

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peradaban manusia yang bergerak dari masa ke masa melahirkan perkembangan teknologi yang sulit dibayangkan oleh manusia terdahulu. Teknologi yang semakin canggih menciptakan pola interaksi baru dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan ini tentu tidak terlepas dari adanya peningkatan kemampuan berpikir manusia yang menghasilkan kreativitas dalam menciptakan inovasi, termasuk cara bertransaksi barang melalui barter atau jual beli. Manusia terus belajar untuk mengenali lingkungan di sekitarnya untuk menghadirkan penemuan yang dapat mendorong kemajuan di tengah-tengah masyarakat. Tindakan-tindakan yang dilakukan antarindividu membentuk pola pertukaran dalam masyarakat, seperti pertukaran informasi dan pertukaran barang.

Manusia yang hidup pada peradaban awal, memenuhi kebutuhan mereka secara mandiri. Terdapat masa yang dikenal sebagai masa *prabarter*, masa dimana manusia belum mengenal adanya transaksi perdagangan atau jual beli. Seiring dengan masa yang terus berkembang, jumlah manusia semakin bertambah dan peradaban manusia semakin maju, kegiatan serta interaksi masyarakat pun semakin beragam. Pada saat itu, ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri menjadi hal umum yang dirasakan oleh masyarakat, sehingga kegiatan bercocok tanam mulai dilakukan dan berkembang lagi. Sejak saat itu, mulailah ide transaksi dengan menukar barang atau alat untuk saling memenuhi kebutuhannya, zaman ini disebut sebagai zaman *barter*. Kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks menimbulkan *double coincidence of wants*, yaitu kondisi ketika individu membutuhkan suatu barang, namun ia memiliki barang lain untuk ditukarkan tetapi orang lain tidak membutuhkan barangnya karena yang dibutuhkan ialah barang lain lagi. Sehingga barter tidak dapat dilakukan karena syarat yang tidak terpenuhi. Maka dari itu, terlintas sebuah gagasan pada saat itu untuk mengadakan alat tukar yang dapat diterima oleh semua pihak. Alat tukar inilah yang kemudian disebut sebagai **uang** dalam sejarah peradaban manusia (Sari, 2016).

Uang yang kini menjadi alat tukar di seluruh dunia telah menyelesaikan permasalahan *double coincidence of wants*, namun tuntutan baru oleh masyarakat terkait keamanan dan kenyamanan transaksi menjadi masalah baru, salah satunya ialah proses transaksi yang memerlukan waktu. Selain itu, penggunaan uang tunai juga melahirkan risiko terjadinya berbagai kejahatan. Mulai dari pencopetan, perampokan hingga pemalsuan uang menjadi masalah keamanan yang sampai sekarang masih terjadi. Lubis (2024) mendeskripsikan kasus pembuatan dan pengedaran uang palsu di lingkungan Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar. Berdasarkan laporannya, Kepolisian Daerah Sulawesi Selatan menyimpulkan bahwa sindikat membeli alat pencetak uang yang dibuat di China dan dibeli di Surabaya. Alat tersebut kemudian digunakan untuk mencetak uang palsu

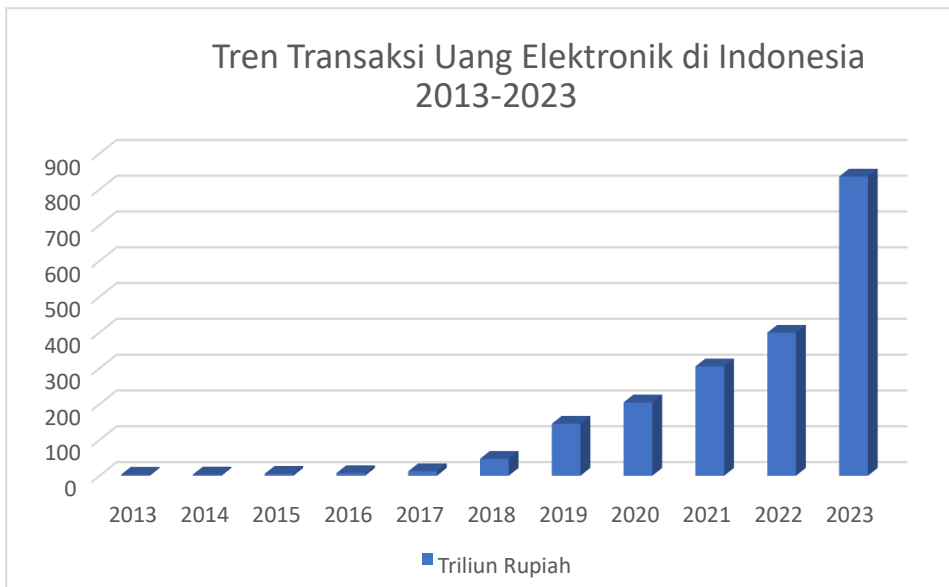
dan membelanjakan uang tersebut sehingga terjadi peredaran uang palsu. Hal ini telah terjadi dalam beberapa tahun terakhir. Selain pengedaran uang palsu, terdapat kejahatan lain seperti pencucian uang yang juga lebih mudah dilakukan karena minimnya kontrol dan transparansi dalam peredaran uang tunai. Kasus-kasus kejahatan semacam ini tidak hanya terjadi dalam skala lokal, tetapi juga di skala Internasional. Ng (2024) melaporkan kasus tindak pidana pencucian uang sebesar US\$2,2 miliar (sekitar Rp33 triliun) yang melibatkan 10 warga negara China di Singapura. Berdasarkan laporannya, Singapura menjadi tempat yang aman bagi orang kaya China untuk bersembunyi dari otoritas di negara asalnya karena regulasi di Singapura tidak membatasi jumlah uang tunai yang dapat dibawa masuk dan keluar negara. Regulasi itu tentu menguntungkan mereka untuk menghindari pajak serta melakukan pencucian uang karena sulitnya pelacakan uang tunai.

Diskursus tentang uang tunai ini memicu perdebatan, terutama dengan pesatnya perkembangan teknologi keuangan. Di akhir abad ke-20, uang elektronik mulai diperkenalkan dengan menawarkan cara baru dalam sistem pembayaran sebagai opsi lain dari uang tunai. Bank Indonesia (2022) mendeskripsikan uang elektronik sebagai instrumen pembayaran yang memenuhi beberapa unsur, seperti penerbitan yang didasarkan pada nilai uang yang disetor pada penerbit; nilai uang yang harus disimpan secara elektronik dalam suatu media berupa server atau chip; dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992. Uang elektronik atau *e-money* sering kali disamakan dengan uang konvensional yang terdapat pada *mobile banking*, padahal keduanya memiliki perbedaan yang cukup kompleks. Secara sederhana, uang yang disimpan secara elektronik melalui penyedia layanan *fintech* (*financial technology*) disebut sebagai uang elektronik, sedangkan uang yang terdapat pada layanan perbankan itu disebut sebagai uang konvensional.

Kebijakan sistem *cashless payment* di Indonesia pada awal abad ke-21 diprioritaskan untuk mendukung kesempatan pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan efisiensi dalam transaksi pembayaran. Sejalan dengan itu, Bank Indonesia selaku bank sentral Indonesia memperkuat kebijakan sistem *cashless payment* dengan mendorong perluasan dan percepatan digitalisasi pembayaran non-tunai di berbagai layanan. Di Indonesia, istilah *cashless society* dikenalkan dengan istilah yang mirip oleh Bank Indonesia. Istilah yang digunakan ialah *Less Cash Society (LCS)*. Istilah ini digunakan Bank Indonesia sebagai lingkungan di mana masyarakat terbiasa menggunakan instrumen non-tunai dalam kegiatan ekonomi, sama halnya dengan *Cashless Society* (Abbas, 2017). Thaker et al. (2023) menyimpulkan bahwa *cashless society* adalah masyarakat yang telah menjadikan pembayaran digital sebagai prioritas mereka dalam bertransaksi, serta mengurangi penggunaan uang fisik dalam kehidupan sehari-hari mereka. *Cashless payment* tidak hanya meliputi uang digital, tetapi meliputi uang konvensional juga. Hal ini terjadi karena *cashless payment* mencakup proses transaksi yang dilakukan secara digital, bukan pada jenis uangnya.

Keberadaan *cashless society* semakin dirasakan akibat tren pembayaran digital yang semakin populer. Bank Indonesia sebagai bank sentral di Indonesia menciptakan rancangan *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025* sebagai fondasi awal arah pengembangan sistem pembayaran nasional. Dalam pengembangan sistem pembayaran yang terintegrasi, terdapat *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, *Bank Indonesia Fast Payment (BI-FAST)*, dan *Bank Indonesia Real Time Gross Settlement (BI-RTGS)* sebagai infrastruktur yang menopang sistem pembayaran nasional secara digital (Bank Indonesia, 2025). Transformasi digital di Indonesia terus menunjukkan akselerasi sejak tahun 2019 didukung oleh hadirnya platform-platform digital yang memberikan dampak positif berupa peningkatan transaksi digital secara signifikan. Bank Indonesia (BI) melaporkan tren pembayaran digital mengalami lonjakan nilai transaksi melalui kanal pembayaran digital senilai Rp60,204 triliun dalam lima tahun terakhir. Sejalan dengan hal itu, pertumbuhan signifikan dalam penggunaan metode pembayaran digital menunjukkan pola transisi atau peralihan era di masyarakat menuju *cashless society*. Berdasarkan laporan Gubernur Bank Indonesia (BI), Perry Warjiyo, dalam konferensi pers hasil Rapat Dewan Gubernur (RDG) Bank Indonesia di Jakarta, 17 Juli 2024, jumlah transaksi QRIS tercatat tumbuh sebesar 226,54 % dalam setahun terakhir, dengan jumlah pengguna mencapai 50,50 juta dan jumlah merchant 32,71 juta. Kendati demikian, pertumbuhan transaksi digital ini cenderung masih dominan pada wilayah-wilayah yang secara geografis berdekatan dengan pusat pemerintah (Indonesia.go.id, 2024).

Kemajuan teknologi keuangan saat ini belum sepenuhnya menjangkau ke wilayah-wilayah terluar di Indonesia. Masyarakat yang tinggal di daerah tersebut sering kali memandang adanya ketimpangan akses layanan dibandingkan dengan wilayah yang lebih maju. Namun demikian, pemerintah terus berupaya memperluas jangkauan layanan agar seluruh masyarakat di Indonesia bisa merasakan manfaat dari kemajuan teknologi keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Laju adopsi *cashless society* di Indonesia terus meningkat seiring berkembangnya teknologi keuangan. Transaksi digital kini menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari, mulai dari belanja hingga layanan publik. Data Bank Indonesia (2024) menunjukkan lonjakan signifikan nilai transaksi uang elektronik, dari 2,9 triliun rupiah pada 2013 menjadi 835,84 triliun rupiah pada 2023. Peningkatan ini mencerminkan transformasi masyarakat menuju sistem pembayaran non-tunai yang semakin masif.



