

## FENOMENA *CASHLESS* PADA PEMBENTUKAN GAYA HIDUP BARU GENERASI MILENIAL

Shahnaz Hazbiyah / Eka Wenats Wuryanta  
Magister Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina  
Jl. Gatot Subroto Kav.97, RT04/RW06, Mampang Prapatan, Kec. Mampang  
Prapatan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12790  
[hazbiyah@gmail.com](mailto:hazbiyah@gmail.com)

### Abstrak

Dunia industri kini memasuki era digitalisasi dimana segala sesuatunya bertumpu pada sistem jaringan internet. Termasuk di dalamnya adalah sektor ekonomi. Munculnya financial technology memberi warna baru pada sistem pembayaran di Indonesia yang kemudian memunculkan istilah *cashless society*. Gopay adalah salah satu contoh financial technology yang telah banyak digunakan oleh masyarakat khususnya generasi milenial. Pembayaran non tunai yang juga terintegrasi dengan berbagai jenis layanan lainnya dianggap mempermudah kegiatan sehari-hari penggunaannya. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan model case study secara spesifik menggunakan intrinsics case study untuk mengambil makna dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi dan merubah perilaku manusia. Hal ini sejalan dengan strukturisasi dimana manusia berperan menjadi agen perubahan utama pada struktur social di masyarakat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa financial technology mampu merubah dan membentuk gaya hidup baru generasi milenial karena sifatnya yang praktis dan efisien sehingga sebagian besar generasi milenial lebih memilih menggunakan uang elektronik sebagai metode pembayaran utamanya ketimbang menggunakan uang kartal.

**Kata Kunci :** *Financial Technology, Cashless, Gaya Hidup, Generasi Milenial*

### Abstract

The industrial world is now entering the era of digitization where everything is resting on the internet network system. This includes the economic sector. The emergence of financial technology gave a new color to the payment system in Indonesia, which later led to the term cashless society. Gopay is one example of financial technology that have been widely used by the public especially millennial generation. Non-cash payments that are also integrated with various other types of services are considered to facilitate the daily activities of its users. This study uses qualitative analysis with a case study model specifically using intrinsics case study to pick up meaning and how it influences and changes human behavior. This is in line with structuring in which humans play a role as the main agents of change in social structures in society. The conclusion of this research is that financial technology is able to change and shape the new lifestyle of millennial generation because of its practical and efficient nature so that most millennials prefer to use electronic money as their primary payment method rather than using currency.

**Keywords:** *Financial Technology, Cashless, Lifestyle, Millennial Generation*

## PENDAHULUAN

Kemajuan jaman kini tengah berkembang dengan sangat pesat, Internet dan berbagai jenis perangkat pendukung lainnya menjadi faktor utama pendorong perkembangan ekonomi global. Di masa kini, jaringan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi sumber daya strategis yang sifatnya sangat penting di sebagian besar negara di dunia. Melalui internet pula lah terbentuknya berbagai jenis lapangan pekerjaan baru. Perusahaan – perusahaan rintisan atau biasa juga disebut dengan perusahaan *start up* adalah sebuah bidang industri yang menggabungkan inovasi dengan penggunaan internet sebagai salah satu bahan bakar utama dari berjalannya proses industri tersebut.

Sektor ekonomi menjadi salah satu bidang yang terdampak oleh pesatnya perkembangan internet. Selain karena faktor internet, ekonomi digital sendiri lahir berdasarkan pada karya pengetahuan dan inovasi. Bentuk dari lahirnya ekonomi digital adalah munculnya sistem pembayaran berbasis online. Sistem pembayaran konvensional dengan menggunakan uang tunai atau pun cek kini mulai mengalami kemunduran. Bernardo Batiz Lazo, Thomas Haigh dan David L. Stearns (2013) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pembayaran elektronik akan mengurangi biaya pada proses pengiriman uang dimasa sebelumnya, ketika masih menggunakan cek dan pembayaran konvensional lainnya yang kemudian digantikan dengan sistem transfer.

Melalui sistem tersebut, segala bentuk transaksi dapat dicapai dengan lebih cepat dan instan. Selanjutnya berkembang menjadi mode transaksi digital atau biasa disebut juga sebagai *cashless* yang kini menjadi kian diminati lantaran berbagai kemudahan yang ditawarkan. Fenomena *cashless* kini telah merambah ke banyak kalangan. Generasi milenial, menjadi kalangan usia yang paling banyak terdampak oleh fenomena tersebut, hingga memunculkan istilah *cashless society*, yaitu sekumpulan masyarakat yang lebih memilih menggunakan berbagai metode *digital payment* dan sudah meminimalisir penggunaan uang kartal dalam berbagai aspek kehidupannya.

