

Difusi Inovasi Program Digital Payment di Desa Kanekes Baduy

Musfiah Saidah; Hilda Trianutami; Fidya Sukma Amani
Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
musfiah.saidah@uinjkt.ac.id, hilda.trianutami19@mhs.uinjkt.ac.id,
fidya.amani19@mhs.uinjkt.ac.id

Diterima 14 Oktober 2022 / Disetujui 16 Desember 2022

ABSTRACT

Communication is one of the keys to establishing community interaction in the social environment. The emergence of Industry 4.0 brings a new nuance to communication activities, which are currently being collaborated with the use of technology. One of the digital-based innovations that is now widely used by the public is digital payments. The Baduy community is one of the societies that has begun to adapt to technology. These changes require a special approach considering that the Baduy people are still very strong with their traditional values. On the other hand, Baduy is one of the most visited tourist destinations by tourists, so it takes updating steps that are adapted to the times, including in the buying and selling process. This study uses the theory of innovation diffusion to look at the process of communication and socialization of solutions to review adaptation to a culture in society. In the theory of the diffusion of innovation, it can only be accepted if it is in accordance with the characteristics of society. This research is supported by a qualitative model. This type of qualitative research was chosen by considering the research object, namely the Baduy community. As a result, economic actors in Baduy try to develop businesses with digital payments. Some of them have even provided a payment system via digital payments. However, most also admit that they are not familiar with digital payment systems and continue to trade through traditional transactions. This research is expected to provide an overview of the process of socialization and transfer of knowledge through communication to indigenous peoples in the midst of technological developments.

Keyword : *Baduy, innovation diffusion, digital payment*

ABSTRAK

Komunikasi menjadi salah satu kunci terjalannya interaksi masyarakat di lingkungan sosial. Munculnya Industri 4.0 menghadirkan nuansa baru bagi aktivitas komunikasi yang saat ini banyak dikolaborasikan dengan penggunaan teknologi. Salah satu inovasi berbasis *digital* yang kini banyak digunakan oleh masyarakat adalah pembayaran *digital* (*digital payment*). Masyarakat Baduy menjadi salah satu masyarakat yang mulai beradaptasi dengan teknologi. Perubahan tersebut memerlukan suatu pendekatan khusus mengingat masyarakat Baduy masih sangat kental dengan nilai-nilai adatnya. Di sisi lain, Baduy merupakan salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan sehingga dibutuhkan langkah pembaruan yang disesuaikan dengan perkembangan zaman termasuk dalam proses jual beli. Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi untuk melihat proses komunikasi dan sosialisasi diposisikan untuk mengkaji pergeseran terhadap suatu budaya di masyarakat. Dalam teori difusi inovasi, baru hanya dapat diterima apabila sesuai dengan karakteristik masyarakat. Penelitian ini ditunjang dengan model kualitatif. Jenis Penelitian kualitatif dipilih dengan mempertimbangkan objek penelitian, yaitu masyarakat

Baduy. Hasilnya, para pelaku ekonomi di Baduy mencoba mengembangkan usaha dengan pembayaran *digital*. Beberapa dari mereka bahkan telah menyediakan sistem pembayaran melalui pembayaran digital. Namun, sebagian besar juga mengaku belum terbiasa dengan sistem pembayaran *digital* dan tetap mengikuti perdagangan melalui transaksi tradisional. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran proses sosialisasi dan transfer pengetahuan melalui komunikasi pada masyarakat adat di tengah perkembangan teknologi.

Kata Kunci : Baduy, difusi inovasi, pembayaran digital

PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat Baduy luar praktis mengalami perubahan dari berbagai aspek kehidupan setelah menjadi desa wisata. Salah satunya dalam transaksi jual beli pada kegiatan ekonomi. Hal tersebut tidak dapat terlepas dari peran komunikasi sebagai penyampai pesan. Interaksi masyarakat baduy luar dan pengunjung tidak dapat dipungkiri memberikan pemahaman baru terkait perubahan dan perkembangan di dunia luar, termasuk dalam bidang teknologi.

Meskipun Baduy dikenal dengan kekuatan adat dan tradisinya, namun pada era modernisasi seperti saat ini masyarakat juga diharuskan mengikuti perkembangan zaman salah satunya adalah melalui transaksi QR code. Tujuan dari pembaruan sistem transaksi QR code adalah memberikan peluang bagi pengunjung untuk melakukan proses transaksi jual beli yang ditunjang oleh teknologi *digital payment*. Dengan adanya perubahan tersebut diharapkan sektor ekonomi masyarakat Baduy juga dapat terus berkembang (Bank Indonesia, 2019). Namun, di sisi lainnya transisi nilai lama menuju nilai baru juga membutuhkan berbagai proses salah satunya melalui sosialisasi sebagai langkah adaptasi. Oleh karena itu, keberhasilan sosialisasi harus ditunjang dengan kemampuan komunikasi yang cakap agar transmisi pesan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Revolusi industri 4.0 mengusung konsep yang memaksimalkan produksi dan penggunaan teknologi bagi kehidupan masyarakat. Industri 4.0 memiliki keterkaitan erat dengan *Internet of Things* (IOT). Ciri utama peradaban industri 4.0 terletak pada komunikasi terpusat yang dikendalikan melalui IOT. Pada industri 4.0, berbagai kegiatan industri juga merambah menuju ranah *digital* atau dikenal sebagai *e-commerce*. Seperti industri pada umumnya, *e-commerce* meliputi penjual, pembeli maupun alat pembayaran (Muhammad Najb, 2020).