Gambar 1.1 Tren Pertumbuhan Transaksi Uang Elektronik di Indonesia

Sumber : Bank Indonesia (2024).

Kondisi serupa juga ditemukan di Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan, khususnya di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) yang menjadi salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat Maros. Tempat ini berlokasi di Lingkungan Kassi Lama, Kelurahan Pettuadae, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. Di Kawasan ini, penerapan metode pembayaran masih berada dalam tahap transisi atau peralihan menuju sistem pembayaran digital. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, terdapat 58 gerai tenda makanan di Kawasan Kuliner PTB Maros. Namun dari 58 gerai itu, hanya 26 gerai yang telah menyediakan layanan pembayaran berbasis digital. Hal ini karena adanya *demand* dari konsumen sehingga pedagang mau tidak mau harus mengikuti keinginan konsumen sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, pada observasi awal peneliti menemukan dari 53 pengunjung yang menjadi data awal, terdapat 31 pengunjung yang menggunakan *cashless payment*, sedangkan 22 pengunjung belum menggunakan *cashless payment* dalam bertransaksi di Kawasan Kuliner PTB Maros. Artinya, hampir setengah dari data awal yang didapatkan masih belum mengadopsi *cashless payment* sehingga mendukung gagasan bahwa di kawasan ini masih dalam tahap transisi menuju *cashless society*. Terdapat studi yang menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti literasi keuangan memainkan peran penting dalam proses ini. Menariknya, pembayaran digital yang pada awalnya digunakan oleh kalangan atas kemudian sudah mulai masif digunakan oleh kalangan menengah ke bawah. Gerai tenda makanan di PTB Maros menjadi salah satu tempat yang dikenal menjadi favorit konsumen kelas ekonomi menengah ke bawah dan kini telah menyediakan metode *cashless payment* di Kabupaten Maros.

Realitas ini tidak terlepas dari berbagai faktor yang memengaruhi adopsi inovasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Untuk memahami kondisi ini, teori difusi inovasi menjadi rujukan untuk menjelaskan proses transisi dan menganalisis perubahan perilaku konsumsi masyarakat dalam mengadopsi sistem pembayaran digital dalam upaya menuju *cashless society*. Rogers (2003) menjelaskan bahwa terdapat empat elemen utama dari difusi inovasi, yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Keempat elemen ini memiliki peran dalam menentukan sejauh mana inovasi dapat diterima dan diadopsi oleh masyarakat.

Selain melalui pendekatan difusi inovasi, pemahaman terhadap perubahan perilaku konsumsi masyarakat juga perlu dianalisis secara lebih mendalam sebagai bentuk perubahan sosial. Jean Baudrillard dalam teorinya mengenai perilaku konsumsi menekankan bahwa konsumsi tidak lagi semata-mata didorong oleh kebutuhan fungsional, melainkan telah bertransformasi menjadi tindakan simbolik dan sarat makna. Dalam penelitian ini, penggunaan sistem pembayaran digital tidak hanya mencerminkan efisiensi transaksi, tetapi juga menjadi bagian dari konstruksi identitas sosial dan gaya hidup masyarakat. Baudrillard memandang bahwa objek-objek konsumsi, termasuk teknologi digital seperti *cashless payment* memiliki nilai tanda (*sign value*) yang merepresentasikan status, prestise, dan modernitas. Hal ini sejalan dengan fenomena di Kawasan Kuliner PTB Maros, di mana penggunaan *cashless payment* masih tergolong baru; hal ini didasarkan pada lingkungan yang masih dalam tahap transisi. *Cashless payment* ini tidak hanya menjadi alat transaksi, melainkan juga mencerminkan kecenderungan konsumsi berbasis simbol, keinginan untuk tampil modern, serta kemudahan akses terhadap promosi digital. Oleh karena itu, teori Baudrillard menjadi penting dalam mengungkap makna di balik pola konsumsi masyarakat di era digital serta memahami bagaimana simbol dan gaya hidup turut memengaruhi keputusan konsumsi yang muncul akibat adopsi inovasi *cashless payment*.

Masifnya penggunaan *cashless payment* dalam sektor UMKM tidak hanya mencerminkan perkembangan teknologi, tetapi juga mengandung implikasi sosial yang luas terhadap pola perilaku masyarakat dalam bertransaksi dan mengonsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh Devina Agustin et al. (2025) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *cashless payment* dari tingkat literasi keuangan, dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap kalangan masyarakat digital, terutama di kalangan Generasi Z. Temuan penelitian ini menyoroti bahwa teknologi pembayaran digital belum sepenuhnya dapat diadopsi oleh masyarakat secara merata karena masih terdapat kendala struktural dan kultural yang memengaruhi tingkat penerimaan masyarakat. Selain itu, dalam penelitian Hardianti et al. (2022) ditemukan bahwa banyaknya *e-commerce* yang membuat masyarakat lebih konsumtif. Meskipun kedua penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam mengidentifikasi faktor-faktor individual yang memengaruhi adopsi sistem pembayaran nontunai, fokus kajiannya masih terbatas pada aspek teknis psikologis dan belum menyentuh secara mendalam dimensi sosial dan kultural dari perubahan tersebut, khususnya dalam perilaku konsumsi masyarakat. Selain itu, objek

penelitian sebelumnya juga masih terbatas pada kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi yang cenderung lebih akrab dengan teknologi digital; sehingga belum merepresentasikan dinamika sosial yang terjadi di ruang-ruang ekonomi informal seperti kawasan kuliner lokal. Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros sebagai salah satu ruang publik yang saat ini sedang mengalami masa transisi menuju *cashless society*; yang mana merupakan lokasi yang tepat untuk melihat bagaimana proses penyebaran inovasi *cashless payment* ini berlangsung di tingkat komunitas. Di kawasan ini, sistem pembayaran digital tidak hanya diadopsi sebagai alat transaksi, tetapi juga mulai membentuk cara masyarakat memaknai konsumsi, gaya hidup, dan identitas sosial mereka. Namun hingga saat ini, masih sangat minim penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana adopsi inovasi sistem pembayaran digital berkaitan dengan perubahan perilaku konsumsi masyarakat dari perspektif sosiologis. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kekosongan kajian tersebut dengan memfokuskan pada hubungan antara inovasi *cashless payment* dan perilaku konsumsi masyarakat di Kawasan Kuliner PTB Maros dengan pendekatan teoritis yang menggabungkan teori difusi inovasi dari Everett M. Rogers dan teori perilaku konsumsi dari Jean Baudrillard. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran empiris mengenai penerimaan teknologi pembayaran digital, tetapi juga mengungkap pola perilaku baru di balik praktik konsumsi dalam masyarakat digital di kawasan ini.

Metode pembayaran digital ini tidak hanya menjadi fenomena kemajuan teknologi, tetapi juga berkaitan erat dengan keberlanjutan ekonomi lokal di Kawasan Kuliner PTB Maros sehingga pemahaman yang cukup terkait penerimaan dan tantangan yang dihadapi oleh konsumen dalam mengadopsi *cashless payment* wajib menjadi prioritas. Terbatasnya penelitian yang memetakan faktor-faktor yang memengaruhi adopsi sistem pembayaran digital di kawasan ini, berpotensi menghambat pertumbuhan ekonomi setempat akibat kurangnya kesiapan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan analisis secara empiris untuk mengetahui bagaimana difusi inovasi *cashless payment* dan kesiapan masyarakatnya dalam menghadapi transisi. Selain itu, penelitian ini berupaya untuk memberikan kontribusi dalam menyediakan rekomendasi disertai data bagi pihak-pihak terkait untuk mewujudkan *cashless society* di Kawasan Kuliner PTB Maros.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk menelisik dan mengkaji mengenai bagaimana hubungan antara inovasi *cashless payment* dengan perilaku konsumsi yang terjadi di Kawasan Kuliner PTB Maros. Oleh karena itu, penelitian ini dirumuskan dengan judul **“Hubungan Inovasi *Cashless Payment* dengan Perilaku Konsumsi Masyarakat (Studi *Cashless Society* di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana difusi inovasi *cashless payment* terjadi pada konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros?
2. Bagaimana hubungan antara inovasi *cashless payment* dengan perilaku konsumsi pengguna di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Untuk mendeskripsikan difusi inovasi *cashless payment* yang terjadi pada konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros.
2. Untuk menganalisis hubungan antara difusi inovasi *cashless payment* dengan perilaku konsumsi pengguna di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, diharapkan manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berkontribusi bagi.

a. Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang *cashless society* sebagai istilah untuk peradaban masyarakat modern dalam bertransaksi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat membuat masyarakat sebagai konsumen lebih bijak mengambil keputusan dalam mengonsumsi;

b. Pemerintah

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan publik yang inklusif berupa dukungan pengembangan dan implementasi sistem *cashless payment* di kawasan kuliner, khususnya di Pantai Tak Berombak (PTB) Maros;

c. Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa sebagai rujukan dan referensi dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Teoritis

a. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang sosiologi;

b. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan serta referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya yang berkaitan dengan perubahan atau pergeseran sosial khususnya tentang *cashless society*.

1.5 Kajian Pustaka

1.5.1 Kajian *Cashless* (Non-Tunai)

1.5.1.1 *Cashless Society*

Perkembangan teknologi saat ini menjadi pemicu utama yang memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas, salah satunya pada sektor ekonomi. Inovasi teknologi keuangan melahirkan sistem pembayaran digital sebagai *output* nyata dari proses digitalisasi ekonomi yang tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga menciptakan pola konsumsi baru di masyarakat. Sejalan dengan fenomena tersebut, istilah *cashless society* mulai ramai dibicarakan dan diteliti. Marlina et al. (2020) mendeskripsikan bahwa *cashless society* adalah masyarakat yang melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai, melainkan dengan alat pembayaran elektronik seperti kartu atau aplikasi digital. Wulandari et al. (2023) juga menyimpulkan bahwa *cashless society* adalah masyarakat yang mengurangi penggunaan uang tunai dengan beralih ke transaksi elektronik. Definisi lain menjelaskan bahwa *cashless society* adalah masyarakat yang mengadopsi teknologi finansial untuk melakukan transaksi non-tunai yang dianggap lebih praktis dan efisien (Hazbiyah & Wuryanta, 2020). Senada dengan itu, Richard Holden dalam Kalla Institute (2024) menambahkan bahwa *cashless society* merupakan kemampuan untuk melakukan transaksi ekonomi tanpa menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran, bukan sebagai pengganti uang tunai secara keseluruhan.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa pendefinisian mengenai *cashless society* dapat disimpulkan bahwa *cashless society* adalah masyarakat yang memprioritaskan metode pembayaran digital dalam melakukan kegiatan transaksi ekonomi. Penggunaan metode pembayaran digital meliputi berbagai instrumen, seperti *QR Code*, *e-wallet*, *mobile banking*, kartu debit/kredit, dan sistem pembayaran digital lainnya. Fenomena ini muncul sebagai respons terhadap perkembangan teknologi keuangan yang semakin pesat, serta tuntutan masyarakat akan sistem transaksi yang lebih cepat, nyaman, aman, dan efisien. Maka dari itu, *cashless society* bukan sekadar mencerminkan perubahan cara bertransaksi, tetapi juga perubahan perilaku dan budaya masyarakat dalam mengelola keuangan sehari-hari. Untuk memahami lebih dalam mengenai fenomena ini maka diperlukan karakteristik sebagai indikator hadirnya *cashless society*.

