

Fenomena Perilaku Konsumsi Menggunakan Sistem Pembayaran Cashless (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Kendal)

Syfa Nuril Auliya¹, Abdul Rahman², & Danang Purwanto³

^{1,2,3} Universitas Sebelas Maret

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 25 Januari 2022

Revised: 20 April 2022

Accepted: 20 April 2022

Keywords:

Perilaku;

Konsumsi;

Cashless;

Kendal;

Baudrillard.

ABSTRACT

The cashless payment system is a transaction using digital payments which is now increasingly being used by the public. This study aims to (1) determine the consumption behavior of the people in Kendal Regency, (2) the cashless payment system of society in Kendal Regency, and (3) the effect of the cashless payment system on people's consumption behavior in Kendal Regency. The research method used is a qualitative method using a case study approach. The data obtained came from the results of observations, interviews and documentation of 20 informants. The data obtained were analyzed using the theory of consumer behavior by Baudrillard. Data analysis techniques used through four stages, including data collection, data reduction, data presentation and data inference. The results of study reveal that: (1) the people of Kendal Regency who use cashless because of the use value and exchange rate to fulfill their daily consumption activities. Then, cashless can represent sign value and symbol value. Next, cashless users enter the hyperreality presented by cashless product advertisements, the abundance of which triggers consumptive behavior and represents simulacra that can increase the social status of its users. (2) The cashless payment system for the people of Kendal Regency is still limited (3) The cashless payment system has a positive impact, including time & cost efficiency, preventing the circulation of counterfeit money and following developments in the digital era. Meanwhile, the negative impact is triggers users to be consumptive and the security of user's personal identity data is not guaranteed.

Sistem pembayaran cashless adalah transaksi dengan menggunakan pembayaran digital yang kini semakin banyak digunakan oleh masyarakat. Penelitian ini memiliki tujuan untuk (1) mengetahui perilaku konsumsi masyarakat di Kabupaten Kendal, (2) sistem pembayaran cashless masyarakat di Kabupaten Kendal, serta (3) pengaruh dari sistem pembayaran cashless terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kabupaten Kendal. Metode penelitian yang digunakan ialah metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Data yang diperoleh bersumber dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi dari 20 informan. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teori perilaku masyarakat konsumsi Baudrillard. Teknik analisis data yang digunakan melalui empat tahap antara lain pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penyimpulan data. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa: (1) masyarakat Kabupaten Kendal yang menggunakan cashless karena nilai guna dan nilai tukar untuk memenuhi kegiatan konsumsi dalam kesehariannya. Kemudian, cashless dapat merepresentasikan nilai tanda dan nilai simbol. Berikutnya, pengguna cashless masuk dalam hiperrealitas yang disajikan oleh iklan-iklan produk cashless, kelimpahannya yang memicu perilaku konsumtif serta merepresentasikan simulacra yang dapat meningkatkan status sosial penggunanya. (2) Sistem pembayaran cashless masyarakat Kabupaten Kendal masih terbatas (3) Sistem pembayaran cashless ini memiliki pengaruh berupa dampak positif antara lain efisiensi waktu & biaya, mencegah beredarnya uang palsu serta mengikuti perkembangan era digital. Sedangkan, dampak negatifnya adalah memicu penggunaannya untuk konsumtif dan keamanan data identitas pribadi pengguna yang belum terjamin.



© 2022 The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Corresponding Author:

Abdul Rahman,

Email: abdul.rahman@staff.uns.ac.id

How to Cite: Auliya, S.N, Rahman, A, Purwanto, D. (2022). Fenomena perilaku konsumsi menggunakan sistem pembayaran cashless (studi kasus masyarakat di kabupaten Kendal). *Sosio e-Kons*, 14 (1), 88-98

PENDAHULUAN

Sistem pembayaran *cashless* (non tunai) merupakan transaksi dengan menggunakan pembayaran secara digital. Hal ini dapat diartikan bahwa pembayaran tidak lagi menggunakan uang fisik, melainkan uang elektronik yang lebih memudahkan masyarakat untuk melakukan pembayaran dengan siapapun, kapanpun dan dimanapun individu berada. Semakin kesini kesadaran dari para jajaran pemerintah serta masyarakat mengenai potensi beragam kecurangan dan kejahatan yang terdapat pada sistem pembayaran yang ada di Indonesia, contohnya pencurian, uang palsu yang beredar, perampokan dan lain sebagainya. Selain itu, masyarakat juga telah sadar untuk tidak terus bergantung pada uang fisik semata. Hal ini akan mempermudah tugas pemerintah dalam melakukan pengawasan arus transaksi keuangan yang juga bisa diakses secara elektronik melalui internet. Kemudian, berdasarkan Tarantang, dkk (2019) transaksi yang berlangsung secara *online* akan meminimalisir perpindahan uang fisik sehingga tindak kejahatan kolusi dan korupsi dapat diminimalisir pula, terlebih bagi transaksi yang berkaitan dengan kepentingan yang berkaitan dengan kebijakan dan layanan publik.