Fenomena *cashless* ini tidak terlepas dari revolusi industri 4.0 yang menitik beratkan pada penggunaan internet dan menjadikan telepon seluler sebagai media perantara dalam bertransaksi *cashless*. Hal ini turut didukung oleh pemerintah yang kian gencar mengampanyekan gerakan nasional non tunai (GNNT). Pembayaran menggunakan gawai berpeluang besar menjadi pilihan utama konsumen di masa depan. GNNT ini ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrument non tunai, sehingga nantinya secara perlahan akan terbentuk komunitas masyarakat yang lebih menggunakan instrument non tunai dalam melakukan berbagai transaksi. Selain itu, Bank Indonesia juga aktif mendorong masyarakat luas secara general dan secara khusus pada pelaku

bisnis serta lembaga pemerintah untuk menggunakan pembayaran non tunai sebagai metode pembayaran utama pada setiap transaksi.

Indonesia kini telah banyak memiliki berbagai jenis sistem pembayaran berbasis online. Hal tersebut turut dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh Alifia Wahyuhana dan Idola Perdini (2019) yang menemukan bahwa 81% pengguna salah satu jenis ewallet keluaran bank lebih menyukai sistem pembayaran cashless sebagai metode pembayaran. Cashless juga secara bersama – sama mempengaruhi peningkatan penggunaan salah satu produk pembayaran digital keluaran salah satu bank tersebut dan hal itu salah satunya didukung oleh faktor gaya hidup setiap individu. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Rifqy Tazkiyyaturrohmah (2018) menemukan bahwa berkembangnya bisnis start up memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penggunaan uang elektronik. Seperti gojek yang menelurkan gopay sebagai produk uang elektroniknya yang bisa digunakan pada berbagai layanan di dalam atau pun di luar aplikasi gojek. Dengan menasar masyarakat mobile, produk uang elektronik ini cukup diminati oleh masyarakat. Banyak merchant yang telah bekerjasama dengan berbagai jenis platform financial technology tersebut justru semakin mendukung berubahnya gaya hidup pengguna uang elektronik.

Financial technology menawarkan kemudahan bagi masyarakat khususnya generasi

milennial karena sifatnya yang praktis. Banyaknya keuntungan yang ditawarkan oleh berbagai financial technology seperti *cashback*, promo, potongan harga, waktu pembayaran yang lebih efisien, seolah menjadi candu tersendiri bagi penggunanya. Penelitian dari Bharat Kumar Meher (2017) dan penelitian oleh Maitanmi Olusola, Awodele Oludele, Ogbonna Chibueze dan Osundina Samuel (2013) dan juga Anand Choudhary (2018) menemukan bahwa ada banyak aspek positif yang dihasilkan dari cashless seperti efisiensi biaya serta mengurangi penebangan pohon pada produksi uang kertas, meminimalisir efek kejahatan dari membawa uang tunai, serta mampu memerangi korupsi dan praktik cuci uang karena adanya transparansi dana pada sektor ekonomi. Selain itu, cashless juga merupakan solusi tepat untuk mengatasi permasalahan terkait uang tunai palsu, penelitian ini juga menemukan masalah baru yang mampu menghambat kebijakan dan perkembangn *cashless society* yaitu kejahatan cyber, titik penjualan yang masih terbatas dan juga buta huruf pada masyarakat di sebagian daerah. Selain itu, pemerintah harus lebih giat bekerja untuk mempromosikan dan mengembangkan sistem cashless agar tercipta infrastruktur digital yang memadai perkembangan *cashless society*. Walau begitu, Transaksi non tunai ini juga bersifat mudah, aman dan efisien karena pada setiap kali transaksinya dibutuhkan pin atau kode rahasia yang dibuat oleh masing – masing pengguna. Regulasi yang jelas

dari pemerintah terkait berbagai aturan financial technology mendorong pertumbuhan *cashless* menjadi semakin meningkat pesat. Mengingat Indonesia mempunyai jumlah usia generasi milenial yang cukup banyak, maka Indonesia pun dikategorikan memiliki potensi yang besar untuk menggalakkan sistem ekonomi berbasis digital. Indonesia yang diprediksi akan menuju *cashless society* pada 8 sampai 15 tahun ke depan, nyatanya hanya dalam waktu 3 tahun telah menunjukkan peningkatan yang luar biasa dan diprediksi akan siap menjadi *cashless society* sepenuhnya dalam waktu dekat (ekonomi.kontan.co.id). Kepopuleran uang elektronik turut didukung oleh perilaku milenial yang mendominasi populasi masyarakat Indonesia. Generasi milenial cenderung lebih akrab dengan teknologi informasi, budaya generasi milenial yang bersifat ingin segalanya praktis membutuhkan sebuah sistem yang efisien agar tidak perlu banyak usaha untuk melakukan kegiatan ekonomi. Uang elektronik dan sistem pembayaran non-tunai hadir sebagai solusi atas masalah ini, dimana semua transaksi bisa dilakukan hanya dengan melalui klik pada *smart phone* di genggaman tanganyang akhirnya menjadikan *cashless society* bukan lagi sebagai pilihan tetapi sebagai kebutuhan.

Namun, bertransaksi secara *cashless* bukanlah tanpa hambatan. Berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sistem *cashless*, tentunya beririsan juga dengan kekurangan yang belum sepenuhnya teratasi.