1.5.1.2 *Cashless Payment*

Cashless payment merupakan sistem pembayaran yang memungkinkan transaksi dilakukan tanpa menggunakan uang tunai secara fisik, melainkan melalui berbagai instrumen digital seperti kartu debit/kredit, dompet digital (*e-wallet*), *mobile banking*, dan *QR code*. Sistem ini berkembang seiring dengan kemajuan teknologi finansial dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan metode pembayaran yang cepat, aman, dan efisien. Menurut Yang et al. (2021), *cashless payment* adalah metode pembayaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk memproses transaksi keuangan secara *real-time* sehingga meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam bertransaksi.

Penelitian oleh Ramli (2021) menekankan bahwa adopsi pembayaran non-tunai di negara berkembang didorong oleh faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, keamanan, dan kompatibilitas dengan gaya hidup masyarakat. Lebih lanjut, Rahma Dinda et al. (2022) dalam studi mereka menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* untuk menganalisis adopsi cashless payment di Sumatera Barat. Hasilnya menunjukkan bahwa kondisi fasilitas dan kompatibilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dan adopsi cashless payment. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi sistem pembayaran non-tunai tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kesiapan infrastruktur dan penerimaan sosial.

Dengan demikian, *cashless payment* bukan sekadar inovasi teknologi tetapi juga representasi dari transformasi perilaku konsumsi masyarakat menuju era digital. Pemahaman mendalam tentang konsep ini penting untuk mengkaji dinamika perubahan dalam pola transaksi ekonomi dan implikasinya terhadap sistem sosial.

1.5.1.3 Karakteristik Cashless Society

Karakteristik dari *cashless society* dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator yang dapat dilihat dan dirasakan dalam kehidupan masyarakat. Karakteristik *cashless society* yang dimaksud meliputi ketersediaan teknologi keuangan, menurunnya penggunaan uang tunai, peningkatan transaksi digital, perubahan pola perilaku konsumen, dan keterlibatan pemerintah dan lembaga keuangan. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing karakteristik *cashless society* tersebut.

1. Ketersediaan Teknologi Keuangan

Keberadaan infrastruktur teknologi keuangan menjadi salah satu karakteristik penting dalam mewujudkan *cashless society*. Adanya ketersediaan teknologi akan mendukung proses digitalisasi yang nantinya akan membentuk ekosistem yang luas di masyarakat. Di Indonesia, transformasi digital mengalami akselerasi yang signifikan sejak tahun 2019, ditandai dengan meningkatnya pengguna di berbagai platform digital dalam aktivitas ekonomi. Bank Indonesia melaporkan kenaikan nilai transaksi digital melalui berbagai platform yang telah mencapai sebesar Rp60,204 triliun dalam lima tahun terakhir. Selain itu, Bank Indonesia selaku bank sentral Indonesia telah melakukan perencanaan sebagai upaya pengembangan sistem pembayaran nasional melalui *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025*. Bahkan Bank Indonesia juga telah menyiapkan BSPI 2030 sebagai tindak lanjut dari BSPI 2025. Beberapa instrumen keuangan digital di Indonesia seperti *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, *Bank Indonesia Fast Payment (BI-FAST)*, dan *Bank Indonesia Real Time Gross Settlement (BI-RTGS)* telah menjadi penopang dalam membangun *cashless society* di Indonesia (Bank Indonesia, 2025). Tanpa adanya teknologi keuangan yang memadai, *cashless society* akan sulit untuk diwujudkan. Maka dari itu, kehadiran teknologi keuangan ini menjadi syarat utama dalam membangun ekosistem digital yang baik.

2. Penggunaan Uang Tunai yang Minim

Menurunnya penggunaan uang tunai merupakan salah satu karakteristik dari *cashless society*. Uang tunai yang identik dengan bentuk fisik seperti kertas atau koin, sering kali dianggap kurang praktis oleh masyarakat, terutama ketika melakukan transaksi dengan nominal besar. Kebutuhan untuk membawa uang tunai dalam jumlah banyak tidak hanya merepotkan, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran terkait aspek keamanan, seperti risiko pencurian atau kehilangan (Pratama et al., 2022). Hal ini menjadi alasan mengapa masyarakat mulai beralih ke transaksi digital yang dianggap lebih efisien dan aman, sehingga tidak perlu lagi membawa uang tunai lembaran atau koin dalam jumlah besar.

3. Dominasi Transaksi Digital

Transaksi digital sebagai *output* dari kemajuan teknologi keuangan menciptakan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Tingginya dominasi transaksi digital menjadi salah satu ciri khas dari *cashless society*. Sejak akhir abad ke-20, pembayaran digital mulai masif digunakan oleh masyarakat, khususnya di negara-negara besar. Banyak aktivitas ekonomi dilakukan melalui instrumen pembayaran digital, seperti kartu kredit/debit, *QR code*, *e-wallet*, dan *mobile banking*. Metode ini dinilai lebih cepat dan efisien dibandingkan transaksi dengan cara konvensional yang menggunakan uang tunai. Selain itu, Arvidsson (2019) menjelaskan bahwa dalam kehidupan masyarakat yang sudah tergolong *cashless society*, penggunaan aplikasi pembayaran digital seperti *mobile banking* dan *e-wallet* telah menjadi rutinitas ketika bertransaksi. Di Indonesia, fenomena ini telah berkembang secara signifikan. Bank Indonesia mencatat bahwa tren transaksi digital menunjukkan kenaikan yang tajam. Berdasarkan laporan Gubernur Bank Indonesia, Perry Warjiyo, jumlah transaksi QRIS tumbuh sebesar 226,54% dalam kurun waktu satu tahun terakhir, dengan pengguna mencapai 50,50 juta dan merchant sebanyak 32,71 juta (Indonesia.go.id, 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa keberadaan teknologi keuangan telah terinternalisasi dalam kehidupan masyarakat modern.

4. Perubahan Pola Perilaku Konsumen

Perubahan pada pola perilaku konsumen merupakan karakteristik *cashless society* yang nyata pada masyarakat. Rachmawati (2022) menemukan bahwa kemudahan dalam penggunaan pembayaran non-tunai khususnya *e-wallet*, mendorong konsumen untuk lebih sering melakukan pembelian, termasuk perilaku impulsif (*impulsive buying*) yang sebelumnya cenderung lebih terkendali ketika menggunakan uang tunai. Selain itu, masyarakat juga memperhatikan adanya kepraktisan didapatkan ketika menggunakan uang digital. Kejadian ini sering terjadi ketika mereka lebih memilih menggunakan uang digital karena tidak harus membawa uang fisik dalam bentuk lembaran atau koin yang banyak. Perubahan pola perilaku ini menjadi salah satu karakteristik dari *cashless society* karena dampak nyata yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

5. Keterlibatan Pemerintah dan Lembaga Keuangan

Peran aktif pemerintah dan keterlibatannya dengan lembaga keuangan menjadi salah satu karakteristik utama dalam *cashless society*. Tanpa adanya dukungan kebijakan dan regulasi yang jelas, transisi menuju *cashless society* akan terhambat. Di Indonesia, Bank Indonesia dan pemerintah berperan dalam menginisiasi program seperti Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dan rancangan *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia (BSPI) 2025* untuk mempercepat digitalisasi transaksi di masyarakat (Atmaja & Paulus, 2022). Keterlibatan lembaga keuangan dan perusahaan *financial technology (fintech)* juga berpartisipasi dalam mempercepat penyebaran infrastruktur keuangan digital dan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang manfaat transaksi berbasis digital (Wulandari et al., 2023).

1.5.1.4 *Cashless Society* di Indonesia

Perkembangan teknologi keuangan di Indonesia telah mengalami akselerasi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Transformasi digital yang didorong oleh kemajuan infrastruktur telah meningkatkan akses masyarakat terhadap teknologi. Fenomena ini menggambarkan pergeseran menuju *cashless society*, kondisi ketika di mana transaksi non-tunai semakin diprioritaskan oleh masyarakat dalam berbagai aktivitas ekonomi. Bank Indonesia (BI) sebagai bank sentral Indonesia telah mengambil langkah-langkah strategis dalam otoritas sistem pembayaran digital, kebijakan ini melibatkan pemerintah dalam upaya mempercepat digitalisasi ekonomi melalui kebijakan-kebijakan yang mendorong transaksi non-tunai. Salah satu upaya awal menuju *cashless society* di Indonesia, yaitu ketika Bank Indonesia (BI) menggagas Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014 untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya transaksi *cashless* guna menciptakan ekosistem pembayaran yang lebih efisien, aman, dan transparan. (Safitri, 2021). Setahun sebelumnya, Bank Indonesia menginisiasi istilah *Less Cash Society (LSC)* dalam mendefinisikan gaya hidup yang memanfaatkan uang elektronik untuk bertransaksi. Meskipun istilah *cashless society* lebih umum digunakan secara global, Bank Indonesia memilih istilah *Less Cash Society* karena penekanannya terhadap pengurangan penggunaan uang tunai secara bertahap, bukan dalam penghapusan total (Abbas, 2017).

Penerapan sistem pembayaran digital di Indonesia terus mengalami perluasan di Indonesia. Pada tahun 2017, pemerintah mulai mengintegrasikan pembayaran digital ke dalam layanan publik dengan menerapkan sistem pembayaran elektronik pada jalan tol melalui sistem *e-Toll* yang mewajibkan pengguna jalan tol untuk bertransaksi secara non-tunai. Sistem ini diperluas pada tahun 2018 dengan diberlakukannya kebijakan *cashless* di berbagai sektor layanan publik, termasuk pajak dan retribusi daerah (Harahap, 2020). Selain itu, digitalisasi sistem pembayaran juga diterapkan pada transportasi publik. Pada tahun 2019, *MRT Jakarta* resmi dioperasikan dengan sistem pembayaran kartu elektronik sejak hari pertama operasional. Sistem ini kemudian diberlakukan juga di *TransJakarta* dan *KRL Commuter Line* (Suminar et al., 2020).