Sistem pembayaran digital telah menemukan momentumnya, sehingga semakin berakselerasi dengan cepat dalam pemakaian *e-commerce*, transportasi *online*, *marketplace* serta *financial technology*. Fenomena transaksi *cashless* ini membuat isi dompet lebih banyak terisi kartu dibandingkan dengan uang. Penggunaan kartu memiliki dua jenis yaitu debit dan kredit melalui ATM atau *mobile banking*. Selain itu, melalui aplikasi pembayaran dan dompet digital. Penggunaan *cashless* yang makin meningkat di Indonesia juga muncul karena adanya beberapa *unicorn* seperti Gojek, Grab, Ruang Guru dll. Perusahaan-perusahaan tersebut berkembang dengan sistem pembayaran non tunai, bahkan fiturnya merambah dengan berbagai macam penawaran jasa yang kian beragam dan inovatif dengan menggunakan tawaran promo yang tak sedikit untuk menggaet konsumennya (Tarantang, dkk, 2019). Hal tersebut selaras dengan adanya peningkatan transaksi *cashless* di Indonesia.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Bank Indonesia (databoks.katadata.co.id, 2019) volume transaksi *e-money* di Indonesia naik drastis sejak tahun 2019. Transaksi uang elektronik senilai diatas 500 juta dimulai pada tahun 2015. Lalu, pada tahun 2016 mengalami peningkatan yakni senilai 700 juta. Kemudian, pada tahun 2017 juga mengalami peningkatan yaitu senilai 900 juta. Setelah itu pada tahun 2018 mengalami peningkatan senilai 2,9 miliar. Selanjutnya, pada tahun 2019 terjadi peningkatan pesat senilai 5,25 miliar. Bahkan dikarenakan adanya pandemi pembayaran *cashless* juga mengalami peningkatan sebanyak 44 %. Dari peningkatan tersebut terlihat sejalan dengan program pemerintah yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNTT) yang telah digaungkan semenjak tahun 2014 (Yuliatwati, 2019). Peningkatan ini nampaknya terjadi di beberapa daerah di Indonesia.

Menurut sebuah penelitian (Rohmah, Y.M. & Trisriarini, N., 2021) masyarakat Semarang memiliki minat tinggi terhadap penggunaan *cashless* karena dirasa lebih praktis dan mudah. Lalu, hal yang sama juga terjadi pada masyarakat di Kota Solo. Berdasarkan berita yang ditulis oleh Rey, L. (2021) terdapat digitalisasi transaksi dengan menggunakan *cashless* di pasar tradisional, sebagai salah satu wujud "*Smart City*" di Kota Solo. Kemudian, menurut Kontributor Kota Surakarta (2021) pembayaran *cashless* untuk pedagang dan pembeli akan berlaku di 44 pasar tradisional.

Jumlah transaksi *cashless* yang semakin meningkat ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang adaptif dengan adanya teknologi sehingga dapat menerima dan menggunakannya untuk memnuhi kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dapat dilihat melalui penelitian yang dilakukan oleh Wasisto Raharjo Jati dengan judul "*Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia*" bahwa teknologi sebagai salah satu faktor penting yang mendorong masyarakat supaya lebih konsumtif melalui sistem pembayaran *cashless*. Berdasarkan penelitian tersebut, kebaruan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan secara lebih dalam apakah masih terdapat nilai tanda dan pertukaran simbolik dalam kegiatan konsumsi masyarakat ketika terjadi peningkatan pengguna yang signifikan saat pandemi yang semakin menormalisasi pembayaran secara *cashless*. Selain itu, objek penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Kendal, salah satu kota yang sedang menjadi target pemerintah untuk dijadikan sebagai kota industri.

Dalam sistem pembayaran *cashless*, teknologi juga memberikan nuansa baru pada individu yang melakukan kegiatan konsumsi, tak hanya fungsi guna melainkan juga fungsi pemenuhan identitas yang meliputi pemuasan atau *pleasure* serta kesenggangan atau *leisure*. Selain kemudahan yang didapat dalam transaksi *cashless*, melainkan juga simbol dan tanda yang digunakan untuk mengekspresikan identitas seorang individu. Tak jarang identitas ini juga memunculkan eksklusivitas bagi para konsumennya. Teknologi yang berkembang seolah menjadi stimulus yang ada didalam perilaku konsumsi masyarakat saat ini. Jadi, secara tak langsung penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh pada pola konsumsi.

Inti dari ekonomi bukan lagi soal produksi melainkan konsumsi. Konsumsi merupakan pemegang peran yang penting bagi manusia. Hal ini dikarenakan konsumsi saat ini membuat manusia tak lagi mencari kebahagiaan, tak lagi melakukan usaha untuk mendapatkan persamaan. Namun, manusia melakukan identifikasi dengan diferensiasi (perbedaan) landasan dalam nilai tanda dan nilai simbol sebagai gaya hidup, bukan lagi tentang kebutuhan ekonomi semata. Masyarakat yang mengkonsumsi citra yang melekat pada suatu produk bukan lagi pada nilai gunanya membentuk masyarakat yang tidak pernah merasa puas untuk melakukan kegiatan konsumsi terus menerus. Objek tidak hanya dikonsumsi bagi masyarakat konsumeris, melainkan diproduksi secara massal dan lebih banyak guna menandakan status dibandingkan guna memenuhi kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi juga digunakan untuk mendapatkan status sosial. Fenomena masyarakat konsumeris ini dikarenakan adanya perubahan yang mendasar terkait cara individu dalam mengungkapkan ekspresi gaya hidupnya (Pawanti, 2013).

Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi kini sangatlah pesat. Mulai dari perkembangan pada teknologi informasi, diantaranya internet, *mobile*, gawai, serta produk *cashless* yang terus menerus berinovasi dan dipasarkan oleh para industri produk tersebut. Keadaan semacam ini mendorong masyarakat menjadi semakin konsumtif oleh penggunaan *cashless* sehingga terjebak dalam masyarakat konsumeris. Oleh karena itu, kini pengguna *cashless* tak hanya berasal dari kalangan menengah ke atas namun juga masyarakat kalangan menengah ke bawah (Pawanti, 2013).

Fenomena sosial pada masyarakat konsumtif saat ini banyak yang di digitalisasi. Hal ini bisa terjadi karena dunia digital menghadirkan banyak kemudahan. Seseorang yang memakai *e-money* karena merasa gaya hidup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan lebih efektif mudah dan kekinian (Pawanti, 2013). Gaya hidup ini semakin di normalisasi ketika ada Covid-19 yang membatasi interaksi antar manusia. Adanya pandemi Covid-19 membuat penggunaan pembayaran secara *cashless* meningkat. Konsumen saat ini cenderung lebih menggunakan *contactless payment*, transaksi yang meminimalisir interaksi antar manusia yang dapat menjadi sumber penyebaran virus Covid-19. Bersumber dari Bank Indonesia nilai transaksi uang elektronik pada bulan Agustus 2020 mencapai Rp. 17 triliun. Hal ini menunjukkan angka peningkatan sebanyak 33,8% dari bulan Agustus 2019. Dalam transaksi *cashless* tersebut posisi pertama ditempati oleh transaksi perbankan sebesar 30%, lalu diikuti dengan transaksi dompet digital sebanyak 26%. Perubahan dikarenakan pandemi ini mendorong adanya pertumbuhan dalam sistem pembayaran, khususnya di Indonesia (Ekarina, 2020).

Dari data (Kementrian PPN/Bappenas, 2020) menunjukkan bahwa perekonomian Indonesia untuk triwulan III pada tahun 2020 mengalami kontraksi 3,49% akibat adanya pandemi, dimana seharusnya masyarakat berhemat dengan mengurangi pengeluarannya dalam kesehariannya. Namun realita yang terjadi, data dari Bank Indonesia justru menunjukkan adanya peningkatan konsumsi menggunakan sistem pembayaran *cashless* karena kondisi pandemi yang membatasi interaksi secara langsung. Hal ini menarik untuk di analisis lebih mendalam. Dengan adanya fenomena perilaku konsumsi yang menggunakan sistem pembayaran *cashless* ini semua transaksi dapat dengan mudah dilakukan bahkan hanya dengan menggunakan *smartphone*. Sistem semacam ini dapat mempengaruhi pola perilaku konsumsi masyarakat yang ada di Kabupaten Kendal.

Berdasarkan peningkatan data pengguna uang elektronik dan penurunan ekonomi yang telah dipaparkan sebelumnya maka peneliti menggunakan tiga rumusan masalah, antara lain ialah bagaimana pola perilaku konsumsi masyarakat di Kabupaten Kendal? Bagaimana sistem pembayaran *cashless* tumbuh dan berkembang di masyarakat Kabupaten Kendal?. Setelah itu, bagaimana pengaruh yang

disebabkan oleh sistem pembayaran *cashless* terhadap perilaku konsumsi di kalangan masyarakat di Kabupaten Kendal?.

Konsumsi di masyarakat ini juga didominasi dengan pemenuhan gaya hidup yang seringkali menjadi *trend* di kalangan mereka. Terlebih semenjak adanya pandemi yang meminimalisir kontak sosial juga membuat penggunaan *cashless* semakin meningkat sehingga menjadikan sistem pembayaran *cashless* sebagai alat pemenuhan kebutuhan fungsional. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih dalam untuk menganalisis sejauh mana sistem pembayaran *cashless* berkembang di kalangan masyarakat yang ada di Kabupaten Kendal, lalu pola perilaku konsumsi masyarakat yang ada di Kabupaten Kendal serta dampak positif dan negatif yang ada pada pola konsumsi sistem pembayaran *cashless* pada masyarakat yang ada di Kabupaten Kendal. Dengan latar belakang tersebut maka peneliti mengangkat judul "Fenomena Perilaku Konsumsi menggunakan Sistem Pembayaran *Cashless* (Studi Kasus Masyarakat di Kabupaten Kendal)".