Pada implementasinya, *e-commerce* tidak mempertemukan penjual dan pembeli melalui satu tempat. Untuk memudahkan transaksi pembayaran, *e-commerce* juga

menyediakan alat pembayaran non-tunai atau pembayaran secara *digital payment* (Sahyaselvi, 2017). Kemudahan dalam dunia industri tersebut membuat persaingan di tengah-tengah pasar global semakin ketat. Masing-masing negara dan daerah kekuasaannya berlomba untuk memenangkan pasar ekonomi global. Para produsen berupaya menghasilkan *top quality product* bagi para pelangganya (Savitri, 2019).

Namun, perubahan yang terjadi pada tatanan masyarakat tidak dapat berjalan apabila sosialisasi terhadap inovasi baru tidak dilakukan. Teori difusi inovasi dapat menggambarkan fenomena perubahan masyarakat yang dikaitkan dengan munculnya sebuah inovasi (Azzura Yushara, 2018). Difusi inovasi merupakan teori yang meramalkan kemungkinan penerimaan suatu inovasi di tengah masyarakat. Tentunya penerimaan tersebut bergantung pada nilai yang dianut oleh masyarakat (Siti Fathonah, 2018). Oleh karena itu, dalam difusi inovasi indikasi benar atau salah disesuaikan dengan masyarakat. Selain itu, difusi inovasi juga memiliki tingkat ketergantungan tinggi terhadap invator sebagai penggagas dari sebuah inovasi (Mailin Mailin, 2022).

Teori difusi inovasi merupakan salah satu materi yang penting untuk dipelajari. Difusi inovasi mengajak individu untuk memahami sebuah inovasi yang hadir di tengah masyarakat. Hal ini penting dipelajari ketika kita hendak mempengaruhi kelompok tertentu. Oleh karena itu, teori ini juga memprediksi minat masyarakat dalam mengadopsi inovasi. Difusi inovasi sering digunakan dalam studi adopsi layanan seluler karena kemudahan penerapan dan kesederhanaannya (Jiayin Qi, 2017). Selain itu, difusi inovasi juga meningkatkan kekuatan prediktifnya (Chen & Teng 2013) dalam (Januarti, 2019).

Menurut (Rogers, 2003), inovasi memiliki beberapa tahapan pengembangan. Berikut *figure* dari perkembangan inovasi yang dipaparkan oleh Rogers. Pertama, keputusan sebagai penetapan terhadap penerimaan atau penolakan suatu inovasi di tengah masyarakat. Pengambilan keputusan biasanya sangat dipengaruhi oleh tokoh-tokoh yang memegang peranan penting dalam suatu kelompok. Oleh karena itu, pendekatan inovasi terhadap tokoh penting masyarakat sering kali ditetapkan sebagai langkah awal dalam difusi inovasi. Kedua, aktivitas inovasi sebagai tahap pelaksanaan inovasi yang telah diterima oleh masyarakat. Biasanya masyarakat membutuhkan jangka waktu tertentu untuk beradaptasi pada kebiasaan-kebiasaan baru. Pada tahap ini, masyarakat juga diharapkan memiliki aspek penilaian terhadap efektivitas inovasi (Wahyudi, 2019).

Dampak atau efek yang ditimbulkan dari munculnya suatu inovasi dapat dimaknai dalam konotasi positif atau negatif sesuai dengan implementasi yang dipraktikkan masyarakat di lapangan. Oleh karena itu, inovasi bukan hanya melibatkan ide melainkan juga manusia sebagai pencipta dan pengguna inovasi (Kartika, 2019).

Rogers mengungkapkan bahwa dalam proses difusi inovasi terdapat dua elemen pokok. Pertama, inovasi sebagai gagasan atau ide yang dianggap baru. Oleh karena itu, inovasi juga disamakan dengan langkah pembaruan yang melibatkan persepsi penerima untuk menggunakannya atau tidak menggunakannya. Kedua, inovator sebagai individu atau kelompok yang pertama kali menemukan suatu gagasan. Seorang inovator harus memiliki pengetahuan dan relasi yang luas. Di era transformasi teknologi seperti saat ini, seorang inovator juga dituntut untuk mengolaborasikan penemuannya dengan penggunaan teknologi.

Motivasi dalam menerima inovasi bukan di titik beratkan pada ketertarikan melainkan kepentingan individu misalnya kebutuhan ekonomi atau tuntutan lingkungan. Selain itu, juga terdapat pengadopsi terlambat yaitu mereka yang mengadopsi inovasi pada tahap paling akhir. Biasanya pengadopsi terlambat terbentur pada adat istiadat serta kepercayaan masyarakat setempat sehingga membutuhkan waktu yang sangat lama untuk mengadopsi inovasi. Bahkan, inovasi yang diserap pada tahap terlambat memiliki potensi gagal yang lebih besar dibandingkan tahap-tahap inovasi lainnya (Ahmad, 2016).