Seperti terbatasnya jaringan internet di beberapa tempat yang tentunya akan memakan waktu lebih lama dalam bertransaksi, Kemudian secara geografis, Indonesia yang terpisah oleh pulau – pulau ini juga turut menjadi faktor penghambat kemajuan *cashless society*. *Cashless* juga menjadikan penggunaanya kurang begitu memperhatikan *cash flow* pribadi sehingga terkesan boros. Selain itu, belum semua merchant di Indonesia terkoneksi dengan sistem *digital payment*. Hal tersebut menjadikan sistem *cashless* di Indonesia belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena kondisi tersebut juga, pada akhirnya fenomena *cashless* justru malah menimbulkan masalah baru, yaitu masyarakat kurang mampu yang tidak melek teknologi khususnya teknologi digital payment akan semakin terpinggirkan. Yang kedua, *cashless* justru memunculkan masyarakat urban yang tenggelam dalam tren digital payment. Itu sebabnya dibutuhkan regulasi ketat dan cepat dari Bank Indonesia sebagai inisiator *cashless* untuk menjamin keamanan privasi dari data pengguna. BI sendiri saat ini tengah mengkaji uji coba qr code yang nantinya dapat terkoneksi dengan berbagai macam financial technology yang tersedia. Jadi, apabila di salah satu gerai makanan hanya tersedia satu qr code dari ovo, pengguna gopay tetap dapat mengakses qr code tersebut untuk melakukan pembayaran. Qr code dipastikan akan menjadi tren karena kemudahannya, namun tidak menutup kemungkinan akan terjadinya

kejahatan cyber seperti peretasan data. Oleh karena itu, BI memberikan syarat ketat seperti tes penetrasi dan audit bagi calon penyelenggaraan financial technology untuk menghindari bobolnya data dari pengguna.

Namun agaknya kebanyakan dari pengguna cashless tidak begitu mengkhawatirkan dampak negative yang mungkin terjadi. Yang mereka utamakan adalah bagaimana cashless mampu mempermudah berbagai aspek kehidupan. Menurut Berger dan Luckman dalam Buku karya John Storey, semua fenomena dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di dalamnya fenomena *cashless* adalah konstruksi yang diproduksi secara historis melalui aktivitas manusia. Konstruksi sosial meliputi berbagai tindakan dan interaksi yang diproduksi secara manusiawi yang telah diwujudkan dan tertanam dalam praktik sosial. Sedangkan jika dilihat melalui pandangan etnometodologi kegiatan sehari – hari yang dilakukan manusia secara berkelanjutan menghasilkan kehidupan sehari – hari yang terlihat jelas. Masyarakat, khususnya generasi milenial melakukan kegiatan transaksi non tunai secara terus menerus dan berkelanjutan untuk mencapai tujuannya yang secara tidak langsung telah mengikis penggunaan uang kartal secara perlahan dalam berbagai aspek kehidupannya sehingga membentuk *cashless society*.

Fenomena *cashless society* sendiri pada awalnya dipopulerkan di negara-negara Eropa dan Amerika,

kemudian merambah ke China melalui Alipay. Menurut Lerong Lu (2018) dan Lok Hoe Yeong (2019) menemukan bahwa Dibawah naungan Ant Financial serta dukungan besar dari Alibaba, alipay kini telah menjadi salah satu uang elektronik keluaran China yang telah berkembang pesat. Alipay sendiri kini tengah menjangkau Asia Tenggara yang memiliki daya tarik khusus, salah satunya karena rendahnya tingkat penetrasi kartu kredit dan debit yang hanya berkisar 2% di negara – negara seperti Indonesia dan Filipina, sementara penetrasi seluler dan konektivitas internet meningkat dengan sangat cepat. Penggunaan Alipay di China juga telah merubah gaya hidup warga China yang telah nyaman bepergian tanpa perlu membawa uang tunai di dalam dompetnya dan mengandalkan smartphone sebagai moda utama pembayarannya. Namun kini, di Indonesia sendiri telah hadir salah satu pemain dominan financial technology, dibawah naungan Gojek, gopay kini terus berekspansi ke penjuru negeri.

Hal ini sejalan dengan ideologi konsumsi persuasif yang dicanangkan oleh Lefebvre. Dimana pengguna digital payment diprogram untuk menjadi konsumtif. Namun apa yang mereka konsumsi sebenarnya adalah soal pilihan, tergantung bagaimana orang tersebut mengelolanya berdasarkan kebutuhan. Ideologi ini memiliki dua tujuan, yaitu mempromosikan suatu produk tertentu dan mempromosikan cara hidup tertentu. Pada tujuan pertama,

perusahaan penyedia layanan digital payment berlomba – lomba mempromosikan produk pembayaran non tunai mereka kepada masyarakat. Salah satunya dengan banyak memberikan cashback atau promo lainnya. Menilik hasil penelitian sebelumnya dari Yulia Innastri Seskolana (2019) dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Gojek Indonesia dalam Meningkatkan Pengguna gopay menemukan bahwa gojek sendiri telah melakukan berbagai upaya untuk semakin memperkenalkan lebih jauh dan memperluas pengguna gopay melalui berbagai cara seperti promosi casback, voucher, diskon yang dapat dinikmati khalayak pengguna gopay. Selain itu gopay juga turut bergabung dengan berbagai kegiatan atau event dan keterlibatan sponsorship guna meningkatkan jumlah pengguna gopay. Tentunya hal itu sejalan dengan tujuan gojek untuk menciptakan *cashless society* di Indonesia. Penelitian lain yang dilakukan oleh Arnoldus Dillon Hastomo dan Muhammad Aras (2018) yang juga mengatakan pelaku bisnis yang bekerja sama pada event organizer saat pameran atau expo ditempat tertentu dengan menjadikan gopay sebagai instrument utama pembayaran turut membangun dan mengembangkan *cashless society*. Penelitian ini juga menemukan bahwa berbagai promosi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam bertransaksi non tunai. Promosi juga dinilai sebagai bentuk penghargaan pada konsumen yang ingin beralih