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Kemudian, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Prosedur penelitian ini diawali dengan proses persiapan. Kemudian, proses pengumpulan dan analisis data. Setelah itu, hasil dari penelitian yang telah dilakukan disusun dalam bentuk laporan penelitian dan artikel ilmiah. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh melalui hasil wawancara dan observasi dari dua puluh informan yang terdiri atas lima belas orang pengguna *cashless* dan lima orang yang tidak menggunakan *cashless* di Kendal. Kemudian, data sekunder untuk mendukung penelitian ini berasal dari kajian literatur, penelitian relevan, buku, *e-book*, jurnal dan lain-lain.

Teknik pengumpulan data menggunakan 3 teknik yaitu berupa observasi non partisipatoris, wawancara mendalam serta dokumentasi. Selanjutnya untuk menguji validitas data menggunakan triangulasi data yang didapatkan melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Lalu, teknik analisis data berdasarkan (Miles dan Haberman, 1984) yang menggunakan 4 langkah yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penyimpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan dua puluh informan yang meliputi lima belas pengguna *cashless* dan lima informan yang tidak menggunakan *cashless* sebagai pembandingnya. Dari lima belas informan yang menggunakan *cashless*, maka didapatkan data yang menggambarkan pola perilaku konsumsi masyarakat yang menggunakan *cashless* di Kabupaten Kendal berikut ini:

Tabel 1.
Hasil Wawancara dan Observasi

No.	Indikator	Ya	Tidak
1	<i>Cashless</i> dijadikan alat tukar	15 informan	-
2	Bangga setelah menggunakan <i>cashless</i>	7 informan	8 informan
3	Mengonsumsi gambar atau simbol saat menggunakan <i>cashless</i>	7 informan	8 informan
4	Melakukan transaksi <i>cashless</i> karena pengaruh iklan	8 informan	7 informan
5	Kepuasan dalam menggunakan <i>cashless</i>	15 informan	-
6	Tempat transaksi <i>cashless</i> mencerminkan gengsi, tanda, symbol	5 informan	10 informan
7	Mampu mengendalikan penggunaan <i>cashless</i>	12 informan	3 informan

Sumber : Wawancara dan Observasi penelitian

Dengan melihat hasil tersebut maka peneliti menganalisis dengan menggunakan indikator yang ada dalam teori Baudrillard. Maka, hasil penelitian dikaji dan dianalisis melalui 5 hal berikut ini, antara lain:

1. Nilai Guna dan Nilai Tukar

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada beberapa informan yang berasal dari berbagai kalangan profesi dan usia menunjukkan hasil bahwa sistem pembayaran *cashless* ini memang memiliki nilai guna bagi seluruh penggunanya. Hal tersebut ditunjukkan dengan masyarakat di Kabupaten Kendal yang menggunakan nilai guna saat melakukan kegiatan konsumsi dalam kesehariannya. Bagi para kalangan pelajar dan mahasiswa memiliki kebutuhan yang tak jauh berbeda yakni untuk membeli pulsa serta data atau paket internet. Mereka biasa memenuhinya dengan menggunakan dompet digital seperti dana atau link aja. Selain itu, kalangan mahasiswa juga melakukan kegiatan konsumsi melalui *online shop* untuk membeli kebutuhan kuliah, *fashion* dan makan.

Bagi *restaurant* juga hanya digunakan untuk kebutuhan transaksi konsumen. Lalu, bagi kalangan orang tua hanya dijadikan sebagai sarana yang mempermudah transaksi yang berkaitan dengan Bank. Kemudian untuk kalangan pekerja, *cashless* dijadikan sebagai sarana untuk penyaluran gaji dari perusahaan kepada para karyawannya. Kegiatan konsumsi dalam rangka berbagai pemenuhan kebutuhan itulah yang terjadi pada kalangan masyarakat di Kabupaten Kendal karena melihat suatu barang atau jasa dalam *cashless* ini berdasarkan dari nilai gunanya. Dengan begitu mereka memang membeli suatu barang atau jasa sesuai dengan tujuan dari pembelian dan kegunaannya.

Masyarakat Kendal yang menggunakan *cashless* ini tertarik untuk menggunakan sistem pembayaran itu karena mendapat berbagai penawaran dan promosi yang menarik baik dari *mobile banking* ataupun dompet digital. Penawaran inilah yang menjadi sebuah bentuk pertukaran nilai. Masyarakat Kendal yang tertarik menggunakan, maka mereka harus *download* aplikasi *cashless* dulu. Lalu, mereka membuat akun *cashless*. Dalam penggunaannya maka harus mengisi saldo secara terus menerus supaya dapat digunakan. Nilai tukar yang membuat seseorang harus mengorbankan sesuatu untuk ditukar dengan hal lainnya inilah yang dilakukan oleh masyarakat Kendal dalam menggunakan sistem pembayaran *cashless*. Dengan mencantumkan identitas pribadi saat pembuatan akun menemukan resiko dimana bisa disalahgunakan oleh orang yang tak bertanggung jawab. Resiko ini dimiliki oleh pengguna yang ingin mendapat berbagai promo dan penawaran yang menarik untuk diperoleh.