Dalam proses difusi inovasi, saluran komunikasi berperan penting sebagai media atau alat yang difungsikan sebagai penyalur pesan dari sumber inovasi kepada penerima inovasi. Suatu inovasi dapat diadopsi oleh seseorang jika seorang inovator berhasil mengomunikasikan gagasannya dengan baik. Namun, masing-masing individu akan memiliki jangka waktu untuk menerima atau menolak inovasi. Dengan pertimbangan pengambilan keputusan terhadap inovasi yang didasarkan pada nilai-nilai kemasyarakatan, jangka waktu yang dibutuhkan untuk menerima sebuah inovasi dan jangka waktu masyarakat untuk beradaptasi dengan inovasi baru (Rusmiati, 2015).

Tentunya dalam difusi inovasi sistem sosial atau tata perilaku alat pengontrol keberaturan dalam masyarakat (Niroskha, 2020). Namun, aspek penting yang harus dipenuhi oleh difusi inovasi adalah evaluasi. Biasanya evaluasi dilakukan setelah semua tahapan evaluasi berjalan. Evaluasi dilakukan sebagai acuan efektivitas sebuah program yang ada di masyarakat. Hasil dari evaluasi sebuah inovasi tentunya dapat berbeda-beda

tergantung pada bagaimana penerimaan masyarakat. Oleh karena itu, evaluasi tidak menitik beratkan pada salah dan benar melainkan pada efektivitas inovasi bagi kehidupan masyarakat. Selain itu, evaluasi juga menjadi tolak ukur dalam menentukan decision maker (pengambilan keputusan). Indikasi kesempurnaan evaluasi tentunya terdapat pada manfaat yang diterima oleh masyarakat dari sebuah inovasi.

Pada kasus difusi inovasi yang terjadi di lingkungan masyarakat Desa Kenakes, fenomena ini melahirkan digital Payment, yaitu sistem pembayaran yang dilakukan melalui jaringan internet. Sistem pembayaran elektronik kini menjadi sistem dimana kegiatan transaksi dilakukan secara *digital* dan pembayaran umumnya dilakukan dengan menggunakan alat pembayaran digital, salah satunya seperti bitcoin. salah satu dari sistem pembayaran elektronik dilakukan oleh *blockchain*, yang merupakan sistem data untuk setiap pengguna yang terhubung ke server pembayaran yang akan dilakukan, sehingga memiliki daftar setiap transaksi yang dilakukan.

Sebelum kemunculan *digital payment*, transaksi secara konvensional biasa dilakukan dengan uang tunai, cek dan kartu kredit. Namun, kehadiran digital payment menggeser metode tersebut menuju pada bantuan *software internet* (Nasution, 2019). Oleh karena itu, dalam *digital payment* tidak terdapat interaksi secara langsung antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Seluruh data dan informasi yang dibutuhkan oleh pihak lembaga keuangan terkait nasabah dapat dilakukan dengan bantuan internet (I Budiarti, 2021). Bank Indonesia sendiri pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia pasal 1 angka 6 juga mendefinisikan sistem pembayaran, pemindahan dana dan sistem transfer dana. Dalam aturan tersebut dijelaskan bahwa metode pembayaran dapat dilakukan secara tunai ataupun non-tunai (Khoyatu Rizkiyah, 2021). Artinya, sistem *digital payment* menjadi salah satu metode yang kini dapat dipertimbangkan sebagai alat transaksi keuangan (Aldilla Iradianty, 2020). Dengan mempertimbangkan beberapa penjelasan sebelumnya mengenai *digital payment*, maka metode transaksi ini sudah selayaknya digunakan oleh masyarakat modern. Tuntutan dan perubahan zaman mengharuskan adanya praktisasi terhadap metode pembayaran. Hal tersebut salah satunya juga di latar belakang oleh kemunculan industri 4.0 yang memaksimalkan produksi dan penggunaan teknologi.

Beberapa penelitian sebelumnya pernah dilakukan. Pertama, Deky Hendarsyah dalam “*E-Commerce di Era Industri 4.0 dan Society 5.0*” menjelaskan, saat ini

karakteristik masyarakat global mengalami pergeseran pada tingkat ketergantungan teknologi yang tinggi (Hendarsyah, 2019). Kedua, Nur Azizah dalam “*Difusi Inovasi dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal*”, menjelaskan difusi inovasi sebagai teori yang mengkaji kemungkinan dan ketidakmungkinan dari sebuah inovasi. Ketiga, Ayu Mutiara Annur dalam “*Difusi dan Adopsi Inovasi Penanggulangan Kemiskinan (Studi Difusi dan Adopsi Inovasi dalam Layanan “Mbela Wong Cilik” Unit Pelayanan Terpadu Penanggulangan Kemiskinan (UPTPK) di Kabupaten Sragen)*”, mengaitkan inovasi sebagai bagian dari pembangunan nasional yang meliputi perkembangan ekonomi salah satunya melibatkan perkembangan ekonomi (Annur, 2013). Keempat, Muhammad Zid dalam “*Interaksi dan Perubahan Sosial Masyarakat Baduy di Era Modern*”, menjelaskan bahwa masyarakat Baduy memiliki karakteristik yang taat kepada adat dan sangat tertutup terhadap kehidupan luar (Zid, 2017). Kelima, Jefry Tarantang, Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti dan Meidinah Munawaroh dalam “*Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia*”, menjelaskan adanya pembaruan terhadap sistem pembayaran sebagai gerakan revolusi ekonomi yang bertujuan untuk memudahkan manusia (Jefry Tarantang, 2019).