dari metode konvensional ke metode pembayaran cashless. Penelitian ini mengungkapkan bahwa masyarakat khususnya di daerah Jakarta telah siap menerima perubahan budaya dan memberikan kepercayaan mereka pada jenis transaksi nontunai di masyarakat era modernisasi. Sejalan dengan hal tersebut, tentunya perusahaan tersebut juga memiliki tujuan lain yang seirama dengan tujuan kedua dari ideologi konsumsi persuasi yaitu membantu mendorong masyarakat, khususnya generasi milenial menganut gaya hidup baru, yaitu gaya hidup nir tunai. Melalui perubahan gaya hidup tersebut, kita diberitahu bagaimana hidup menjadi lebih baik dan praktis melalui penggunaan instrument non tunai.

Perubahan pola transaksi yang kini terjadi, didasari oleh transformasi budaya konvensional menuju ke arah pola hidup modernitas, yaitu kecenderungan masyarakat meninggalkan hal – hal yang sebelumnya telah menjadi tradisi dalam kebudayaan di suatu lingkup masyarakat untuk menurunkan nilai, kebiasaan dan adat yang secara tradisional sudah berjalan menuju ke arah dunia luar yang penuh pembaharuan (Giddens, 1991:1). Tahapan ini pada akhirnya membawa kita kepada transformasi budaya baru, yang menjadikan kepercayaan sebagai landasan sistemnya. Begitu pula kasusnya dengan fenomena *cashless* yang kini terjadi di sekitar kita, tanpa mereka pikirkan sisi lain dari keuntungan yang ditawarkan, generasi milenial cenderung memberikan

kepercayaan sepenuhnya pada perusahaan penyedia *digital payment* tersebut dalam membantu mempermudah kebutuhan hidup mereka. Dari berbagai pertimbangan baik dan buruk pada fenomena *cashless*, faktanya kita tetap tidak bisa menghindari arus tersebut. Oleh karena itu penelitian ini sangat penting dilakukan guna meninjau sejauh apa fenomena *cashless* secara tidak langsung telah merubah perilaku penggunanya secara signifikan. Mereka yang pada awalnya terbiasa menggunakan uang kartal kini bahkan telah lebih percaya diri bepergian hanya dengan cukup membawa *smart phone*, sehingga *cashless* pun tumbuh menjadi gaya hidup baru yang banyak diadopsi oleh kebanyakan generasi milenial.

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kajian pada bidang ilmu komunikasi terkait dengan fenomena yang terjadi dimasyarakat. Dan secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengulik bagaimana *cashless* berdampak pada perubahan gaya hidup sehari – hari generasi milenial.

## **KERANGKA TEORI**

Anthony Giddens adalah seorang sosiolog yang mengemukakan teori strukturasi. Giddens memaknai hubungan pelaku dan struktur adalah sebuah relasi dualitas yang saling tak terpisahkan, bukan relasi dualism. Relasi dualitas tersebut terjadi dalam praktik sosial di masyarakat yang terjadi secara berulang dalam ruang

dan waktu. Struktur tidak bersifat eksternal melainkan melekat pada setiap tindakan dalam praktik sosial di kehidupan kita sehari – hari. Giddens juga mengelompokkan prinsip structural ke dalam tiga gugus besar struktur yang saling berkaitan satu dengan lainnya.

1. Struktur penandaan (*signification*) yaitu segala sesuatu yang menyangkut pemaknaan dan penyebutan
2. Struktur penguasaan (*domination*) menyangkut penguasaan. Dalam hal ini berkonteks pada penguasaan ekonomi
3. Struktur membenaran (*legitimation*) menyangkut peraturan normative dalam tatanan hukum

Berbagai tindakan pembayaran nir tunai yang menjadi sebuah pola hidup baru tersebut erat kaitannya dengan teori strukturasi dari Anthony Giddens yang menggambarkan bagaimana struktur diproduksi dan direproduksi oleh agen manusia yang bertindak melalui medium dari struktur tersebut yang kemudian membentuk perubahan social di masyarakat. Proses strukturasi sekarang menjadi poin penting karena mampu mempengaruhi terbentuknya hegemoni dalam praktik social yang di dalamnya berkaitan dengan cara berpikir serta tindakan yang dinaturalisasikan dan dianggap masuk akal karena segala tindakan tersebut dilakukan secara teratur, berulang dan terus menerus oleh setiap individu. Dalam teori strukturasi, masyarakat

dianggap sebagai produk yang dihasilkan dari aktivitas manusia secara berulang dan berkelanjutan melalui tindakan – tindakan baik itu individu maupun kelompok.