2. Nilai Tanda dan Nilai Simbol

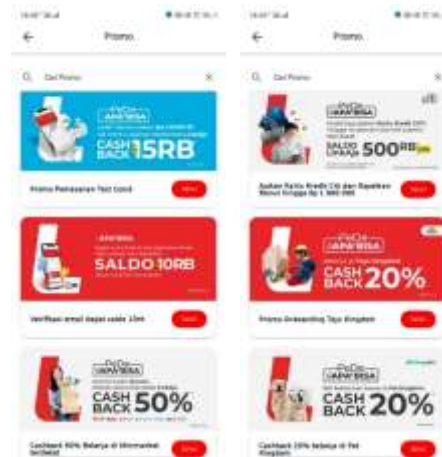
Masyarakat Kendal yang tertarik menggunakan *cashless* ini menyatakan bahwa penggunaannya yang mudah, efektif serta efisien. Selain itu, mereka juga mendapat berbagai promosi dan penawaran yang menarik, seperti potongan harga (*discount*) atau *cashback*. Hal tersebut merupakan sebuah pemberian dari perusahaan *cashless* untuk para penggunanya. Dengan begitu perusahaan mendapatkan rasa kepercayaan dari pengguna untuk terus menggunakan sejalan dengan mengikuti *trend* dan perkembangan zaman digital saat ini.

Masyarakat Kendal yang menggunakan *cashless* ini juga terbuai akan nilai tanda yang disajikan oleh sistem pembayaran *cashless* melalui promosi dan penawaran yang dilakukannya. Dengan begitu para konsumen yang menjadi target seperti masyarakat Kendal ini tidak sadar telah mengkonsumsi nilai tanda yang ada didalam *cashless* tersebut. Jadi, penggunaan *cashless* tak hanya untuk pemenuhan kebutuhan semata, melainkan juga pemenuhan nilai tanda yang ada didalam *cashless*.

Hasil dari wawancara dan observasi terdapat tujuh informan yang mengkonsumsi nilai tanda dan nilai simbol. Hal itu dapat dilihat juga melalui penggunaan pembayaran *cashless* di tempat-tempat yang menunjukkan gengsi di mata masyarakat, seperti *restaurant*, *cafe*, dan *mall*. Selain itu, delapan informan menyatakan tidak mengkonsumsi nilai tanda maupun nilai simbol, karena mereka berpikir bahwa pembayaran *cashless* saat ini bisa digunakan oleh semua orang dengan cara yang mudah. Jadi, hal ini dapat dikatakan relatif tergantung dari masing-masing pribadi setiap orang dalam manajemen penggunaan sistem pembayaran *cashless* yang mereka miliki.

3. Hiperrealitas

Hiperrealitas dapat terbentuk dari iklan yang menciptakan realitas baru hingga menghapus perbedaan antara yang imajiner dan nyata (Lechte, 2001:357). Iklan memiliki fungsi sosial yang menggunakan perspektif ekstra ekonomi yang sama mengenai ideologi hadiah pelayanan serta hal yang gratis. Iklan tak hanya berisi mengenai promosi penjualan sebuah produk tapi juga sugesti yang memiliki tujuan ekonomis. Iklan meliputi potongan harga, barang obral, hadiah (*giveaway*).



Sumber : Dokumentasi pribadi peneliti
Gambar 1 dan 2. Promo Iklan Aplikasi Link aja

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian informan yakni 8 informan menggunakan transaksi pembayaran *cashless* karena mendapat pengaruh dari iklan yang telah menciptakan sebuah realitas baru di mata masyarakat. Selain itu, intensitas iklan yang sering kali dijumpai melalui *handphone* atau televisi yang menampilkan fitur-fitur terbaru dan potongan yang menarik terlebih saat ada tiap bulan pada tanggal tertentu, misalnya HARBOLNAS (Hari Belanja Online Nasional) atau tanggal yang sama seperti 1.1; 2.2; 12.12 dan lain sebagainya. Hal itulah yang membuat pengguna sistem pembayaran *cashless* semakin sering untuk menggunakannya. Namun, bagi pengguna yang dapat mengontrol pengeluaran tidak terpengaruh oleh adanya berbagai iklan yang ditampilkan oleh industri *cashless*.

4. Kelimpahruahan

Salah satu masalah mendasar yang ditimbulkan oleh konsumsi adalah kelimpahruahan yang merupakan pangkal dari pemborosan (Baudrillard, 1970: 33). Pangkal dari pemborosan yang ada didalam sistem pembayaran *cashless* ialah ketika pengguna tidak bisa mengontrol penggunaannya. Hal ini sangat mungkin terjadi karena berbagai kemudahan yang didapat, fitur-fitur terbaru, promosi yang menarik. Dengan begitu akan membuat pengguna sistem pembayaran *cashless* menjadi lebih konsumtif. Berdasarkan pernyataan beberapa informan mereka sering kali tidak bisa mengontrol karena kemudahan yang ditawarkan serta promosi menarik yang diberikan. Selain itu, alasan yang lain yakni bisa membuat penggunaannya menjadi ketergantungan dan kecenderungan untuk terus memakai dan membuat pengguna *cashless* menjadi konsumtif.