Berdasarkan berbagai penelitian sebelumnya, belum ada yang meneliti inovasi *digital payment* khususnya pada masyarakat Baduy. Selain itu, Penelitian ini mengkaji kemunculan *digital payment* melalui teori komunikasi yaitu, difusi inovasi. Pokok pikiran dalam teori tersebut menjelaskan adanya peran komunikasi dalam menyosialisasikan berbagai nilai-nilai baru di masyarakat. Komunikasi menjadi aktivitas pengiriman informasi yang selanjutnya juga dapat menentukan apakah informasi tersebut dapat diimplementasikan oleh penerima. Selain itu, penelitian juga didukung dengan kajian mengenai konsep *digital payment* sebagai sebuah inovasi yang kini berkembang di tengah masyarakat Baduy. Untuk mempertajam hasil, peneliti mengambil sumber data yang berasal dari kajian terdahulu, observasi dan wawancara. Tujuan penelitian ini adalah menemukan implementasi dari teori difusi inovasi yang nantinya dapat diterapkan oleh masyarakat. Selain itu, penelitian juga ditujukan bagi para pembaca khususnya bagi yang bergerak pada penelitian serupa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui strategi penelitian studi kasus. Pendekatan kualitatif mendeskripsikan fenomena yang terjadi di tengah masyarakat dan mencakup masalah sosial serta kemanusiaan (Creswell, 2003). Pendekatan kualitatif memberikan peluang untuk melihat aspek kunci kasus-kasus secara lebih jelas (Neuman, 2003). Pendekatan penelitian ini dipilih karena dapat menjelaskan masalah yang diangkat secara lebih mendalam dengan menggunakan wawancara mendalam, untuk dapat memperoleh informasi secara langsung dan memberikan penjelasan yang lebih terperinci.

Penelitian ini bersifat deskriptif karena laporan penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran yang spesifik mengenai situasi maupun *setting* sosial (Neuman, 2003), dalam proses difusi dan inovasi kedaulatan digital payment. Penelitian deskriptif menyajikan gambaran mengenai individu yang diteliti atau aktivitas sosial dan fokus pada pertanyaan bagaimana dan siapa. Studi penelitian deskriptif dimulai dengan permasalahan atau pertanyaan yang telah ditetapkan (Neuman, 2003).

Dalam penelitian ini studi kasus digunakan untuk memahami kasus sosialisasi *digital payment* ke masyarakat baduy. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui pengalaman penggunaan digital payment oleh pedagang. Langkah ini sejalan dengan tujuan penelitian untuk menemukan fenomena mendalam dari sebuah fenomena terutama ketika batas-batas antara fenomena dan konteks mungkin tidak jelas (Yin, 2017). Pengumpulan data disusun melalui metode observasi dan wawancara. Informan dipilih dari beberapa pedagang yang dianggap dapat mewakili data penelitian. Observasi dilakukan sejak tanggal 2 Agustus 2022 sampai 22 Agustus 2022. Sedangkan toko yang dijadikan sebagai objek observasi digambarkan dalam tabel 1.

Tabel 1. Delapan toko yang menggunakan QR Code

No	Nama Toko
1	Kios Jakim
2	Imah Lesehan Baduy
3	Kios Alis
4	Kios Sarka
5	peKios Lina
6	Kios Rani

No	Nama Toko
7	Kios Kang Hideung
8	Kios Marsela

Sumber: Informan wawancara (pedagang pengguna *QR Code*)

Sedangkan teknik analisis yang digunakan menggunakan analisis tematik dengan mengolah hasil temuan di lapangan berdasarkan tema yang sesuai. Teknik analisis tematik yaitu proses mengkode informasi yang dapat menghasilkan daftar tema sehingga tema tersebut dapat menggambarkan fenomena dan secara maksimal dan membantu interpretasi dari fenomena (Patton, 2002).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran Inovasi Program Digital Payment

Masyarakat suku Baduy luar yang bermata pencaharian sebagai penjual oleh-oleh khas Baduy sudah mengalami kemajuan teknologi. Seperti masyarakat di kota-kota besar pada umumnya, masyarakat di desa Kaneke dan sekitarnya tentu tidak kalah dalam perkembangan teknologi. Selain penggunaan telepon genggam (*Handphone*) yang sudah marak digunakan dalam masyarakat Baduy luar, kemajuan teknologi dalam alat pembayaran pun sudah mengalami perkembangan yang pesat. Masyarakat Baduy luar sudah mengenal beberapa alat pembayaran non tunai seperti Qris. Tentunya hal tersebut menandakan bahwa kemajuan teknologi sudah menyentuh wilayah terpencil di Indonesia. Tetapi, tidak semua masyarakat yang bermata pencaharian sebagai pedagang menerima dan memiliki keinginan untuk menggunakan Q Ris sebagai metode pembayaran non tunai. Dalam Penelitian sebelumnya yang berjudul “*Difusi Inovasi dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal*”, penyerapan sebuah metode baru di tengah masyarakat selalu membutuhkan tenggat waktu tertentu sebelum sepenuhnya dapat diterapkan sebagai nilai baru (Azizah, 2017). Hal tersebut juga sejalan dengan pernyataan informan:

“Saya Jual berbagai macam oleh-oleh khas Baduy seperti tas rotan, gelang, kain tenun, kopi, dan lain sebagainya. Walaupun sudah ditawari oleh tetangga untuk diajarkan cara menggunakan Qris, namun Saya tidak berminat untuk menggunakan Qris sebagai alat pembayaran alternatif seperti penjual lainnya.