Fenomena *cashless society* semakin meluas seiring dengan akselerasi digitalisasi pada tahun 2020. Pandemi *COVID-19* yang melanda seluruh dunia termasuk Indonesia memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan sosial dan ekonomi. Mobilitas yang dibatasi dalam upaya menanggulangi penyebaran virus menyebabkan kesulitan bagi masyarakat untuk beraktivitas secara langsung, sehingga mempercepat pergeseran menuju transaksi digital. Dalam hal ini, penggunaan fitur digital seperti belanja online yang mendukung sistem pembayaran non-tunai, mulai dari *e-wallet* hingga aplikasi *mobile banking* menjadi hal yang bersifat umum. Proses digitalisasi yang awalnya merupakan upaya mitigasi terhadap pembatasan fisik, kini menjadi bagian pokok dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Penggunaan transaksi non-tunai dianggap lebih praktis, efisien, dan aman semakin diterima luas di berbagai aktivitas ekonomi masyarakat. Fenomena ini tidak hanya terkait dengan kemajuan teknologi tetapi juga dengan adanya pergeseran gaya hidup yang semakin bergantung pada pembayaran digital, seperti *e-wallet* dan *mobile banking*. Generasi milenial dan ke atasnya menjadi pengadopsi utama teknologi ini (Hazbiyah, S. & Wuryanta, 2020).

Indonesia pasca pandemi mengalami berbagai perubahan dalam pola kebiasaan masyarakat. Peran digitalisasi semakin krusial dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Pemerintah dan sektor swasta terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai layanan pembayaran digital yang inklusif, memungkinkan masyarakat dari berbagai latar belakang ekonomi untuk mengakses transaksi non-tunai dengan lebih mudah. Layanan seperti *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang dikembangkan oleh Bank Indonesia semakin mendorong akselerasi ekosistem digital di berbagai sektor, termasuk UMKM dan pasar tradisional. Selain itu, ada fitur *Near Field Communication (NFC)* yang memberikan manfaat kepada pengguna dengan hanya menempelkan kartu atau HP-nya ke mesin pembaca (Bank Indonesia, 2025). Hal ini terus dilakukan sebagai upaya peningkatan tren transaksi uang elektronik di Indonesia.

Laju adopsi *cashless society* di Indonesia terus mengalami peningkatan seiring dengan inovasi teknologi keuangan yang semakin kompleks. Transaksi digital menjadi standar baru dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari belanja ritel hingga layanan fasilitas publik. Pada tahun 2013, transaksi uang elektronik tercatat senilai 2,9 triliun rupiah. Selanjutnya di tahun 2014 nilai transaksi mengalami kenaikan signifikan hingga pada tahun 2018 mencapai senilai 47,2 triliun rupiah. Nilai transaksi uang elektronik kemudian mengalami lonjakan besar pada tahun 2019 yang mencapai transaksi senilai 145,2 triliun rupiah. Tren ini terus mengalami peningkatan hingga data terbaru pada 2023, transaksi uang elektronik mencapai angka 835,84 triliun rupiah (Bank Indonesia, 2024). Hal ini menjadi tanda bahwa masyarakat di Indonesia telah mengalami transformasi pesat menuju *cashless society*, di mana pembayaran berbasis elektronik kini telah menjadi opsi baru bagi masyarakat umum.

Transformasi digital di Indonesia telah mengalami percepatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi di berbagai sektor kehidupan. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2023) menyatakan melalui data Indeks Masyarakat Digital (IMD) pada tahun 2022 bahwa terdapat 10 provinsi di Indonesia yang hampir setengah dari masyarakatnya telah menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dari hasil survei yang dilakukan, DKI Jakarta mencatatkan indeks tertinggi dengan angka 47,98 % diikuti oleh Bali dengan 47,96 %. Kedua wilayah ini memiliki infrastruktur digital yang lebih maju serta tingkat adopsi teknologi yang lebih tinggi, terutama dalam penggunaan layanan keuangan digital. Selain Jakarta dan Bali, ada Jawa Tengah (46,13 %), Kalimantan Timur (45,06 %), Banten (44,38 %), Jawa Barat (43,28 %), D.I. Yogyakarta (43,28 %), Sumatera Barat (42,26 %), Nusa Tenggara Barat (40,41 %), Nusa Tenggara Timur (40,41 %). Meskipun demikian, masih banyak daerah-daerah lain termasuk Sulawesi Selatan yang belum merasakan layanan digital semasif 10 provinsi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia saat ini masih dalam tahap transisi menuju *cashless society*.

Topik penelitian ini menarik untuk diteliti karena digitalisasi yang semakin masif melahirkan pola masyarakat baru. PTB Maros yang merupakan ruang ekonomi terbuka mulai mengalami pergeseran metode transaksi dari tunai ke *cashless payment*. Meskipun belum sepenuhnya, hal ini menunjukkan *cashless payment* tidak berkembang secara serentak di seluruh wilayah di Indonesia, melainkan dipengaruhi oleh adanya akses serta kesiapan infrastruktur dan masyarakat yang berbeda. Dengan demikian, kajian mengenai *cashless* ini sangat diperlukan untuk memahami lebih dalam mengenai bagaimana perkembangan peradaban masyarakat, khususnya di era digital.

1.5.2 Kajian Teori Difusi Inovasi

1.5.2.1 Pengertian Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers, pertama kali diperkenalkan dalam bukunya *Diffusion of Innovations* pada tahun 1962 dan direvisi hingga edisi kelima pada tahun 2003. Teori ini menjelaskan bagaimana suatu inovasi dalam bentuk gagasan/ide, perilaku, atau produk baru disebarkan dan diadopsi oleh individu atau kelompok dalam suatu sistem sosial melalui saluran komunikasi tertentu dalam kurun waktu tertentu (Rogers, 2003). Rogers menekankan bahwa proses difusi bukan hanya tentang penyebaran informasi melainkan juga bagaimana individu membuat keputusan dalam mengadopsi atau menolak suatu inovasi berdasarkan preferensi mereka terhadap manfaat dan risikonya.

1.5.2.2 Karakteristik Difusi Inovasi

Rogers (2003) mengidentifikasi bahwa terdapat lima karakteristik difusi inovasi yang memengaruhi tingkat adopsi suatu inovasi oleh individu atau kelompok masyarakat. Karakteristik ini menentukan seberapa cepat dan luas inovasi dapat diterima dalam suatu sistem sosial; semakin positif persepsi individu terhadap kelima karakteristik ini, maka kemungkinan inovasi dan diadopsi akan lebih besar. Kelima faktor ini akan menjadi acuan dalam melihat keberlanjutan suatu inovasi.

1. Keunggulan Relatif (*Relative Advantage*)
Keunggulan relatif mengacu pada sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik dibandingkan dengan cara lama yang digantikannya (Rogers, 2003, hal. 229). Dalam konteks transaksi digital, keunggulan ini dapat berupa kemudahan transaksi, efisiensi waktu, atau keamanan yang lebih tinggi dibanding metode pembayaran tunai.
2. Kesesuaian (*Compatibility*)
Inovasi akan lebih mudah diadopsi jika sesuai dengan nilai, kebutuhan serta pengalaman pengguna potensial (Rogers, 2003, hal. 240). Metode pembayaran nontunai cenderung lebih cepat diterima oleh konsumen yang sudah terbiasa menggunakan teknologi digital dan memiliki akses terhadap perangkat pendukung fasilitas seperti *smartphone*.
3. Kerumitan (*Complexity*)
Semakin rumit suatu inovasi untuk dipahami dan digunakan, maka semakin rendah juga kemungkinan inovasi tersebut untuk diadopsi (Rogers, 2003, hal. 257). Penggunaan dompet digital yang pada awalnya kelihatan rumit atau tidak ramah pengguna dapat menjadi hambatan dalam proses adopsi.
4. Dapat Diuji (*Trialability*)
Keterujian inovasi merupakan karakteristik di mana suatu inovasi dapat diujicobakan dalam hal terbatas. Inovasi yang dapat diuji coba dalam skala kecil ini sebelum diadopsi penuh akan lebih mudah diterima (Rogers, 2003, hal. 258). Misalnya, konsumen yang diberi kesempatan mencoba fitur cashless payment dalam event tertentu atau diskon khusus untuk pengguna baru cenderung lebih cepat menerima metode tersebut.
5. Mudah Diamati (*Observability*)
Observabilitas ini merupakan tingkat di mana hasil suatu inovasi dapat dilihat atau diamati oleh orang lain. Inovasi yang hasil atau manfaatnya mudah diamati oleh orang lain cenderung lebih cepat diadopsi (Rogers, 2003, hal. 258). Penggunaan dompet digital yang terlihat praktis dan cepat oleh konsumen lain dapat menjadi contoh yang mendorong pengguna baru.

Kelima karakteristik ini penting untuk dianalisis dalam konteks transisi menuju *cashless society* di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak. Persepsi konsumen terhadap manfaat, kemudahan serta kesesuaian sistem transaksi digital ini sangat menentukan keputusan mereka untuk menerima atau tetap menggunakan metode konvensional.

1.5.2.3 Elemen Difusi Inovasi

Difusi inovasi yang dikemukakan oleh Rogers (2003) mengidentifikasi empat elemen utama yang menjadi fundamental dari proses difusi seperti inovasi (*innovation*), saluran komunikasi (*communication channels*), waktu (*time*), dan sistem sosial (*social system*). Selanjutnya akan dijelaskan lebih lanjut terkait keempat elemen tersebut.