Pengguna yang lain juga ada yang bisa mengontrol penggunaan *cashless*. Mereka biasanya memiliki strategi sendiri untuk mengatur keuangan yang dimiliki. Strategi tersebut antara lain membatasi pengeluaran setiap bulannya dengan nominal tertentu, mencatat seluruh pengeluaran setiap harinya, melakukan pembatasan dalam pengisian saldo *cashless* dan berbagai strategi yang lainnya.

5. Simulacra

Simulacra adalah representasi citra, tanda dan simbol (Baudrillard 1994:12). Simulacra di Masyarakat Kendal telah membuat sistem pembayaran *cashless* menjadi salah satu gaya hidup yang sehari-hari dilakukan. Sistem pembayaran *cashless* yang memiliki nilai guna dan nilai tukar bisa untuk

memenuhi kebutuhan baik yang primer, sekunder hingga tersier dalam kegiatan konsumsi. Seiring dengan bertambahnya waktu, semakin berkembang pula teknologi digital maka membuat pola konsumsi masyarakat mengalami perubahan.

Saat ini masyarakat sudah mulai merasakan berbagai kemudahan dan keefektifan penggunaan sistem pembayaran *cashless*. Seluruh informan merasa puas dan terbantu dengan hadirnya *cashless*. Hanya dengan menggunakan *handphone* yang berada di genggaman kita, maka kita bisa melakukan transaksi apapun cukup menggunakan *mobile banking* atau dompet digital. Selain itu, sistem pembayaran *cashless* juga dapat merepresentasikan nilai tanda dan nilai simbol ketika digunakan di tempat-tempat tertentu yang meningkatkan status sosial penggunanya di masyarakat. Beberapa informan juga menyatakan bahwa mereka merasa lebih bergengsi, lebih *modern* serta *up to date* mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan sistem pembayaran *cashless*.

Pembahasan

1. Pola Perilaku Konsumsi Masyarakat Kabupaten Kendal

Masyarakat memiliki perilaku yang cenderung konsumtif dalam pemenuhan kebutuhan memiliki karakteristik yang berbeda-beda sesuai dengan latar belakangnya. Pertama, bagi kalangan mahasiswa, mereka melakukan kegiatan konsumsi yang berkaitan dengan sistem pembayaran *cashless* untuk memenuhi kebutuhan kuliah *online* seperti buku, pulsa, data seluler (kuota), fashion, *make up*, makan, jasa transportasi *online* dan lain sebagainya. Kemudian, bagi kalangan remaja/pelajar, mereka juga tak jauh berbeda menggunakan *cashless* untuk membeli pulsa dan data seluler (kuota) untuk keperluan sekolah *online* serta game *online* untuk mengisi waktu luang di rumah.

Bagi kalangan orang tua menggunakan *cashless* untuk keperluan konsumsi yang berkaitan dengan rumah tangga, seperti mengisi token listrik, membayar PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum), *transfer* ke rekening anak-anaknya dan keperluan lain-lain. Selanjutnya, bagi kalangan karyawan swasta *cashless* dalam kegiatan konsumsi sangat membantu karena mengefektifkan sistem penerimaan gaji dari perusahaan kepada para karyawannya. Selain itu, mereka juga menggunakan *cashless* untuk pemenuhan kebutuhan pribadi dan keluarganya. Lalu, bagi pekerja di *restaurant*, *cashless* dalam kegiatan konsumsi sangat memudahkan transaksi bagi para pelanggannya.

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, Pawanti dan Jati di Indonesia secara umum, maka kebaruan penelitian ini dilakukan di Kendal dan menemukan hasil lebih lengkap menjelaskan kebenaran teori masyarakat konsumsi dalam kehidupan masyarakat yang terdiri atas mahasiswa, remaja/pelajar, orang tua, karyawan swasta dan pekerja *restaurant*. Pertama, Pawanti (2013) menemukan bahwa masyarakat tak hanya mengkonsumsi sistem pembayaran *cashless* karena nilai guna, tapi juga nilai tanda, simbol dan citra. Namun, hasilnya hanya nilai tanda pengguna sistem pembayaran *cashless* memperoleh status sosial yang lebih tinggi daripada masyarakat bukan pengguna sistem pembayaran *cashless*. Kedua, Jati (2015) masyarakat kelas menengah di Indonesia mengalami perubahan pola konsumsi dari pemenuhan kebutuhan hidup menjadi pemenuhan kebutuhan simbol.

