilakukan pada Masyarakat Kabupaten Badung Bali dengan mengambil 10 informan sebagai partisipan dengan hasil sebagai berikut :

1) Informasi 1 (Partisipan 1) / Generasi Milenial 1

Seorang Wanita dengan inisial PS, Karyawan swasta Usia 32 Tahun. Menggunakan *Mobile Banking* untuk membeli kebutuhan rumah tangga karena lebih praktis dan tidak menyita waktu. Percaya menggunakan *cashless Payment* karena mempermudah dalam pembayaran.

2) Informasi 2 (Partisipan 2)/ Generasi Milenial 2

Seorang Wanita dengan inisial TR, Karyawan Swasta usia 26 Tahun. Menggunakan *Mobile Banking* dan *GoPay*, untuk membeli kebutuhan sehari-hari karena lebih praktis dan ada promo menarik. Penggunaan *Cashless Payment* a mempermudah dalam bertransaksi.

3) Informasi 3 (Partisipan 3)/ Generasi Milenial 3

Seorang Wanita inisial KL, Karyawan Swasta usia 26 Tahun, menggunakan *Mobile banking*, *GoPay* dan *OVO*. Menggunakan *cashless payment* dalam membeli produk makanan dan belanja bulanan. Menggunakan *cashless Payment* karena lebih mudah dan tidak memerlukan uang kembalian. Beberapa kali tidak dapat menggunakan karena tidak tersedia alat EDC,tidak tersedia sistemnya dan sinyal tidak bagus. Percaya menggunakan *cashless Payment* karena transaksinya transparant dan *paper Less*.

4) Informasi 4 (Partisipan 4)/ Generasi Milenial 4

Seorang Wanita inisial DV, Karyawan swasta usia 23 tahun. Menggunakan *mobile Banking*, untuk membeli produk pakaian, asesoris, kosmetik dan perawatan wajah. Alasan menggunakan karena lebih nyaman, efisien dan transaksi lebih cepat

5) Informasi 5 (Partisipan 5)/ Generasi Milenial 5

Seorang Wanita inisial ST, karyawan swasta usia 31 tahun. Menggunakan *Mobile banking*, untuk membeli kebutuhan rumah tangga. Alasan menggunakan karena lebih praktis dan efisien. Percaya menggunakan *cashless Payment* karena transaksi tercatat dan dapat dilacak.

6) Informasi 6 (Partisipan 6)/ Generasi X 1

Seorang Pria inisial DA, Wiraswasta usia 41 Tahun. Menggunakan uang tunai untuk membeli kebutuhan sehari-hari di gerai retail tetapi menggunakan *credit Card*, *OVO*, *GoPay* untuk membeli makanan dan minuman. Alasan karena lebih mudah dalam transaksi pembayaran.

7) Informasi 7 (Partisipan 7)/ Generasi X 2

Seorang Wanita inisial AY, Ibu rumah tangga usia 43 Tahun. Menggunakan uang tunai dan *credit Card* untuk membeli kebutuhan di toko retail, tetapi lebih nyaman menggunakan uang tunai.

8) Informasi 8 (Partisipan 8)/ Generasi X 3

Seorang Wanita inisial IG, karyawan swasta usia 40 tahun. Membeli produk di gerai retail untuk kebutuhan sehari-hari, asesoris, fashion. Menggunakan tunai karena lebih praktis dan mudah.

9) Informasi 9 (Partisipan 9)/ Generasi X 4

Seorang Pria inisial NK, wiraswasta usia 42 tahun. Menggunakan uang tunai dan *credit card* untuk membeli keperluan sehari-hari. Alasan menggunakan sebagai alternatif apabila tidak membawa uang tunai dan ada kebutuhan mendadak.

10) Informasi 10 (Partisipan 10)/ Generasi X 5

Seorang Pria inisial WS, pegawai swasta usia 45 tahun. Tidak menggunakan *cashless payment* karena lebih percaya dan nyaman menggunakan uang tunai.