Perspektif strukturasi mencoba mengatasi berbagai perbedaan yang muncul di dalam tindakan sosial. Struktur juga dipahami sebagai satu kondisi obyektif yang menentukan perilaku manusia. Faktor utama terbentuknya struktur adalah praktik sosial yang dilakukan secara terus menerus dan berulang hingga mampu melampaui ruang dan waktu. Praktik sosial tersebut terwujud karena adanya aktivitas yang dilakukan para actor atau yang biasa disebut agen secara terus menerus untuk dilakukan dan dilakukan kembali oleh para actor tersebut sebagai bentuk ekspresi diri mereka sebagai actor. Di dalam dan melalui praktik sosial, para agen mereproduksi kondisi yang membuat praktik sosial tersebut bukan lagi menjadi sebuah kemungkinan untuk dilakukan tetapi telah mengubahnya menjadi sebuah kebiasaan yang sangat sering dilakukan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang memiliki esensi untuk dapat memahami berbagai perbedaan persepsi pada fenomena di lingkungan social. Oleh karenanya, peneliti dalam penelitian kualitatif harus bisa melebur menjadi satu ke dalam objek yang akan diteliti dan mampu memposisikan diri pada dua tempat. Lebih lanjut, Denzin dan Lincoln

(dalam Haris Herdiansyah, 2010) menegaskan bahwa penelitian kualitatif ditujukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendasar melalui pengalaman langsung yang juga dialami oleh peneliti. Peneliti pada penelitian ini berproses dan melebur menjadi satu bagian tak terpisahkan dari subjek dan lokasi serta detail dari yang akan diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana para subjek penelitian mengambil makna dari tindakannya dan bagaimana makna – makna tersebut mempengaruhi perilaku subjek sendiri. Penelitian kualitatif menjadi sebuah acuan untuk meneliti dan mengeksplor sebuah fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan model case study secara spesifik menggunakan intrinsic case study dimana peneliti ingin mengetahui secara mendalam tentang suatu permasalahan yang bersifat unik yang terjadi di lingkungan masyarakat sekitar. Melalui case study, peneliti mampu memperoleh wawasan mengenai konsep – konsep dasar perilaku manusia. Oleh karena itu pula, perolehan data dapat diambil dari wawancara semi terstruktur dengan narasumber terkait. Narasumber yang dimaksud adalah agen perubahan utama faktor pemicu berkembangnya pola hidup generasi milenial, yaitu masyarakat pengguna dompet digital, dalam kasus ini peneliti menspesifikkan pada pengguna gopay yang masuk ke dalam kategori pekerja usia milenial, pemilik merchant yang

menyediakan layanan pembayaran gopay, dan juga pakar sosiolog Imam Prasodjo. Teknik wawancara semi terstruktur ini juga bertujuan agar proses wawancara berjalan intim namun arah serta alur wawancara bersifat fleksibel dan tetap terarah sehingga hasil dari pemahaman mengenai fenomena *cashless* yang sedang terjadi dapat bersifat valid, mendalam dan bisa menjadi sebuah kesimpulan.

Selain itu, peneliti menggunakan observasi dengan cara mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu di lingkungan sekitar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan di wilayah Pujasera Blok M Square. Observasi dilakukan pada jam 12.00 wib yang merupakan jam istirahat makan siang secara umum para pekerja kantoran di sekitar Blok M. Di dalam observasi sendiri, peneliti menggunakan metode anecdotal record dan behavioral checklist untuk mencatat perilaku yang diobservasi muncul. Kemudian, selain wawancara dan observasi, peneliti juga menggunakan materi audio visual dan studi pustaka sebagai bagian lain dari instrument pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan purposeful sampling yang dikerucutkan kembali dengan penggunaan metode confirming and disconfirming sampling dengan tujuan mengcross check kevalidan data yang di dapatkan.

Ada beberapa cara yang digunakan untuk menganalisis data, antara lain yaitu reduksi data, display

data, dan pengambilan keputusan serta verifikasi. Dalam penelitian ini peneliti menganalisis data-data yang didapatkan dengan cara mereduksi data yaitu data yang didapat dari hasil kontak langsung di lapangan dengan generasi milenial yang menggunakan gopay sebagai metode pembayaran utamanya dikelompokkan, dipilih mana yang penting dan tidak penting. Data yang direduksi akan memudahkan peneliti untuk memberikan gambaran yang lebih spesifik tentang hasil penelitian. Setelah itu, data – data tersebut nantinya akan diolah, diinterpretasikan, dianalisa dan dideskripsikan serta disimpulkan dalam bentuk uraian yang sistematis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengacu pada tiga struktur besar Giddens yang saling berkaitan, dalam hal ini, agen pada fenomena *cashless* ini merujuk ke generasi milenial yang menjadikan dompet digital sebagai perhatian utamanya dalam bertransaksi. *Cashless* sendiri merupakan sebuah signifikasi atau penyebutan bagi fenomena penggunaan non tunai dalam bertransaksi. Sementara gojek melalui gopaynya menjadi penguasa pasar dominan sekaligus berperan sebagai medium dalam pembentukan *cashless society*. Di dalamnya, terdapat regulasi yang mengikat antara pengguna dan merchant. Berikut adalah perangkat analisis dari *cashless* dalam kaitannya dengan tiga gugus besar struktur yaitu signifikasi atau