Hasil temuan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang memiliki kebenaran fenomenologis, artinya sistem pembayaran *cashless* menjadi kepastian perilaku masyarakat. Selanjutnya hasil temuan memperkuat teori masyarakat konsumsi dari Baudrillard secara lebih lengkap, karena masyarakat di Kendal merepresentasikan nilai guna & tukar, nilai tanda & simbol, hiperrealitas, kelimpahruahan dan simulacra. Bagi sebagian penggunanya, *cashless* ini memberikan kesan lebih bergengsi dan lebih *modern* sehingga dapat meningkatkan status sosial mereka di pandangan masyarakat. Kemudian, adanya *cashless* ini juga menampilkan hiperrealitas dimana iklan yang mereka tawarkan dengan intensitas yang tinggi akan memunculkan sebuah realitas yang baru dan menghapuskan realitas yang lama. Para pengguna *cashless* akan semakin sering menggunakan *cashless* karena tertarik dengan berbagai penawaran dan promosi menarik yang tersaji didalam iklan.

Kelimpahruahan yang menjadi pangkal dalam pemborosan oleh pengguna *cashless* juga bisa dilihat melalui cara pengendalian penggunaan *cashless*. Beberapa dari pengguna *cashless* masih belum

tersebut membuat industri *cashless* harus lebih gencar lagi dan meluaskan pasar target konsumen supaya lebih banyak lagi yang menggunakan layanan sistem pembayaran *cashless*, khususnya pada masyarakat Kabupaten Kendal.

3. Pengaruh Sistem Pembayaran *Cashless* terhadap Perilaku Konsumsi di Kalangan Masyarakat Kabupaten Kendal

Sistem pembayaran *cashless* ini memiliki pengaruh berupa dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari sistem pembayaran *cashless* antara lain efisiensi waktu, efisiensi biaya, mencegah beredarnya uang palsu serta mengikuti perkembangan era digital. Selain itu, *cashless* terbukti memberikan kepuasan bagi para penggunanya. Berdasarkan Vandogi, B.R., Silitongan, S.P., Robby. (2021) kepuasan ialah ketika konsumen telah memenuhi kebutuhan lalu memberi penilaian atas pelayanan yang didapatkan melalui sebuah produk atau jasa. Jika konsumen merasa puas karena mendapat pelayanan yang bagus, maka konsumen biasanya akan memberi penilaian yang bagus pula. Dengan begitu semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin besar juga rasa kepuasan dari konsumennya. Pengguna *cashless* di Kendal puas akan kemudahan, promosi dan efisiensi waktu yang ada dalam sistem pembayaran *cashless*.

Adanya *cashless* dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, namun juga memiliki dampak negatif untuk penggunanya. Dampak negatif dari adanya sistem pembayaran *cashless* antara lain memicu penggunanya untuk konsumtif. Dengan adanya kemudahan yang ditawarkan tak jarang membuat individu lebih menganggap remeh ketika sedang bertransaksi melalui *online shop* dengan *cashless*. Selain itu, *cashless* yang mengharuskan para pengguna untuk mengisi identitas pribadi terkadang merasa keamanannya masih kurang terjamin. Maka dari itu, masyarakat Kendal yang menggunakan sistem pembayaran *cashless* memiliki harapan untuk jaminan data pengguna, meminimalisir adanya kasus penipuan-penipuan secara digital lagi kedepannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan mengenai fenomena perilaku konsumsi menggunakan sistem pembayaran *cashless* pada masyarakat Kendal, maka simpulan yang dapat ditarik, yaitu:

1. Pola perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Kendal

Masyarakat Kabupaten Kendal yang menggunakan *cashless* karena nilai guna untuk memenuhi kegiatan konsumsi dalam kesehariannya. Selain itu, mereka juga menggunakan nilai tukar dimana identitas pribadi pengguna ditukar dengan fasilitas dan promo menarik didalam *cashless*. Kemudian, *cashless* merepresentasikan nilai tanda dan nilai simbol. Lalu, *cashless* masuk dalam hiperrealitas yang disajikan oleh iklan-iklan produk *cashless*. Selanjutnya, *cashless* masuk dalam kelimpahruahan yang mana tidak bisa mengontrol penggunaan *cashless*, sehingga memicu perilaku konsumtif. Berikutnya, *cashless* merepresentasikan simulacra, karena menjadi gaya hidup baru yang dapat meningkatkan status sosial penggunanya.

2. Sistem pembayaran *cashless* masyarakat Kabupaten Kendal

Awal mula pengguna *cashless* mulai tertarik biasanya dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, baik dari lingkungan keluarga, teman atau pekerjaannya. Kemudian, fasilitas *cashless* di Kendal masih terbatas karena tak semua tempat telah menyediakan pembayaran non tunai bagi para konsumennya.

3. Pengaruh penggunaan sistem pembayaran *cashless* terhadap pola perilaku konsumsi masyarakat Kabupaten Kendal

Sistem pembayaran *cashless* ini memiliki pengaruh berupa dampak positif dan dampak negatif. Dampak positifnya antara lain efisiensi waktu, efisiensi biaya, mencegah beredarnya uang palsu serta mengikuti perkembangan era digital. Penggunannya juga terbukti memberi kepuasan

untuk para pelanggannya. Sedangkan, dampak negatif dari adanya sistem pembayaran *cashless* antara lain memicu penggunaannya untuk konsumtif dan keamanan data identitas pribadi pengguna yang belum terjamin.

Saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat topik permasalahan serupa dengan menggunakan teori Baudrillard, bisa melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan menggunakan objek penelitian pada masyarakat di daerah lain supaya dapat melengkapi informasi dan data yang ada dalam penelitian ini.

REFERENCES/DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi* 12 (2), 311.
- Ayudya., Alfalia, C., & Amin, W. (2018). The Intention to Use E-Money Using Theory of Planned Behavior and Locus of Control. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22 (2), 335–349.
- Baudrillard, J.P. (2011). Masyarakat Konsumsi (4th Edition). Translate by Wahyuunto. Yogyakarta: Kreasi Wacana. (Original Book was Published 1970).
- Dayan, M.T. (2020). Kepercayaan Terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Transaksi*, 12 (1), 40–50.
- Dwi, S. Aneke, N. Zaini A. M., & Yayat R. H. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 6 (1), 1-4.
- Gusrion, D. (2018). Sistem Pembayaran Secara Cashless Pada Koperasi Sekolah Yayasan Igsar. *Jurnal KomTekInfo*, 5 (2), 63–72.
- Hardani, U. J., Andriani, H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- IDN Times Jateng. “Transaksi Cashless, 1.046 Pedagang di Solo Masuk Rekor Muri”. Url: <https://jateng.idntimes.com/business/economy/larasati-rey/transaksi-cashless-1046-pedagang-di-solo-masuk-rekor-muri/3>. Diakses pada 29 November 2021.
- Kamil., Islamiah., & Istianingsih. (2020). Spending Behavior as an Impact of Lifestyle and Financial Literation in the Intensity of Use of Mobile Payment Services. *Journal Engineering & Management*, 83 (29), 120-132.
- Katadata. “Pembayaran Nontunai Makin Akan Banyak Digunakan Setelah Pandemi”. Url: <https://katadata.co.id/ekarina/brand/5fa3754f05503/pembayaran-nontunai-makin-akan-banyak-digunakan-setelah-pandemi>. Diakses pada 25 September 2021.
- Katadata. “Gelombang Besar Transaksi Nontunai Di Indonesia”. Url: <https://katadata.co.id/yurasyahrul/digital/5e9a4e611f509/gelombang-besar-transaksi-nontunai-di-indonesia>. Diakses pada 25 September 2021.
- Kementrian PPN/Bappenas. (2020). Laporan Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Triwulan III Tahun 2020. Jakarta.
- Kendal kab. “Kondisi Geografis”. Url: https://www.kendalkab.go.id/sekilas_kendal/detail/kondisi_geografis. Diakses pada 25 September 2021.
- Khatimah, H.P.S. & Nor L.A. (2019). Hedonic Motivation and Social Influence on Behavioral Intention of E-Money: The Role of Payment Habit as a Mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, 23 (1), 1–9.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A.M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo.
- Kontributor Kota Surakarta. “Gibran Dorong Pembayaran Nontunai di 44 Pasar Tradisional”. Url: <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/gibran-dorong-pembayaran-nontunai-di-44-pasar-tradisional/>. Diakses pada 29 November 2021.

- Maulinda, D.G. (2015). Analisis Trust Dalam Penggunaan E-Money Sebagai Teknologi Konsumsi : Studi Mengenai Pengguna E-Money Kelas Menengah-Atas dan Menengah-Bawah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Indonesia." *Indonesian Journal of Sociology and Education Policy*, 1–79.
- Pawanti, M. H. (2013). Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard. Universitas Indonesia:Program Studi Sastra Prancis. 1–9.
- Rembulan, N.D.R., & Firmansyah. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah* 17 (2), 111–128.
- Rifai, D. F. & Ardiansyah, H. (2020). Menggunakan E-Money Fintech Sebagai Alat the Preference of Makassar Society in Using E-Money. *Journal of Management and Business*, 3 (3) 202–213.
- Sati, R.A.S. (2020). Effect Of Perception Of Benefits, Easy Perception Of Use, Trust And Risk Perception Towards Interest Using E-Money (Case Study Of Consumers Who Use The Metland Card). 1–19.
- Suharni. (2018). Uang Elektronik (E-Money) Ditinjau dari Perspektif Hukum dan Perubahan Sosial." *Jurnal Spektrum Hukum* 15 (1), 15-43.
- Tarantang, J., A. Awwaliyah, M., Astuti, & Munawaroh. (2019). IAIN Palangka Raya. *Al Qardh* 4 (1), 60–75.
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Jurnal Muslim Heritage*, 3 (1), 21–39.
- Universitas Sebelas Maret. (2021). Pedoman Penulisan Skripsi FKIP UNS. Surakarta.
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Jurnal Yuridika*, 32, (1), 134.
- Vandogi, B.R., Silitongan, S.P., Robby. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Gojek di Wilayah Kota Palangka Raya. *Sosio e-Kons*, 13 (1), 1-9. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v13i1.9078>
- Yang, M., Abdullah A.M., Muhammad M., Noorshella C.N., & Noor R.Z. (2021). Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets. *Journal of Sustainability (Switzerland)* 13 (2), 1–18.