Karena Disini terlalu sulit.” (Santi-Pedagang, Wawancara langsung pada tanggal 10 Agustus 2022)

Berdasarkan jawaban tersebut artinya saluran komunikasi sebagai salah satu elemen dari difusi inovasi yang dibangun belum berjalan secara efektif. Dalam menyebarkan suatu inovasi, teori difusi inovasi bertumpu pada keberhasilan proses sosialisasi. Namun, dalam difusi inovasi, ide atau gagasan yang diberikan kepada masyarakat juga bisa mendapatkan penolakan. Oleh karena itu, dalam difusi inovasi terdapat tahapan-tahapan jangka waktu penerimaan masyarakat terhadap sebuah pembaruan. Sosialisasi yang berhasil diharapkan dapat merubah penolakan masyarakat menuju pada penerimaan di tahap mayoritas akhir atau terlambat. Hal ini dianggap wajar mengingat masyarakat membutuhkan penyesuaian terhadap nilai dan tatanan baru.

Saluran komunikasi adalah salah satu dari 4 elemen difusi inovasi yang dapat dikatakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Suatu inovasi dapat diadopsi oleh seseorang jika inovasi yang diterimanya tersebut telah dikomunikasikan kepada orang lain. Saluran komunikasi di sini harus disesuaikan dengan siapa yang dituju. jika ditujukan kepada masyarakat luas, maka saluran yang digunakan ialah komunikasi massa, sebaliknya, jika yang dituju adalah seorang individu maka yang digunakan adalah komunikasi personal.

Berdasarkan hal tersebut, saluran komunikasi berperan penting dalam penyebaran pengetahuan tentang penggunaan alat metode pembayaran non tunai seperti Qris dalam perniagaan di desa Kaneke. Sebagaimana pernyataan dari informan 2:

“Disini juga belum pernah sosialisasi mengenai Qris, saya tau QRIS melalui tetangga yang memiliki koneksi dengan pemuda ibukota” (Sumah- Pedagang, Wawancara langsung pada tanggal 10 Agustus 2022)

Berdasarkan jawaban tersebut, difusi inovasi belum berjalan secara maksimal karena minimnya pemanfaatan sarana komunikasi. Langkah strategis yang dapat diambil untuk memecahkan masalah tersebut ialah melalui perantara inovator sebagai salah satu elemen inovasi. Sesuai dengan pengertiannya, inovator adalah orang yang mencetuskan suatu inovasi. Dalam pembahasan teori telah disebutkan bahwa seorang inovator harus membekali diri dengan pengetahuan yang baik. Selain itu, inovator juga biasanya

merupakan tokoh-tokoh berpengaruh di suatu lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, untuk melakukan sebuah sosialisasi hendaknya dapat melibatkan inovator sebagai sumber yang kredibel di balik penciptaan suatu inovasi. Hal yang harus diperhatikan oleh inovator dalam menyosialisasikan inovasi adalah penyesuaian terhadap adat istiadat masyarakat setempat.

Pemanfaatan Qris Sebagai alat pembayaran non tunai

Digital Payment menghadirkan pembaruan pada sistem jual beli salah satunya menggunakan fitur *scan* Qris. Beberapa rumah yang menjual oleh-oleh khas Baduy sudah menggunakan Qris sebagai metode pembayaran non tunai, rumah tersebut yang masih belum terlalu jauh dari terminal Ciboleger. Barang-barang yang dijual di setiap rumah beraneka ragam seperti kopi, gula aren, jahe bubuk, gelang, kain tenun, kaos khas Baduy dan lain sebagainya dengan harga yang cukup terjangkau mulai dari lima ribu rupiah hingga tujuh ratus ribu rupiah. Harga barang di setiap rumah memiliki perbedaan walaupun tidak signifikan, namun perbedaan tersebut sangat terlihat disetiap penjual ketidaksamaan harga yang di jual juga mempengaruhi opini mereka untuk menggunakan metode pembayaran non-tunai. Walaupun harga barang-barang yang dijual disetiap rumah berbeda-beda, namun pembeli dapat melakukan negosiasi harga dengan penjual dimanapun.

Dengan menggunakan metode pembayaran Qris, dana yang diterima penjual masuk ke rekening kepala keluarga penjual seperti ayah atau suami. Mayoritas perempuan di desa tersebut belum memiliki rekening bank pribadi karena jarak dari desa ke bank yang jauh. Sejauh ini, metode pembayaran non tunai yang dapat dilakukan hanya dengan Qris dan transfer manual ke rekening penjual. Belum ada yang memiliki mesin EDC karena harganya yang cukup mahal. Walaupun Qris sudah digunakan di desa tersebut, penjual lebih memilih menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran karena dianggap lebih memudahkan penjual. Qris dianggap efektif bagi pembeli namun tidak bagi penjual karena pencairan uang yang cukup sulit, karena hanya ada beberapa bank saja yang ada di ATM terdekat. Sejauh ini Qris memudahkan pembeli dikala pembeli kehabisan uang tunai maka Qris dapat digunakan sebagai alat pembayaran. Jadi, alat pembayaran non tunai seperti Qris ataupun transfer ke rekening penjual merupakan inovasi yang cukup membantu antara penjual dan pembeli walaupun penjual lebih

memilih tunai sebagai alat pembayaran. Oleh karena itu, sosialisasi inovasi juga harus diimbangi dengan perkembangan sarana dan prasarana infrastruktur wilayah.