1. Inovasi (*Innovation*)
 Inovasi ini didefinisikan sebagai ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh masyarakat dalam suatu sistem sosial. Dalam konteks *cashless society*, inovasi tersebut dapat berupa sistem pembayaran nontunai seperti *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*, *e-wallet*, dan *mobile banking* yang dilihat sebagai solusi atas kebutuhan transaksi yang efektif dan efisien.
2. Saluran Komunikasi (*Communication Channels*)
 Saluran komunikasi berperan dalam mendistribusikan informasi mengenai inovasi dari satu individu ke individu lainnya. Efektivitas komunikasi sangat menentukan bagaimana suatu inovasi dapat dipahami dan diterima, terlebih dalam masyarakat digital saat ini yang memanfaatkan media sosial, promosi digital, serta testimoni pengguna sebagai media utama dalam penyebaran informasi (Rogers, 2003, hal. 18–19).
3. Waktu (*time*)
 Waktu sebagai elemen ketiga, menunjukkan bahwa adopsi inovasi tidak terjadi secara seragam. Terdapat rentang waktu di mana individu melewati proses pengenalan hingga pengambilan keputusan terhadap inovasi. Proses ini mencerminkan beragam penerimaan di antara berbagai kelompok dalam masyarakat (Rogers, 2003, hal. 20–21).
4. Sistem Sosial (*Social System*)
 Sistem sosial mencakup struktur sosial, norma, nilai, dan jaringan relasi yang membentuk kerangka tempat inovasi disebarkan. Keberhasilan suatu inovasi sangat bergantung pada respons dan karakteristik dari sistem sosial dimana ia disosialisasikan (Rogers, 2003, hal. 24).

1.5.2.4 Kategori Adopter dalam Difusi Inovasi

Inovasi yang muncul ke dalam masyarakat tidak diadopsi secara bersamaan. Rogers (2003) membagi individu ke dalam lima kategori berdasarkan kecepatan dan waktu adopsi mereka terhadap suatu inovasi. Kategori ini menggambarkan perbedaan karakteristik sosial dan psikologis dari para pengadopsi.

1. Inovator (*Innovators*)
 Inovator merupakan aktor-aktor pertama yang mengadopsi suatu inovasi ke dalam sistem sosial. Mereka memiliki tingkat risiko yang tinggi, akses terhadap sumber daya, dan hubungan yang luas dengan dunia luar (Rogers, 2003). Inovator biasanya paham teknologi dan terbuka terhadap hal-hal baru. Dalam penelitian ini, mereka adalah orang-orang yang pertama kali menggunakan dompet digital, bahkan sebelum sistem itu umum digunakan.
2. Pengadopsi Awal (*Early Adopters*)
 Pengadopsi awal ini umumnya merupakan individu yang memiliki pengaruh tinggi dalam komunitas masyarakat. Mereka lebih selektif dari inovator, tetapi tetap terbuka terhadap perubahan. Hal ini dianggap sebagai panutan, adopsi inovasi oleh kelompok ini sangat menentukan keberhasilan difusi lebih lanjut (Rogers, 2003).

3. Mayoritas Awal (*Early Majority*)
Kelompok ini membutuhkan waktu lebih lama untuk mengadopsi inovasi. Mereka lebih bersikap hati-hati dan mempertimbangkan risiko serta manfaat inovasi dengan teliti. Namun, mereka tetap terbuka terhadap perubahan dan menjadi bagian penting dalam penyebaran inovasi secara luas (Rogers, 2003).
4. Mayoritas Akhir (*Late Majority*)
Kelompok ini bersifat skeptis terhadap inovasi dan baru mengadopsinya karena adanya tekanan sosial atau kebutuhan ekonomi. Mereka memerlukan bukti nyata keberhasilan inovasi dan biasanya menunggu sampai inovasi menjadi hal yang dominan atau menjadi arus utama (Rogers, 2003).
5. Pengadopsi Terlambat (*Laggards*)
Kelompok terakhir yang mengadopsi inovasi. Kelompok ini sangat tradisional, memiliki akses informasi yang terbatas dan cenderung menolak perubahan (Rogers, 2003). Dalam penelitian ini, kelompok ini tetap memilih transaksi tunai karena kurang percaya pada sistem digital.

Dalam penelitian ini, teori difusi inovasi menjadi salah satu landasan teoritis untuk mengetahui bagaimana *cashless payment* sebagai bentuk inovasi teknologi mulai diperkenalkan, disosialisasikan, dan diadopsi oleh konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros. Teori ini juga membantu dalam mengidentifikasi sejauh mana *cashless payment* telah menginternalisasi nilai-nilai lokal, serta bagaimana saluran komunikasi dan interaksi sosial berperan dalam mempercepat atau memperlambat adopsinya. Dengan menggunakan teori ini, penelitian tidak hanya mampu menjelaskan penerimaan *cashless payment* secara teknis, tetapi juga mampu membongkar proses sosial di balik pengambilan keputusan masyarakat dalam menerima inovasi keuangan digital.

1.5.3 Kajian Teori Perilaku Konsumsi

1.5.3.1 Pengertian Perilaku Konsumsi

Teori konsumsi yang dikembangkan oleh Jean Baudrillard merupakan pendekatan kritis terhadap pandangan tradisional yang memandang konsumsi hanya sebagai cara memenuhi kebutuhan dasar. Dalam karyanya *The Consumer Society: Myths and Structures (1998)*, Baudrillard menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, konsumsi tidak lagi semata-mata berorientasi pada fungsi atau kegunaan barang, melainkan pada makna simbolik yang melekat pada objek. Konsumsi menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas sosial, gaya hidup, serta membedakan posisi seseorang dalam struktur masyarakat. Bagi Baudrillard, tindakan konsumsi merupakan bagian dari sistem tanda, di mana barang dikonsumsi bukan karena nilai gunanya, tetapi karena nilai simbolis yang dikonstruksikan oleh budaya. Oleh karena itu, perilaku konsumsi mencerminkan bagaimana individu menggunakan objek sebagai bahasa untuk berkomunikasi dan membentuk citra diri di hadapan masyarakat.

1.5.3.2 Nilai dan Bentuk dalam Konsumsi

Jean Baudrillard (1998) menjelaskan bahwa konsumsi dalam masyarakat modern telah bergeser dari sekadar pemenuhan kebutuhan menjadi aktivitas simbolik yang sarat makna sosial dan budaya. Konsumsi tidak lagi sekadar proses ekonomi, melainkan praktik komunikasi, pencitraan, dan pembentukan identitas. Baudrillard mengklasifikasikan konsumsi ke dalam empat kategori nilai yang melekat pada suatu objek konsumsi, yakni nilai guna (*use value*), nilai tukar (*exchange value*), nilai simbolik (*symbolic value*), dan nilai tanda (*sign value*). Dalam penelitian ini, pemikiran Baudrillard dikonkretkan ke dalam 4 bentuk sebagai berikut.

1. Gaya Hidup

Bentuk ini mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan preferensi, nilai, dan citra diri seseorang. Dalam penelitian ini, penggunaan *cashless payment* tidak hanya dilihat dari segi kemudahan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup modern yang menunjukkan keterbukaan terhadap perkembangan teknologi.

2. Motivasi Konsumsi

Bentuk ini berhubungan dengan alasan atau dorongan yang melandasi tindakan individu dalam membeli suatu barang atau jasa. Dorongan ini dapat bersifat rasional seperti efisiensi dan kemudahan, namun juga dapat dipengaruhi faktor emosional seperti kenyamanan, rasa aman, atau keinginan untuk mengikuti perkembangan zaman.

3. Konsumsi Simbolik

Bentuk ini mengacu pada makna sosial yang terkandung dalam suatu tindakan konsumsi. Dalam penelitian ini, individu menggunakan suatu produk atau layanan bukan semata-mata karena kegunaannya, melainkan karena barang atau jasa tersebut mencerminkan identitas pribadi, nilai-nilai yang dianut atau afiliasi terhadap suatu kelompok sosial. Misalnya, penggunaan *cashless payment* tidak hanya dimotivasi oleh efisiensi, tetapi juga digunakan untuk memaknai diri sendiri sebagai seseorang yang modern, adaptif terhadap teknologi, atau bagian dari komunitas tertentu.

4. Konsumsi Impulsif

Bentuk ini merujuk pada perilaku membeli yang dilakukan tanpa perencanaan matang. Perilaku ini sering kali dipicu oleh rangsangan sesaat seperti promosi, diskon, atau kemudahan akses transaksi digital. Fenomena ini berpotensi mendorong pola konsumsi yang berlebihan, di mana keputusan pembelian tidak lagi sepenuhnya rasional, melainkan didorong oleh dorongan emosional dan kemudahan teknologi. Dalam penelitian ini, konsumsi bersifat hiperrealitas tidak merujuk pada kebutuhan nyata, tetapi pada representasi sosial yang ingin dibentuk. Akibatnya dapat membuat individu menjadi tidak rasional dan dapat membuat individu menjadi boros dalam mengonsumsi atau membeli suatu barang/jasa; hal ini dapat didorong oleh kemudahan serta keamanan yang dihadirkan oleh inovasi *cashless payment*.

Dengan demikian, teori perilaku konsumsi dari Jean Baudrillard memberikan perspektif kritis dan sosiologis dalam memahami perilaku konsumsi di era modern. Konsumsi tidak lagi dipandang hanya sebagai aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan biologis, tetapi telah menjadi bagian dari konstruksi sosial dan simbolik yang mencerminkan identitas, status, serta cara individu menegosiasikan eksistensinya dalam masyarakat. Dalam konteks adopsi sistem pembayaran digital, konsumsi mengalami transformasi yang signifikan karena nilai-nilai simbolik dan tanda yang melekat pada cara seseorang bertransaksi menjadi bagian dari gaya hidup modern. Dari nilai tersebut, peneliti mendeskripsikan ke dalam 4 bentuk utama perilaku konsumsi dalam penelitian ini, yaitu konsumsi berbasis gaya hidup, konsumsi berdasarkan motivasi, konsumsi simbolik, dan konsumsi impulsif. Keempat bentuk ini digunakan sebagai indikator dalam mengukur perubahan dan dinamika perilaku konsumsi masyarakat di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros. Seiring dengan semakin meluasnya penggunaan *cashless payment*, pendekatan ini diharapkan dapat mengungkap dimensi sosial yang tersembunyi di balik praktik konsumsi sehari-hari serta menjelaskan bagaimana inovasi teknologi dapat membentuk pola konsumsi yang tidak hanya rasional, tetapi juga sarat dengan makna simbolik dan representasi diri.

1.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Widyoretno Adiani, Atik Aprianingsih, Mustika Sufiati Purwanegara (2021)	<i>Cashless Society in Progress: Capturing Different Generations Perspectives Toward External Influence in E-wallet Usage</i>	Penelitian ini menggunakan metode <i>mixed-method</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat dukungan pemerintah pada generasi muda dan generasi yang lebih tua. 2. Keamanan data menjadi perhatian utama 3. Pengaruh sosial penting dalam membentuk kepercayaan <i>e-wallet</i> bagi semua generasi.