penandaan, dominasi dan legitimasi yang membentuk sebuah sistem sosial

Struktur Sosial	Sistem Sosial	Praktik Sosial
<p>S – Wacana Cashless Society</p> <p>D – Kepemilikan produk oleh Swasta</p> <p>L – Regulasi terkait kontrak dengan merchant atau pun pengguna uang elektronik</p>	<p>PT. Karya Anak Bangsa yang membawahi Gopay</p>	<p>Transaksi digunakan pada transportasi online, pembayaran makanan, pengisian listrik, pulsa, belanja, hiburan, dsb</p>

Dari hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan, didapatkan bahwa pada setiap kali gajian atau pay day di setiap bulannya, generasi milenial cenderung mengalokasikan budget khusus untuk dompet digitalnya, dalam hal ini generasi milenial biasanya mengisi saldo gopay berkisar antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000, dan penggunaannya di dominasi untuk transportasi dan pembelian makanan, melakukan pembayaran dengan sistem transfer ke sesama akun gopay, sisanya untuk melakukan pengiriman barang dan jenis layanan lainnya. Peneliti juga menemukan bahwa generasi milenial memiliki ketertarikan yang cukup besar pada setiap cashback atau promo lain yang ditawarkan seperti upsize minuman dan lain sebagainya, juga transfer ke sesama akun gopay tanpa adanya biaya administrasi juga menjadi faktor yang membuat milenial betah menggunakan gopay. Hal itu mereka

lakukan berulang hingga telah menjadi kebiasaan baru yang mendorong semakin menguatnya budaya cashless. Generasi milenial yang menyukai kepraktisan, akhirnya cenderung memilih menggunakan aplikasi yang terkoneksi langsung dengan dompet digital daripada harus bersusah payah untuk meraih tujuannya. Cashless dinaungi oleh kelompok dominan. Misalnya gopay yang berada dibawah kepemilikan PT. Karya Anak Bangsa adalah sekelompok dominan yang memainkan produk uang elektroniknya secara gencar dan kompetitif di pasar ekonomi Indonesia. Dengan berlomba – lomba memberikan penawaran menarik dan membuat jaringan merchant sebanyak – banyaknya yang terintegrasi langsung dengan produk uang elektroniknya masing – masing, Kehadiran gopay sebagai pemain dominan tersebut akhirnya menjadikan masyarakat Indonesia

sebagai cashless society dan cashless tersebut meresap ke dalam berbagai aspek kehidupan hingga menjadi gaya hidup baru yang kini banyak dianut oleh generasi milenial.

Disini, generasi milenial cenderung memilih toko atau merchant yang menyediakan sistem pembayaran non tunai atau cashless. Semakin banyaknya pengguna gopay maka tujuan dari perusahaan financial technology tersebut untuk membuat masyarakat Indonesia menjadi cashless society melalui penggunaan dompet digital sebagai metode pembayaran utama dalam bertransaksi akan semakin mudah. Bahkan kini, hampir semua merchant memajang lebih dari dua jenis qr code dari berbagai dompet digital. Hal ini sejalan dengan sifat dari strukturisme yang saling berhubungan dan tidak bisa terpisahkan antara agen dengan struktur dan begitu juga sebaliknya. Oleh karena semakin banyaknya pengguna gopay, salah satu warung makan di kawasan Pujasera Blok M Square pun turut menyediakan layanan gopay di warungnya sebagai salah satu alternative pembayaran selain menggunakan uang tunai. Melalui sedikit perbincangan dengan salah satu pemilik warung makan tersebut, mengaku bahwa warungnya menyediakan layanan pembayaran gopay karena kepraktisannya dan lebih mudah, serta dorongan dari lingkungan sekitar yang juga telah banyak menyediakan sistem pembayaran gopay, sehingga tidak perlu lagi menyiapkan uang kembalian. Pelanggannya pun rata-

rata lebih memilih membayar dengan gopay daripada menggunakan uang tunai. Dari hal tersebut, peneliti mengukuhkan bahwa hubungan keterkaitan hubungan antara agen dengan fenomena cashless membentuk struktur baru yang tidak bisa terlepas satu sama lainnya.