Adanya alat pembayaran non tunai seperti Qris berawal dari obrolan antar tetangga. Jika berbicara soal sosialisasi pembayaran non-tunai, tidak ada sosialisasi mengenai itu terutama tentang Qris. Pengetahuan tentang Qris diajarkan dari mulut ke mulut atau bisa disebut otodidak. Jadi adanya Qris hanya ada pada penjual yang ingin dan berusaha mencari informasi kepada warga yang sudah memiliki Qris terlebih dahulu. Kesulitan dialami di awal penggunaan karena minimnya pengetahuan tentang teknologi namun tidak ada penolakan karena dapat dijadikan alternatif bagi pembeli yang tidak memiliki uang tunai dan bisa memberi keuntungan juga bagi penjual karena di era sekarang ini banyak pembeli yang jarang membawa uang tunai.

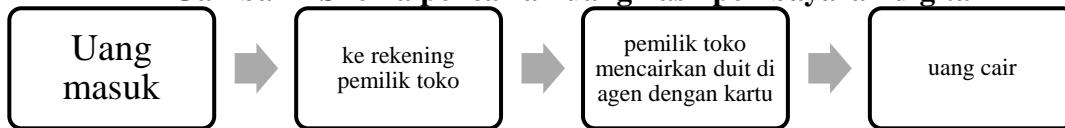
Dapat diterimanya Qris oleh para pedagang ialah karena tetangga yang mendapatkan pendapatan yang lebih besar. Jika dianalisis hal tersebut sama seperti *Process of Innovation Development* yang dikemukakan oleh Roger yaitu proses analisis yang digunakan dari sisi keputusan. Dengan menggunakan Qris, pembeli dapat leluasa membeli barang yang diinginkan tanpa khawatir kehabisan uang tunai. Karena tidak adanya edukasi ataupun sosialisasi yang menarik, maka Qris hanya diterima beberapa pedagang saja. Beberapa pedagang yang memiliki Qris sebagai alat pembayaran hanya pedagang yang mencari tahu informasi tersebut dari beberapa pedagang lainnya yang sudah memiliki Qris terlebih dahulu.

Adanya pengaruh dari sesama penjual / pedagang, membuat beberapa pedagang lainnya membuat Qris sebagai metode pembayaran non tunai, karena dianggap memudahkan pembeli walaupun sedikit menyulitkan penjual dalam pencairan dana. Dampak yang dirasakan sebelum penggunaan Qris adalah disaat pembeli tidak memiliki uang tunai sebagai alat pembayaran, maka mereka hanya bisa pasrah menolak pembeli yang ingin berbelanja dan meminta pembeli untuk berpindah memilih pedagang lain yang sudah memiliki Qris atau rekening.

Terdapat beberapa penjual di kampung yang memilih untuk tidak memanfaatkan Qris sebagai alat pembayaran non tunai, sejauh pengamatan yang dilakukan, nominal harga jual antara barang yang tidak dijual menggunakan Qris setara dengan harga dengan harga jual barang yang sudah menggunakan Qris. Alasan penjual yang tidak memiliki Qris adalah belum mengerti tentang Qris, tidak memiliki rekening dan sulitnya untuk

melakukan pencairan dana sebab jauhnya ATM di desa tersebut karena mereka lebih butuh uang tunai untuk memutar modal dan berjualan kembali.

Gambar 1 Skema pencairan uang hasil pembayaran digital



Tawar menawar dapat dilakukan oleh beberapa penjual. Apalagi jika membeli dalam jumlah yang banyak dengan nominal yang besar, maka proses tawar menawar dapat dilakukan. Di beberapa kios ada minimal nominal pembelian untuk menggunakan metode pembayaran Qris, namun lebih banyak yang tidak memiliki minimal pembelian agar dapat menggunakan Qris sebagai metode pembayaran non tunai.

Para penjual yang memiliki Qris sebagai alat pembayaran non tunai didominasi usia cukup dibidang masih muda sekitar usia 20-27 tahun. Pengetahuan tentang penggunaan alat pembayaran non tunai didapatkan bukan dari sebuah sosialisasi ataupun dari arahan kepala desa, namun dari beberapa anak muda yang memiliki relasi dengan anak muda yang berasal dari beberapa kota seperti Jakarta dan Bandung yang memiliki informasi lebih tentang teknologi modern. Selain itu faktor lingkungan memengaruhi penggunaan Qris. Penjual yang masih di kawasan luar seperti Ciboleger dan Kaneke yang belum terlalu masuk ke dalam desa sudah menggunakan Qris, sedangkan penjual yang tinggal di desa lebih dalam seperti desa Kadu ketug tidak memiliki Qris sebagai alat pembayaran non tunai. Keputusan penjual di desa Kaduketug tidak memilih Qris sebagai alternatif dalam pembayaran dirasa cukup benar karena keterbatasan sinyal yang ada di desa tersebut. Maka akan percuma jika adanya Qris namun tidak ada sinyal.