2.	Kemal Farouq Mauladi, I Made Laut Mertha Jaya, Miguel Angel Esquivias (2022)	<i>Exploring the Link Between Cashless Society and Cybercrime in Indonesia</i>	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap rekayasa sosial. 2. Terdapat rekayasa sosial yang dapat digunakan untuk tujuan politik, konflik, dan manipulasi sosial.
3.	Risky Ainur Hardianti, Intan Permatasari, Ratih Nur (2022)	Paradigma <i>Cashless Society</i> dan <i>E Commerce</i> di Indonesia, Keberhasilan Pemulihan Ekonomi Atau Euforia?	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perkembangan <i>e-commerce</i> berkontribusi terhadap peningkatan perilaku konsumtif masyarakat, yang ditandai dengan pembelian impulsif dan gaya hidup hedonis. 2. Tingginya arus informasi <i>social influence</i> dalam transaksi, memperkuat penggunaan <i>cashless payment</i>.

4.	Wirda Seputri, Andri Soemitra, Nur Ahmadi Bi Rahmani (2023)	Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> sebagai <i>Cashless Society</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan justru berdampak negatif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam mengadopsi <i>QRIS</i> menunjukkan bahwa faktor lain selain kemudahan, seperti keamanan atau kepercayaan, mungkin lebih menentukan dalam memengaruhi minat adopsi.
5.	Mohammad Rafki Nazar, Utari Arifah, Serena Maharani Fitri, Syifa, Aulia Santika Putri, Muhammad Pradiptya Ramadianto (2023)	Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Eletronic Money dan Munculnya <i>Cashless Society</i> di Indonesia	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun uang elektronik memberikan berbagai kemudahan dalam transaksi, terdapat dampak negatif yang perlu diperhatikan. Utilitas yang dirasakan, kenyamanan, serta tingkat keamanan dan privasi memengaruhi penerimaan pengguna terhadap e money, tetapi kenikmatan dalam bertransaksi masih rendah.
6.	Devina Agustin, Duriyyatul Millah,	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan,	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian yang didapatkan ialah gaya hidup individu mencerminkan cara

Bintang Sirait, Zulfa, Kustina (2025)	Mia Lisa	Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Cashless Society	individu mengatur waktu turut mempengaruhi pola konsumsi, di mana individu tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga keinginan.
---	-------------	---	--

Sumber : Hasil Olahan Data Sekunder (2025)

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas dapat dipahami bahwa terdapat beberapa perbedaan-perbedaan yang menjadi kebaruan dari penelitian ini. Sebagai perbandingan untuk melihat kebaruan penelitian ini, maka disajikan beberapa aspek perbedaan serta persamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan.

1. Perbedaan

- a. Penelitian terdahulu sebagian besar lebih berfokus pada *e-wallet*, QRIS, atau secara umum membahas *cashless society* dalam ruang lingkup nasional tanpa fokus pada spasial atau lokasi secara spesifik, sedangkan penelitian ini secara khusus meneliti hubungan antara *cashless payment* dengan perilaku konsumsi di Kawasan Kuliner PTB Maros.
- b. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dua variabel utama yang terukur secara langsung, yakni *cashless payment* dan perilaku konsumsi, sementara penelitian di atas ada yang menggunakan *mixed method* dan kualitatif.
- c. Fokus pada perubahan perilaku konsumsi di lokasi kuliner juga merupakan kebaruan tersendiri karena penelitian terdahulu yang secara spesifik mengaitkan sistem *cashless payment* dengan konteks kuliner sebagai ruang sosial dan ekonomi masyarakat itu masih kurang.
- d. Penelitian ini juga berfokus pada penemuan pola konsumsi baru pada masyarakat digital.

2. Persamaan

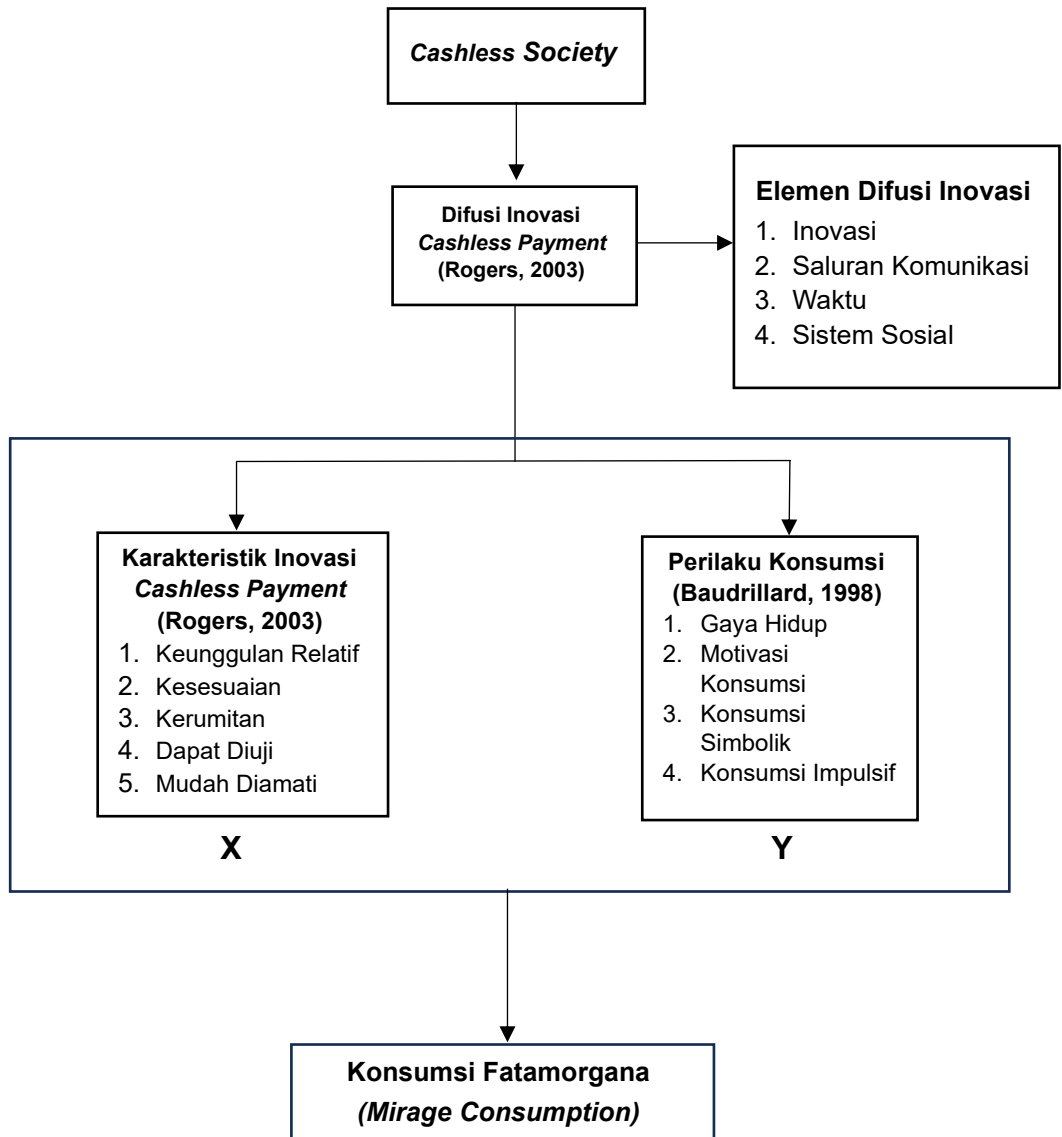
- a. Beberapa penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.
- b. Penelitian ini dan penelitian terdahulu sama-sama mempertimbangkan perubahan pola konsumsi dan perilaku individu dalam gaya hidup modern.
- c. Penelitian terdahulu dengan penelitian ini sama-sama melakukan penelitian dalam konteks transformasi digital.

1.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dibangun untuk menjawab dua rumusan masalah utama yang menjadi fokus kajian. Rumusan masalah pertama bertujuan untuk memahami bagaimana penyebaran inovasi *cashless payment* berlangsung di tengah masyarakat, khususnya di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros. Untuk menjawab rumusan ini, penelitian menggunakan empat elemen utama dalam teori difusi inovasi dari Everett M. Rogers, yaitu inovasi itu sendiri, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Keempat elemen ini memungkinkan peneliti untuk menelusuri sejauh mana teknologi pembayaran non-tunai diperkenalkan, dikomunikasikan, diterima, dan diadopsi oleh masyarakat sebagai konsumen.

Rumusan masalah kedua diarahkan untuk menguji hubungan antara inovasi *cashless payment* dengan perilaku konsumsi masyarakat. Dalam hal ini, inovasi diwujudkan melalui lima karakteristik utama sebagaimana dikemukakan oleh Rogers, yakni keunggulan relatif, kesesuaian, kerumitan, dapat diuji, dan mudah diamati. Kelima karakteristik ini menjadi representasi dari **Cashless Payment (X)** yang sejauh mana suatu inovasi dipersepsi sebagai sesuatu yang layak diadopsi oleh pengguna. Inovasi tersebut diasumsikan memiliki hubungan dengan pola **Perilaku Konsumsi (Y)** masyarakat dalam penelitian. Untuk memahami perilaku konsumsi secara lebih mendalam, penelitian ini merujuk pada pemikiran Jean Baudrillard yang memandang konsumsi tidak lagi sekadar aktivitas memenuhi kebutuhan, melainkan telah menjadi bagian dari konstruksi sosial dan identitas individu. Berdasarkan pendekatan tersebut, penelitian mengkaji empat bentuk perilaku konsumsi yang muncul di tengah *cashless society* yaitu konsumsi berbasis gaya hidup, konsumsi berdasarkan motivasi, konsumsi simbolik, dan konsumsi impulsif. Masing-masing bentuk ini mencerminkan bahwa konsumsi yang terjadi dalam masyarakat tidak hanya didorong oleh logika ekonomi, tetapi juga oleh dorongan psikologis, simbolis, dan sosial yang lebih kompleks.

Hubungan antara difusi inovasi *cashless payment* dan perilaku konsumsi inilah yang kemudian mengarah pada penemuan konseptual baru dalam penelitian ini, yaitu **Konsumsi Fatamorgana** atau **Mirage Consumption**. Konsep ini merupakan bentuk perilaku konsumsi yang khas dalam masyarakat digital, di mana individu terdorong untuk terus melakukan transaksi secara impulsif akibat kemudahan akses dan kenyamanan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran nontunai. Namun yang menjadikannya unik adalah hadirnya ilusi digital; yaitu kondisi di mana seseorang tidak lagi merasakan secara nyata pengeluaran yang terjadi karena tidak bersentuhan langsung dengan uang fisik. Hal ini menjadi kebaruan dalam penelitian karena menjadi sesuatu yang spesifik dalam kajian Sosiologi, khususnya dalam kerangka hubungan antara inovasi teknologi dan perubahan pola konsumsi di era digital. Penemuan ini menegaskan bahwa perkembangan teknologi pembayaran tidak hanya membawa dampak efisiensi, tetapi juga membentuk realitas sosial baru yang perlu dipahami secara kritis, terutama dalam hal perilaku konsumsi masyarakat. Selanjutnya akan divisualisasikan sebagai berikut.