Dalam teori strukturasi juga dijelaskan tentang beberapa jenis kesadaran yang menentukan sebuah tindakan. Berdasarkan apa yang peneliti temukan di lapangan dan juga terkait dengan teori strukturasi, kebanyakan generasi milenial lebih mengacu pada motivasi tak sadar yang menyangkut keinginan atau kebutuhan yang berpotensi mengarahkan tindakan, tapi bukan tindakan itu sendiri. Dalam hal ini, generasi milenial lebih memilih bertransaksi dengan menggunakan gopay semata-mata bukan karena cashback atau promosi lain yang ditawarkan. Ada atau tidak adanya penawaran cashback, mereka tetap menggunakan dompet digital karena kepraktisannya. Hal tersebut pula yang mendasari munculnya kesadaran diskursif dalam bertransaksi cashless, praktis, efisien, mudah, cepat, aman adalah alasan utama yang peneliti temukan pada generasi milenial terkait alasan mereka menggunakan dompet digital seperti gopay, selain karena juga daya tarik cashbacknya. Cashless sudah menjadi suatu kebutuhan yang tidak terelakkan lagi, hingga pada fase bentuk kesadaran praktis yang mereka lakukan adalah apabila mereka pergi ke sebuah merchant, dan di merchant tersebut terpajang beberapa metode

pembayaran digital, maka secara otomatis dan tanpa perlu bertanya lagi mereka akan memint qr code dari dompet digital yang hendak mereka gunakan. Tiga kesadaran tersebut pada akhirnya memicu berbagai tindakan dan praktik sosial yang lambat laun menjadi sebuah struktur *cashless society*.

Praktik dalam struktur sosial tidak bisa dilepaskan dari ruang dan waktu. Hadirnya metode pembayaran non tunai merupakan perkembangan ekonomi dari waktu ke waktu yang kemudian digunakan secara terus menerus dan berulang oleh masyarakat hingga menjadikannya metode pembayaran utama. Walaupun jika ditilik lebih jauh, metode *cashless* ini penggunaannya masih terbatas pada lokasi tertentu dan belum menjamah ke seluruh pelosok negeri. Peneliti menemukan sebuah fakta di lapangan bahwa beberapa orang dari generasi milenial yang berasal dari kota kecil mereka cenderung masih banyak menggunakan uang kartal daripada *cashless* ketika kembali ke kampung halamannya.

Sementara pakar sosiolog, Imam prasodjo menanggapi perubahan gaya hidup tersebut di dorong oleh tiga faktor, yang pertama adalah adanya keinginan untuk hidup lebih sejahtera sehingga mendorong orang untuk bekerja keras. Yang kedua adalah adanya *recognition* atau pengakuan orang atas status, yang ketiga adalah teknologi yang mampu merubah kehidupan. Revolusi digital pada bidang teknologi ini merubah sistem pembayaran menjadi

memudahkan hidup dan generasi milenial dianggap mudah beradaptasi dengan perubahan tersebut. Milenial cenderung merasa nyaman menggunakan teknologi informasi karena dianggap memudahkan banyak hal dan mendorong orang untuk terus belajar. Dan Imam Prasodjo sendiri meyakini bahwa suka tidak suka, generasi sebelum milenial nantinya dipaksa untuk menjadi *cashless society*. Perubahan gaya hidup *cashless* ini akan terus berkembang mengikuti teknologi yang juga turut berkembang, gaya hidup bergeser dan berubah sesuai perkembangan teknologi jadi *cashless society* ini diprediksi tidak akan permanen. Namun, *cashless* sendiri tidak akan menghilangkan metode pembayaran konvensional, hanya pada sebatas menguranginya saja. Kemudahan informasi yang dapat digali oleh milenial nantinya juga akan menimbulkan masalah baru. Menurut Imam Prasodjo, *cashless society* nantinya juga akan berdampak menjadi *consumer reality* yang diakibatkan semakin mudahnya milenial mengakses informasi sehingga cenderung mudah tergoda untuk membelanjakan uang elektroniknya. Karena hal tersebut, secara tidak langsung milenial telah mengikis *saving society* atau budaya menyimpan uang. Oleh karena itu, Imam Prasodjo menghimbau untuk membuat skala prioritas dan mengetatkan manajemen keuangan pribadi agar mampu mengelola uang secara bijak dan tidak terjebak ke dalam masyarakat yang konsumtif serta

membuat perencanaan keuangan jangka panjang untuk mengantisipasi hal tidak terduga. Milenial perlu mendapatkan pengetahuan tentang manajerial keuangan agar tidak terlena akan dampak buruk dari penggunaan cashless

## PENUTUP

Melalui penelitian kecil tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar generasi milenial yang bekerja di sekitar Blok M telah terdampak *cashless society* dan menjadikan cashless sebagai gaya hidup baru karena mereka cenderung menggunakan uang elektronik untuk bertransaksi ketimbang uang kartal. Sejatinya, cashless memang memberikan banyak kemudahan khususnya bagi generasi milenial yang menjunjung tinggi keefisienan dan kepraktisan di tengah hidup yang serba modern ini. Berbagai layanan dapat dengan mudah diakses dan dibayarkan hanya melalui genggaman tangan. Hidup menjadi kian mudah oleh hadirnya berbagai fitur unggulan yang disediakan dan pembayaran yang terintegrasi langsung dengan uang elektronik. Semakin banyak penganut cashless society, menjadikan gopay sebagai raksasa uang elektronik di Indonesia. Hadirnya gopay rupanya diasumsikan juga sebagai pedang bermata dua. Banyaknya manfaat yang diberikan ternyata beririsan langsung dengan sifat konsumtif yang semakin menjadi-jadi. Gopay secara tidak langsung terkesan menjadikan penggunaanya cenderung lebih boros. Oleh karena itu peneliti menyarankan