Pembeli yang datang di hari biasa seperti Senin sampai Kamis lebih sedikit dibanding pada hari Jumat sampai Minggu. Di tanggal merah atau libur nasional pun dinilai lumayan banyak. Seperti pada hari Jumat tanggal 5 Agustus, banyak wisatawan yang menginap di mulai pada hari Jumat dan kembali pada hari Minggu. Di hari Sabtu tanggal 6 Agustus, rombongan anak Pramuka yang mengunjungi wisata Baduy luar ingin menikmati alam. Dan pada hari Minggu, 7 Agustus kawasan Kaneke dan sekitarnya ramai dikunjungi sekumpulan komunitas mobil Pajero yang didominasi oleh laki-laki dewasa.

Dengan ramainya desa di hari-hari tertentu, penjualan pun meningkat. Barang yang laku pun didominasi oleh kopi Baduy yang kebanyakan dibeli oleh laki-laki dewasa, lalu gula aren dan kain tenun yang kebanyakan dibeli oleh ibu-ibu. Terakhir aksesoris khas Baduy seperti gantungan, gelang, kaos dan lain sebagainya kebanyakan dibeli oleh anak muda yang berkunjung ke wisata Baduy luar.

Penemuan-penemuan data yang dijabarkan dalam pembahasan di atas, sejalan dengan esensi teori difusi inovasi sebagai sebuah keputusan untuk menerima atau menolak sebuah gagasan. Pada kasus masyarakat Desa Kenakes, tidak semua warga menerima inovasi Qris sebagai metode transaksi pembayaran. Namun, sebaliknya banyak juga warga yang kini memanfaatkan Qris sebagai peluang dalam memperluas ekonomi dan bisnis. Penerimaan tersebut tergantung pada bagaimana pengetahuan masyarakat, proses persuasi dan implementasi yang nantinya menjadi bagian baru dari masyarakat (Mailin Mailin, 2022). Dari pembahasan di atas, telah tergambar dengan jelas bahwa difusi inovasi dan komunikasi merupakan dua hal yang saling berkaitan. Peranan komunikasi dalam proses difusi inovasi antara lain mencakup etika atau cara yang digunakan pemilik inovasi untuk mempengaruhi masyarakat.

Pemegang 'kunci' dalam difusi inovasi dipegang sepenuhnya oleh seorang individu atau kelompok yang menawarkan pembaruan kepada masyarakat. Bentuk dari pembaruan tersebut kini banyak diasumsikan pada perkembangan teknologi. Namun, sayangnya belum semua masyarakat terbuka terhadap pembaruan teknologi. Akibatnya dibutuhkan sebuah usaha khusus sebagai langkah pendekatan yang meleburkan pembaruan teknologi dengan nilai-nilai asli yang berkembang di masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan teori difusi inovasi yang mendefinisikan bagaimana sebuah inovasi ditransmisikan melalui saluran komunikasi, jangka waktu, inovasi dan sistem sosial. Namun, untuk mengukur tingkat kebaruan dalam difusi inovasi dibutuhkan keterlibatan partisipan dalam menciptakan atau menerima gagasan informasi.

Dari temuan data yang diperoleh pada Desa Kenakes, dapat disimpulkan bahwa saluran komunikasi memiliki efek yang begitu besar bagi penerimaan informasi di tengah masyarakat. Namun, penerimaan tersebut tidak dapat berjalan secara merata karena bergantung pada berbagai faktor bawaan individu. Selain itu, difusi Inovasi yang telah berhasil menjangkit masyarakat juga harus terus melewati proses evaluasi. Tujuan utama sebuah evaluasi adalah mengukur efektivitas kinerja sebuah keputusan yang diambil

dalam masyarakat. Jika hasil evaluasi menunjukkan perubahan positif maka difusi inovasi dapat dilanjutkan bahkan hingga menuju ke tahap-tahap selanjutnya. Namun, jika tidak berhasil maka dapat mempertimbangkan metode lainnya untuk masuk ke tengah-tengah masyarakat. Oleh karena itu, dalam prosesnya difusi inovasi bersifat dua arah karena membangun interaksi antar masyarakat. Dalam proses evaluasi semua elemen masyarakat yang terlibat diharapkan telah memahami tujuan yang hendak dicapai. Evaluasi tentunya juga harus dilakukan secara berkala dan berstruktur.

Masuknya transaksi *digital payment* pada Desa Kenakes Baduy diharapkan dapat menjawab tuntutan masyarakat terhadap transformasi Baduy sebagai desa wisata. Tentunya sebagai desa wisata, wilayah Baduy khususnya Desa Kenakes harus terbuka dan menyesuaikan dengan karakteristik para pengunjung. Terbukanya Baduy sebagai destinasi wisata juga dimaksudkan untuk mendongkrak perekonomian warga Baduy. Namun, inovasi tersebut juga harus terus ditingkatkan mengingat belum semua warga desa menerima masuknya inovasi dalam metode pembayaran. Oleh karena itu, secara umum difusi inovasi menjunjung tinggi nilai-nilai perubahan yang berguna sesuai dengan situasi dan kondisi terkini.