Gambar 1.2 Kerangka Konseptual

1.8 Hipotesis

Hipotesis memiliki fungsi penting dalam penelitian ini sebagai jawaban yang sifatnya tentatif atas masalah yang diteliti. Hipotesis membuat penelitian yang dilakukan menjadi lebih terarah dan sistematis terkhusus penelitian kuantitatif. Hipotesis umumnya dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang memberikan gambaran hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2019), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah tersebut masih bersifat spekulatif dan perlu dibuktikan secara empiris melalui pengumpulan dan analisis data.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan kesimpulan, pernyataan, jawaban tentatif atau dugaan sementara atas suatu masalah penelitian yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel penelitian. Merujuk pada masalah penelitian yang diangkat, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut.

H0 = Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara inovasi *Cashless Payment* dengan Perilaku Konsumsi pengguna di Kawasan Kuliner PTB Maros.

H1 = Terdapat hubungan yang signifikan antara *Cashless Payment* dengan Perilaku Konsumsi pengguna di Kawasan Kuliner PTB Maros.

1.9 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan bagaimana variabel *cashless payment* dan perilaku konsumen diukur secara terstruktur dan sistematis sesuai dengan rumusan masalah. Untuk itu disajikan definisi operasional untuk mempermudah analisis dalam penelitian yaitu sebagai berikut.

1. *Cashless Payment* (Variabel Independen)

Cashless Payment adalah sistem atau metode pembayaran digital yang digunakan dalam bertransaksi. Dalam penelitian ini, *cashless payment* diukur berdasarkan pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan *cashless* seperti *QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*, *mobile banking*, dan *e-wallet* dalam aktivitas ekonomi di Kawasan Kuliner PTB Maros. Dalam penelitian ini, *cashless payment* berperan sebagai variabel independen atau bebas. Adapun karakteristik yang digunakan dalam melihat sejauh mana inovasi ini berlangsung yaitu sebagai berikut.

- a. Keunggulan relatif (berkaitan dengan efisiensi transaksi serta menunjukkan sejauh mana sistem pembayaran digital mempercepat proses transaksi dibandingkan metode tunai)
- b. Kesesuaian (berkaitan dengan keamanan penggunaan yang menunjukkan sejauh mana sistem *cashless* dianggap aman oleh pengguna dari risiko kejahatan digital)
- c. Kerumitan (berkaitan dengan kemudahan penggunaan untuk menggambarkan seberapa mudah sistem pembayaran digital dapat digunakan oleh konsumen)
- d. Dapat diuji (berkaitan dengan kesempatan dalam mencoba yang menunjukkan potensi adopsi yang tinggi jika inovasi *cashless* ini dapat diakses dengan mudah)
- e. Dapat diamati (berkaitan dengan frekuensi penggunaan yang menunjukkan seberapa sering konsumen menggunakan metode *cashless* dalam aktivitas transaksi konsumen).

2. Perilaku Konsumsi (Variabel Dependen)

Perilaku konsumen adalah berbagai tindakan atau keputusan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, menilai, dan mengevaluasi suatu produk atau jasa. Dalam penelitian ini, perilaku konsumsi mengacu pada teori Jean Baudrillard (1998) bahwa perilaku konsumsi tidak hanya dilihat sebagai aktivitas ekonomi saja, melainkan juga sebagai ekspresi simbolik dan sosial. Oleh karena itu, aspek-aspek perilaku konsumsi dalam penelitian ini dikaji melalui empat dimensi utama, yaitu sebagai berikut.

- a. Gaya hidup (berkaitan dengan pola hidup masyarakat sebagai konsumen dalam memilih barang dan menggunakan barang sebagai cerminan atau identitas diri)
- b. Motivasi konsumsi (berkaitan dengan adanya dorongan internal atau eksternal yang mendorong seseorang untuk mengonsumsi)
- c. Konsumsi simbolik (berkaitan dengan bagaimana konsumen menunjukkan bahwa ia tidak hanya sekadar membeli barang untuk fungsi praktis, tetapi juga terdapat makna simbolik yang melekat pada barang atau cara konsumsinya)
- d. Konsumsi impulsif (berkaitan dengan tindakan pembelian yang dilakukan secara spontan tanpa pertimbangan yang matang).

1.10 Matriks Pengembangan Indikator

Tabel 1.2 Matriks Pengembangan Indikator

No.	Variabel	Indikator	Parameter Ukur
1	<i>Cashless Payment</i>	Karakteristik Inovasi	1. Keunggulan Relatif 2. Kesesuaian 3. Kerumitan 4. Dapat Diuji 5. Dapat Diamati
2	Perilaku Konsumsi	Nilai-Nilai dalam Konsumsi	1. Gaya Hidup 2. Motivasi Konsumsi 3. Konsumsi Simbolik 4. Konsumsi Impulsif

Sumber : Hasil Olahan Data Sekunder (2025)

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan, Tipe dan Strategi Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Sugiyono (2019) menyimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang mengacu pada paradigma positivistik, di mana peneliti berusaha mengungkap kebenaran ilmiah melalui pengujian terhadap hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel dengan alat ukur yang telah disusun secara sistematis dan data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik-teknik statistik guna memperoleh kesimpulan yang bersifat objektif. Adapun tipe yang digunakan dalam penelitian ini ialah eksplanatori. Penelitian ini dirancang untuk menguji serta menggali hubungan sebab-akibat antara variabel yang dikaji. Nazir (2011) menyimpulkan bahwa penelitian eksplanatori bertujuan untuk menunjukkan hubungan kausal berdasarkan landasan teori dan menguji hipotesis secara runut. Dalam penelitian ini, peneliti menggambarkan bagaimana hubungan antara inovasi *cashless payment* dengan perilaku konsumsi pengunjung atau konsumen.

Strategi dalam penelitian ini ialah strategi survei. Sugiyono (2019) menyimpulkan bahwa metode survei adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden, baik melalui wawancara ataupun angket dengan tujuan memperoleh informasi yang digunakan untuk menguji hipotesis. Adapun dalam menjawab rumusan masalah, penelitian ini menggabungkan unsur deskriptif untuk menjelaskan proses difusi inovasi dan bentuk perilaku konsumsi, serta unsur eksplanatori untuk menguji hubungan antara variabel inovasi *cashless payment* (X) dan variabel konsumsi (Y) melalui analisis statistik inferensial.

2.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

2.2.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan untuk dilaksanakan mulai dari tahap perencanaan hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Pelaksanaan kegiatan mencakup tahapan seperti penyusunan instrumen, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan hasil dan seminar akhir. Seluruh proses dijalankan sesuai dengan jadwal yang telah disusun secara sistematis. Rincian tahapan penelitian disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 2.1 Jadwal Penelitian

No.	Nama Kegiatan	2025						
		F	M	A	M	J	J	A
1	Penyusunan Proposal							
2	Bimbingan Proposal Penelitian							
3	Seminar Proposal Penelitian							
4	Pengurusan Surat Izin							
5	Pengumpulan Data							
6	Pengolahan & Analisis Data							
7	Pembuatan Laporan Hasil							
8	Bimbingan Laporan Hasil							
9	Seminar Hasil Penelitian							

Sumber : Hasil Olahan Data Sekunder (2025)

2.2.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) yang terletak di Lingkungan Kassi Lama, Kelurahan Pettuadae, Kecamatan Turikale, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. Kawasan ini dikenal sebagai salah satu pusat aktivitas kuliner yang ramai dikunjungi masyarakat terutama pada waktu-waktu tertentu seperti akhir pekan dan hari libur. Beragam pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menyediakan berbagai jenis makanan serta minuman. Alasan pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik kawasan yang menunjukkan hal menarik, salah satunya dalam penggunaan sistem pembayaran. Kedai-kedai di PTB Maros memang telah mengadopsi *cashless payment* seperti *QRIS* dan *e-wallet* namun hal ini belum menyeluruh. Menariknya, sebagian pelaku usaha di Kawasan Kuliner PTB Maros yang hanya bermodalkan gerobak dan tenda sederhana yang umumnya diasosiasikan dengan segmen kelas menengah ke bawah; kini telah menyediakan layanan *cashless payment* seperti *QRIS* yang biasanya diasosiasikan dengan kalangan kelas atas.

Di sisi lain, belum ada kajian yang secara spesifik menyoroti apakah terdapat hubungan antara *cashless payment* sebagai inovasi dengan perilaku konsumsi di Kawasan Kuliner seperti PTB. Dengan demikian, Kawasan Kuliner PTB Maros dijadikan sebagai lokasi yang relevan untuk menelisik dan mengkaji terkait *cashless payment* dan perilaku konsumsi.

2.3 Populasi dan Sampel

2.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah semua elemen atau unit yang menjadi objek penelitian dengan memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh konsumen yang melakukan transaksi di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros menggunakan sistem *cashless payment* selama periode penelitian. Populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terhingga atau tidak diketahui pasti jumlahnya. Hal ini dikarenakan konsumen datang dan pergi setiap waktu dan tidak ada data pasti mengenai jumlah pengguna *cashless payment* di Kawasan Kuliner PTB Maros. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel dari penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*.

2.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, penentuan ukuran sampel menggunakan rumus *lemeshow* karena ketidakpastian jumlah populasi. Adapun Rumus *lemeshow* yang digunakan ialah sebagai berikut.

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{(0,1)^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah 96 responden. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik *convenience* atau *accidental sampling* mengingat penelitian ini bersifat *cross-sectional*. Penelitian *cross-sectional* ditujukan untuk mengamati hubungan antar variabel dalam penelitian pada satu waktu tertentu dan umumnya memerlukan pendekatan probabilistik terhadap proporsi populasi (Sastroasmoro & Ismael, 2020).

Adapun cara mendapatkan sampelnya ialah dengan bertemu konsumen yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan secara aksidental di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros. Kriteria yang dimaksudkan ialah sebagai berikut.