bagi pengguna uang elektronik untuk lebih bijak dalam menggunakan uang elektronik tersebut agar kita mampu meraih keuntungan dari berbagai tawaran yang diberikan. Selain itu peneliti menyarankan pengguna gopay untuk tidak mudah tergoda dengan iming-iming cashback dan tetap menerapkan metode membeli berdasarkan kebutuhan bukan keinginan, agar saldo uang elektronik dan juga saldo di dompet tetap aman terjaga.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Greentea
- Hoed, Benny H. 2011. *Semiotika & Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bamboo Objiovor,
- Levi. 2015. *New Technologies in Developing Societies From Theory to Practice*. Australia : University of Queensland
- Storey, John. 2014. *From Popular Culture to Everyday Life*. United Kingdom : Routledge
- Tapscott, Don. 2015. *The Digital Economy Rethinking Promise And Peril In The Age Of Networked Intelligence - 20<sup>th</sup> Anniversary Edition*. United State : McGraw-Hill Education

### Jurnal

- Batiz-Lazo, B., Haigh, T., & Stearns, D.L. 2013. *How the Future Shaped the Past: The Case of the Cashless Society*. Published Online by Cambridge University Press : 18 February 2015 Volume 15, Issue 1 March 2014, pp. 103-131
- Choudhary, A. 2018. *On Way Towards a Cashless Economy Challenges and Opportunities*. International Journal of Business Management & Research (IJBMR) ISSN (P): 2249-6920; ISSN (E): 2249-8036 Vol. 8, Issue 2, Apr 2018,
- Hastomo, A.D., Aras, M. 2018. *Influence of Cashless Society Socialization Toward Trust Transaction Culture In Jakarta Indonesia*. Journal Binus Humaniora Vol.9 No.1 March 2018: 1- 13
- Jati, W.R. 2015. *Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia*. Jurnal Socioteknologi ITB Volume 14, Nomor 2, Agustus 2015
- Lu, L. 2018. *Decoding Alipay: Mobile Payments, a Cashless Society and Regulatory Challenge*. Butterworths Journal of International Banking and Financial Law Vol. 33 (1), pp. 40-43
- Meher, B.K. 2017. *Hurdles in Metamorphosing India's Economy to a Cashless Economy (A Case Study of Sagar City in Madhya Pradesh)*. IJCRT Volume 5, Issue 4 Desember 2017
- Olusola, M., Oludele, A., & Chibueze, O. 2013. *Cashless Society: Drive and Challenges in Nigeria*. Journal of Information Sciences and Techniques (IJIST) Vol.3, No.2, March 2013
- Seskolana, Y.I. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran PT Gojek Indonesia dalam Meningkatkan Pengguna Go-Pay ( Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Gojek Indonesia Palembang)*. [Skripsi]. Palembang, Universitas Sriwijaya.
- Tazkiyyaturrohman, R. 2018. *Eksistensi Uang Elektronik sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern*. Jurnal IAIN Ponorogo Wahyuhana, A., Perdini, I.P. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup Cashless Terhadap Proses Keputusan Penggunaan Jenius di Bandung Tahun 2018*. E-Proceeding of Management Telkom University: VOI.6, No.1 April 2019 Page 1609
- Yeong, L.H. 2019. *E-Payment and Cashless Societies (Part 2)*. Journal.isca.org

### Majalah

Anam, K., Adityowati, P. 2018. Perang Gopay VS ovo : Bayar Praktis Belanja Ekonomis. Jakarta: Tempo. Hal. 78-83 (22-28 Oktober 2018)

### Online

Astutuik, Y. 2019. Dalam Fintech, RI Menuju ke Arah yang Sama dengan China, dari

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190509194937-37-71570/dalam-fintech-ri-menuju-ke-arrah-yang-sama-dengan-china> (diakses pada 15 Desember 2019)

Departemen Komunikasi, 2014. Bank Indonesia Menganangkan Gerakan Nasional Non Tunai, dari [https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp\\_165814.aspx](https://www.bi.go.id/id/ruang-media/siaran-pers/pages/sp_165814.aspx) (diakses pada 17 Desember 2019)

Departemen Komunikasi, 2017. Bank Indonesia Gelar Pekan GNNT di Papua, dari <https://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/Bank-Indonesia-Gelar-Pekan-GNNT-di-Papua.aspx> (diakses pada 17 Desember 2019)

Hutanuruk, D.M., Rahmawati, W. 2019. Transaksi Tanpa Uang Tunai Makin Populer di Indonesia, dari <https://keuangan.kontan.co.id/news/transaksi-tanpa-uang-tunai-makin-populer-di-indonesia> (diakses pada 15 Desember 2019)

Tempo.co. 2019. Tantangan Cashless di Pasar Rakyat, dari <https://nasional.tempo.co/read/1277746/tantangan-cashless-di-pasar-rakyat> (diakses pada 16 Desember 2019)

Zuhra, N., Ulfa, W. 2016. Gerakan Nasional Non Tunai, dari <https://tirto.id/gerakan-nasional-non-tunai-9da> (diakses pada 15 Desember 2019)