SIMPULAN

Perubahan dalam sistem pembayaran meluncurkan inovasi terbaru salah satunya kemudahan pembayaran melalui metode *digital payment*. Penyebaran ide, gagasan atau pemikiran di tengah masyarakat dapat diterima apabila sesuai dan tentunya memperhatikan aspek-aspek sosial serta kondisi kemasyarakatan sekitar. Pada kasus masyarakat Desa Kenakes, sosialisasi terhadap *digital payment* dapat ditunjang melalui keberhasilan komunikasi sebagai proses transmisi pesan. Selain itu, sosialisasi juga dapat didukung oleh pihak-pihak lainnya yang memiliki keterkaitan dengan *digital payment*, misalnya bank. Bentuk-bentuk kerja sama dapat mengolaborasikan antara pemerintah, swasta dan masyarakat sehingga inovasi menjadi pembaruan yang nantinya dapat diterima oleh seluruh golongan masyarakat. Hasil Penelitian ini merekomendasikan adanya kerja sama dari berbagai pihak dalam mentransmisikan inovasi. Pemerintah sebagai pemegang kekuasaan atas suatu wilayah diharapkan mampu mengembangkan potensi daerahnya salah satunya dengan membangkitkan semangat masyarakat dalam melakukan berbagai perubahan. Namun, difusi inovasi bukanlah sebuah proses yang

instan sehingga dibutuhkan pendekatan berkala pada masyarakat. Oleh karena itu, difusi inovasi juga terus membutuhkan evaluasi sebagai refleksi efektivitas berjalannya sebuah gagasan di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R. (2016). Difusi Inovasi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Akan Kelestarian Lingkungan. *Sosietas*.
- Aldilla Iradianty, B. R. (2020). Indonesian Student Perception in Digital Payment. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Annur, A. M. (2013). Difusi Dan Adopsi Inovasi Penanggulangan Kemiskinan (Studi Difusi dan Adopsi Inovasi dalam Layanan “Mbela Wong Cilik” Unit Pelayanan Terpadu Penanggulangan Kemiskinan (UPTPK) di Kabupaten Sragen). *Development Jurnal R&D*.
- Azizah, N. (2017). Difusi Inovasi dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Swara Ringgit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal. *Jurnal Yudharta*.
- Azizah, N. (2018). Difusi Inovasi Dalam Konteks Peranan Kelompok Informasi Masyarakat (Kim) Swara Ringgit Kelurahan Ledug Guna Meningkatkan Potensi Lokal. *Jurnal Heritage*.
- Azzura Yushara, M. M. (2018). Difusi Inovasi Program Kreativitas Masyarakat Dalam Membangun Kampung Pariwisata Di Gampong Nusa Aceh Besar. *Jim (Jurnal Ilmiah Mahasiswa)*.
- B Kurniawan, S. W. (2019). The influence of digital payments on public spending patterns. *Journal of Physics: Conference Series*.
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce di Era Industri 4.0 dan Society 5.0 . *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* .
- I Budiarti, F. H. (2021). Financial Technology as Payment Methods in the Digital Era . *Injuratect (International Journal of Research and Applied Technology)* .
- Januarti, Y. (2019). Pengembangan Sumber Belajar Bermain Berbasis Mobile Learning. *Jurnal Pendidikan Edutama*.
- Jefry Tarantang, A. A. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Tarantang*.
- Jiayin Qi, L. L. (2017). An Extension of Technology Acceptance Model: Analysis of the Adoption of Mobile Data Services in China. *System Research and Behavioral Science*.
- Kartika, D. (2019). Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian Pada Media Youtube di Kalangan Remaja) . *Ekspresi & Persepsi Jurnal Ilmu Komunikasi*.

- Khoyatu Rizkiyah, L. N. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pengguna Platform Digital Payment OVO). *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Mailin Mailin, G. R.-R. (2022). Teori Media/Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Guru Kita*.
- Muhammad Najb, F. F. (2020). Investigating the Adoption of Digital Payment System through an Extended Technology Acceptance Model: an Insight from the Indonesian Small and Medium Enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*.
- Nasution, M. L. (2019). Digital Payment: Probability In Millennial (Case Study Of Uinsu Febi Students). *Journal of Humanities and Social Studies*.
- Niroskha. (2020). Difusi Inovasi Dalam Teknologi Pendidikan. *Jurnal Madaniyah*.
- Pandey, S. K. (2022). A Study on Digital Payments System & Consumer Perception: An Empirical Survey. *Journal of Positive School Psychology*.
- Rusmiati, D. A. (2015). Analisis Difusi Inovasi Dan Pengembangan Budaya Kerja Pada. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*.
- Sahyaselvi, S. (2017). An Overview On Digital Payments. *International Journal of Research*.
- Savitri, A. (2019). *Revolusi Industri 4.0: Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*. Bussines & Economic.
- Siti Fathonah, S. A. (2018). Difusi Inovasi Teknologi Tepat Guna Di Kalangan Wanita Pengusaha Di Desa Kasongan Yogyakarta. *JIK (Jurnal Ilmu Komunikasi)*.
- Wahyudi, S. (2019). Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Jurnal Valuta*.
- Zid, M. (2017). Interaksi Dan Perubahan Sosial Masyarakat Baduy Di Era Modern. *Jurnal Spatial*.