Pembahasan

Perilaku generasi milenial terhadap Penggunaan *Cashless Payment*

Generasi milenial adalah generasi kelahiran tahun 1980 hingga tahun 2000an. dengan rentangan usia 19-39 Tahun. Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh informasi bahwa perilaku generasi milenial terhadap penggunaan *cashless payment* dapat dilihat dari hasil wawancara dengan responden yang menyatakan bahwa mereka merasa *cashless payment* memberikan kemudahan dalam bertransaksi karena data transaksi tercatat, mudah dilacak dan *paperless*. Hal ini juga berdampak baik tidak hanya untuk memeriksa transaksi yang telah dilakukan tetapi juga mengurangi sampah kertas dari transaksi tersebut. Alasan lain menggunakan *cashless payment* karena lebih nyaman, efisien dan transaksi lebih cepat. Beberapa penyedia layanan memberikan promo menarik untuk pengguna *cashless payment*, sehingga hal ini dimanfaatkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu. Generasi milenial adalah generasi yang mampu menggunakan teknologi dengan baik sehingga dapat memperoleh informasi tentang fasilitas layanan atau keuntungan yang ditawarkan dengan menggunakan *cashless payment* tertentu.

Perilaku generasi X dalam Penggunaan *Cashless Payment*

Generasi X adalah generasi kelahiran tahun 1960 hingga tahun 1980 Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh informasi bahwa perilaku generasi X terhadap penggunaan *cashless payment* dapat dilihat dari hasil wawancara dengan responden yang menyatakan bahwa mereka lebih memilih menggunakan uang tunai karena lebih cepat dan lebih nyaman. Walaupun ada beberapa yang menggunakan jenis *credit card* untuk pembelian tertentu apabila tidak membawa uang tunai.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Perilaku generasi milenial lebih memilih menggunakan *cashless payment* dibandingkan dengan generasi x. Kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan oleh penyedia layanan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh generasi milenial. Sedangkan generasi X akan menggunakan *cashless payment* apabila tidak membawa uang tunai dan lebih memilih menggunakan uang tunai karena dirasa lebih nyaman dan cepat dalam bertransaksi.

Daftar Rujukan

- Gua, J. C., Leeb, S. C., & Suhc, Y. H. (2009). *Determinants of behavioral intention to mobile banking*. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616.
- Jansson, J., Marell, A., & Nordlund, A. (2010). *Green consumer behavior: determinants of curtailment and eco-innovation adoption*. *Journal of Consumer Marketing*, 27(4), 358-370.
- Khan, M. Z. A., & Khan, S. (2012). Internet versus Mobile Banking: A Study of Peshawar City (Pakistan). *Journal of Internet Banking and Commerce*, 17(3), 1–14.
- Kumari, N., Khanna, J. (2017), Cashless payment: A behavioural change to economic growth. *International Journal of Scientific Research and Education*, 5(7), 6701-6710.
- Kusumaningrum, A.D. (2015), Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Perbankan Syariah di Daerah Istimewa. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Lin, H.F. (2011), An empirical investigation of mobile banking adoption: The effect of innovation attributes and knowledge-based trust. *International Journal of Information Management* 31, 252-260.
- Miliani, L., Purwanegara, M.S. & Indrani, M.T. (2013). Adoption Behavior of E-Money Usage. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, Vol. 5, No. 7
- Moleong, L.J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT
- Paul A and O Friday (2012), *—Nigeria’s Cashless Economy: The Imperatives*, *International Journal of Managing Business Studies*, Vol. 2, pp. 31–36.
- Poerwandari.E.K (2011). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*. Jakarta: LPSP3 Psikologi UI. Remaja Rosdakarya.
- Rouibah, K., Lowry, P.B & Hwang, Y. (2016). The effects of perceived enjoyment and perceived risks on trust formation and intentions to use online payment systems: new perspectives from an Arab Country. *Electronic Commerce Research and Application*, 19, 33-43. Doi:10.1016/j.elerao.2016.07.001
- Smith, J. A., & Osborn, M. (2003). Interpretative phenomenological analysis. Dalam J. A. Smith (Ed) *Qualitative psychology: a practical guide to research methods*. London, UK: Sage Publications.
- Streubert, H. J. & Carpenter, D. R. (2011). *Qualitative Research in Nursing : Advancing The Humanistic Imperative*. (5th ed). Philadelphia : Lippincou Williams & Wilkins.
- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumerta,I.K.&Wardana,I.M. (2018). *Analysis Of Intention To Use Electronic Money In Denpasar City: TAM Approach*. *Archives of Business Research*, 6(10), 86-103.