1. Pernah melakukan transaksi di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros;
2. Menggunakan metode pembayaran digital (*cashless payment*) dalam bertransaksi;
3. Berusia minimal 17 tahun;
4. Bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data berkaitan dengan metode atau cara yang digunakan oleh peneliti dalam memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Observasi
Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti untuk memperoleh gambaran nyata tentang fenomena yang terjadi (Arikunto, 2013). Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas penjual dan konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros untuk mengetahui perilaku serta pola penggunaan sistem pembayaran digital.
2. Kuesioner
Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian melalui daftar pertanyaan tertulis yang dijawab oleh responden (Sugiyono, 2019). Selain itu, Radjab (2014) menjelaskan bahwa kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada responden, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang mendukung fokus penelitian. Dalam penelitian ini, kuesioner dirancang secara runut dengan memuat beberapa jenis pertanyaan, yaitu tertutup dan semi tertutup guna mendapatkan data yang komprehensif dan sesuai dengan variabel penelitian yang diteliti.
3. Studi Pustaka
Studi Pustaka dilakukan dengan menelisik serta menelaah berbagai sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, maupun dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Adapun tujuan dari teknik ini adalah untuk memperoleh kerangka teoritis dan konsep-konsep penting yang mendukung analisis dalam penelitian ini (Zed, 2004).

2.5 Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis data guna mendukung kebutuhan dalam menganalisis serta menjawab permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari subjek penelitian di lapangan. Data ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data seperti observasi langsung dan penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini, data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden yang berkunjung sebagai konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros yang bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam menggunakan metode pembayaran digital.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia sebelumnya dan digunakan sebagai pelengkap atau pendukung data primer. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur seperti artikel, jurnal ilmiah, buku akademik, laporan lembaga pemerintah (seperti BPS), serta dokumen lainnya yang berkaitan dengan topik *cashless payment* dan perilaku konsumsi. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori dan memberikan kecocokan terhadap temuan lapangan.

2.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahap penting dalam pengolahan data yang mencakup serangkaian proses untuk mengelompokkan, menelaah, menafsirkan, dan memverifikasi hasil penelitian. Tujuan dari analisis data adalah untuk menyederhanakan data agar lebih mudah dibaca dan dipahami. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)*. Berikut adalah tahapan analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini.

2.6.1 Pengkodean Data

Pengkodean data adalah proses memberikan label atau nomor pada setiap item data yang diuji. Langkah ini bertujuan untuk mempermudah proses analisis data dengan menggunakan SPSS, sehingga setiap data dapat dikategorikan dan diorganisir dengan lebih efisien.

2.6.2 Entri Data

Setelah data diklasifikasikan dan diberi label, langkah berikutnya adalah memasukkan data ke dalam sistem komputer. Proses ini dilakukan untuk mentransfer data yang sudah terstruktur agar siap untuk diproses lebih lanjut.

2.6.3 Pembersihan Data

Pembersihan data merupakan tahap pengecekan ulang untuk memastikan bahwa seluruh data yang telah dimasukkan ke dalam komputer sesuai dengan data asli yang dikumpulkan di lapangan, serta mengidentifikasi dan mengoreksi kesalahan yang ada.

2.6.4 Keluaran Data

Keluaran data adalah proses penyajian hasil pengolahan data dalam bentuk yang mudah dibaca dan dipahami. Tahap ini bertujuan untuk menyajikan informasi secara jelas dan menarik agar dapat diinterpretasikan dengan tepat.

2.6.5 Analisis Data

Analisis data adalah proses mengolah dan menganalisis data yang telah dikumpulkan di lapangan. Dalam penelitian ini, beberapa teknik analisis yang digunakan ialah sebagai berikut.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan sebagai syarat untuk melakukan analisis korelasi. Hal ini menjadi langkah awal yang penting sebelum melakukan analisis lanjutan. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat statistik yang dibutuhkan agar hasil uji menjadi valid dan dapat diinterpretasikan secara tepat (Ghozali, 2018). Adapun dua jenis uji asumsi klasik yang umum dilakukan adalah uji normalitas dan uji linearitas. Berikut disajikan penjelasan lebih lanjut terkait kedua jenis tersebut.

a. Uji Normalitas

Pada penelitian kuantitatif bivariat, langkah pertama yang dilakukan adalah pengumpulan data yang kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menguji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah data dalam kelompok atau variabel tertentu terdistribusi secara normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut.

- 1) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dapat disimpulkan terdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi dengan normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menilai apakah terdapat hubungan linear antara variabel independen dan dependen. Hubungan linear di sini adalah hubungan yang membentuk garis lurus. Uji ini adalah salah satu prosedur yang harus dilakukan sebelum melanjutkan ke analisis korelasi. Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel independen yaitu *cashless payment* dengan variabel dependen yaitu perilaku konsumsi guna memastikan apakah hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat linear. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah sebagai berikut.

- 1) Jika nilai Deviation from Linearity lebih besar dari 0,05, maka asumsi linearitas terpenuhi.
- 2) Jika nilai Deviation from Linearity kurang dari 0,05, maka asumsi linearitas tidak terpenuhi.

2. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui bentuk, arah, dan kekuatan hubungan antara variabel inovasi *cashless payment* (X) dan variabel perilaku konsumsi (Y) masyarakat sebagai konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak Maros. Jenis uji korelasi yang digunakan disesuaikan dengan hasil uji normalitas dan linearitas, yaitu *Korelasi Pearson* jika data terdistribusi normal dan hubungan antar variabel linear. Jika salah satu dari dua asumsi tersebut tidak terpenuhi maka digunakan *Korelasi Spearman*. Adapun uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji kebenaran atau penolakan hipotesis yang diajukan mengenai hubungan inovasi *cashless payment* terhadap perilaku konsumsi masyarakat sebagai konsumen di Kawasan Kuliner Pantai Tak Berombak (PTB) Maros. Dasar pengambilan keputusan dalam uji hipotesis adalah sebagai berikut.

- a. Jika nilai p (p -value) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel.
- b. Jika nilai p (p -value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel.

2.7 Pengujian Keabsahan Data

2.7.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat dan relevan. Melalui pengujian ini, peneliti dapat menilai apakah alat ukur yang digunakan benar-benar menggambarkan konsep yang ingin diteliti. Hasil dari uji validitas menunjukkan tingkat kesesuaian instrumen dengan tujuan penelitian serta kemampuannya dalam menghasilkan data yang dibutuhkan. Oleh karena itu, uji validitas menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat memberikan informasi yang akurat. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut.

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

Penelitian ini langsung melakukan uji validitas terhadap data yang diperoleh dari 96 responden. Seluruh responden tersebut merupakan bagian dari sampel penelitian yang telah ditentukan. Uji validitas dalam penelitian ini mengacu pada taraf signifikansi 5% (0,05) dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,200 yang diperoleh berdasarkan pencarian nilai (df) dengan rumus $df = n-2$.

Tabel 2.2 Hasil Pengujian Validitas pada 30 Responden Awal

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	X1	0,826	0,200	Valid
2	X2	0,880	0,200	Valid
3	X3	0,902	0,200	Valid
4	X4	0,711	0,200	Valid
5	X5	0,874	0,200	Valid
6	X6	0,901	0,200	Valid
7	X7	0,744	0,200	Valid
8	X8	0,704	0,200	Valid
9	X9	0,396	0,200	Valid
10	X10	0,492	0,200	Valid
11	X11	0,546	0,200	Valid
12	X12	0,540	0,200	Valid
13	X13	0,876	0,200	Valid
14	Y1	0,666	0,200	Valid
15	Y2	0,771	0,200	Valid
16	Y3	0,770	0,200	Valid
17	Y4	0,696	0,200	Valid
18	Y5	0,331	0,200	Valid
19	Y6	0,599	0,200	Valid
20	Y7	0,596	0,200	Valid
21	Y8	0,700	0,200	Valid
22	Y9	0,503	0,200	Valid
23	Y10	0,663	0,200	Valid
24	Y11	0,598	0,200	Valid
25	Y12	0,463	0,200	Valid
26	Y13	0,701	0,200	Valid
27	Y14	0,403	0,200	Valid
28	Y15	0,518	0,200	Valid
29	Y16	0,716	0,200	Valid

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2025)

2.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu instrumen dalam memberikan hasil yang stabil dan dapat dipercaya. Uji ini menilai sejauh mana alat ukur dapat menghasilkan data yang sama jika digunakan dalam kondisi yang sama secara berulang. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, di mana suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dasar penentuan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut.

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka instrumen dikatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Uji ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS dan mengacu pada standar nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sebagai indikator bahwa kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang dapat diterima. Hasil dari uji reliabilitas ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

Tabel 2.3 Hasil Pengujian Reliabilitas pada 30 Responden Awal

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	Keterangan
1	X1	0,60	0,930	Reliabel
2	X2	0,60	0,930	Reliabel
3	X3	0,60	0,930	Reliabel
4	X4	0,60	0,930	Reliabel
5	X5	0,60	0,930	Reliabel
6	X6	0,60	0,930	Reliabel
7	X7	0,60	0,930	Reliabel
8	X8	0,60	0,930	Reliabel
9	X9	0,60	0,930	Reliabel
10	X10	0,60	0,930	Reliabel
11	X11	0,60	0,930	Reliabel
12	X12	0,60	0,930	Reliabel
13	X13	0,60	0,930	Reliabel
14	Y1	0,60	0,876	Reliabel
15	Y2	0,60	0,876	Reliabel
16	Y3	0,60	0,876	Reliabel
17	Y4	0,60	0,876	Reliabel
18	Y5	0,60	0,876	Reliabel
19	Y6	0,60	0,876	Reliabel
20	Y7	0,60	0,876	Reliabel
21	Y8	0,60	0,876	Reliabel
22	Y9	0,60	0,876	Reliabel
23	Y10	0,60	0,876	Reliabel
24	Y11	0,60	0,876	Reliabel
25	Y12	0,60	0,876	Reliabel
26	Y13	0,60	0,876	Reliabel
27	Y14	0,60	0,876	Reliabel
28	Y15	0,60	0,876	Reliabel
29	Y16	0,60	0,876	Reliabel

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2025)

2.8 Teknik Penyajian Data

Data yang telah dianalisis kemudian disusun dalam bentuk yang sistematis agar dapat lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan melalui beberapa bentuk visual dan tabulasi sebagai berikut.

1. Diagram Lingkaran (*Pie Chart*)

Diagram lingkaran, atau pie chart, menyajikan data dalam bentuk lingkaran yang dibagi ke dalam beberapa sektor. Setiap sektor mewakili proporsi atau persentase dari keseluruhan data sehingga memudahkan pembaca dalam memahami perbandingan antar bagian.

2. Diagram Batang

Diagram batang merupakan representasi grafis dari data dalam bentuk batang vertikal atau horizontal yang menunjukkan nilai dari setiap kategori. Bentuk ini mempermudah pembacaan perbandingan antar data secara visual.

3. Tabel Distribusi Frekuensi

Tabel distribusi frekuensi dimanfaatkan untuk menunjukkan sebaran data berdasarkan jumlah kemunculan dalam tiap kategori. Penggunaan tabel ini membantu merangkum data dalam format yang lebih sederhana dan mudah dianalisis.