

Analisis *Trust* dalam Penggunaan *E-Money* sebagai Teknologi Konsumsi: Studi Mengenai Pengguna *E-Money* Kelas Menengah-Atas dan Menengah-Bawah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia

Dea Gadis Maulinda

Departemen Sosiologi, FISIP, Universitas Indonesia

Email: deagadis.m@gmail.com

Abstrak

Kebijakan untuk menjadikan e-money sebagai alat pembayaran non tunai di Indonesia sudah dicanangkan sejak tahun 2004 dan jumlah pengguna e-money mengalami peningkatan hingga tahun 2015. Artikel ini berupaya untuk melengkapi studi sebelumnya bahwa pentingnya dimensi trust untuk memaknai sejauh mana kepercayaan pengguna dalam terlibat e-money sebagai sebuah teknologi dalam perubahan sosial serta perbedaannya antara masyarakat kelas menengah-atas dan menengah-bawah. Argumen dari artikel ini adalah pentingnya trust dalam memaknai penggunaan e-money. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan data primer berupa wawancara mendalam kepada beberapa informan terkait, yaitu mahasiswa FISIP UI. Kesimpulan dalam artikel ini adalah terdapat perbedaan antara masyarakat kelas menengah-atas dan menengah-bawah dalam memaknai trust penggunaan e-money. Data terkait perubahan sosial dengan adanya inovasi teknologi e-money menunjukkan perubahan sosial kultural dan trust yang dimiliki oleh masyarakat adalah rational trust dengan memperhatikan cost-benefit.

Abstract

Policy to create e-money as cashless payment tool in Indonesia has been proclaimed since 2004 and the number of e-money user has increased significantly until 2015.

This article sought to complement the previous studies regarding the importance of trust dimension and to what extent the trust of e-money user in seeing the e-money as a technology in social change as well as the difference between middle and low-end class society. So the argument of this article becomes trust is important in give meaning to the utilization of e-money. Research method used in this article was qualitative research method with primary data consisted of in-depth interview with the informants that is e-money users who is also FISIP UI students. The study found that there are differences between middle and low-end class society in giving meaning of trust in using e-money. Data shows that within innovation in technology of e-money, there are socio-cultural changes possessed by society in form of rational trust within its cost and benefit.

Keywords: *trust, e-money, class, technology, social change*

PENDAHULUAN

Penggunaan *e-money* atau uang elektronik di berbagai sektor telah marak terjadi di beberapa negara, seperti di Jepang, Korea Selatan, dan Singapura. Jepang dan Korea Selatan merupakan negara pelopor penggunaan *e-money* dan termasuk dalam 10 Negara yang melakukan transaksi *e-money* terbesar di dunia (Bank for International Settlements 1996). Beberapa studi literatur mengenai *e-money* memiliki asumsi bahwa sistem pembayaran dengan *e-money* lebih efisien, cepat, aman, dan andal (Hidayati dkk. 2006). Oleh karena itu, sistem pembayaran *e-money* diterapkan oleh banyak negara.

Studi lain mengatakan bahwa *e-money* telah efektif dan efisien digunakan oleh masyarakat (Putri 2015) serta memiliki banyak keuntungan, diantaranya tawaran berupa diskon belanja dan bunga (Nirmala dkk. 2011). Didukung pula oleh pernyataan Candraditya (2013), bahwa manfaat menggunakan *e-money* membawa manfaat positif dan signifikan dengan keinginan pemerintah untuk mewujudkan lahirnya *cashless society*.

Penjabaran studi-studi tersebut lebih menjabarkan dampak positif sistem pembayaran *e-money* dan pembahasan tersebut belum sosiologis, sehingga kemudian muncul pertanyaan, masyarakat

kelas sosial manakah yang lebih dominan menggunakan e-money dan merasa diuntungkan dengan adanya teknologi *e-money*? Pertanyaan tersebut dijawab oleh studi yang dilakukan oleh Jati (2015) bahwa masyarakat kelas menengah lebih berperan dalam penggunaan *e-money* sebagai teknologi konsumsi. Walaupun pertanyaan tersebut dapat terjawab oleh penelitian yang dilakukan oleh Jati (2015) dengan metode studi kepustakaan, namun terdapat hal yang luput dibahas, yaitu mengenai *trust* pengguna *e-money* dalam melihat *e-money* tersebut sebagai sebuah teknologi. Kemudian diungkapkan oleh Bornschieer (dalam Volken 2002) bahwa *trust* memiliki keterkaitan dengan inovasi teknologi yang menguatkan asumsi pentingnya *trust* untuk membahas fenomena ini. Maka argumen dari artikel ini adalah melengkapi studi Jati (2015) bahwa pentingnya dimensi *trust* untuk melihat sejauh mana kepercayaan pengguna dalam melihat *e-money* sebagai sebuah teknologi dalam perubahan sosial serta perbedaannya antara masyarakat kelas menengah-atas dan menengah-bawah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (1994), penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau masalah sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar yang ilmiah. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dikarenakan ingin melihat bagaimana pemaknaan pengguna *e-money* kelompok menengah-atas dan menengah-bawah terhadap penggunaan *e-money* sebagai sebuah teknologi konsumsi terkait dengan *trust* dan perubahan sosial (Neuman, 2003).

Data primer yang digunakan berupa wawancara mendalam dengan *purposive sampling* yaitu adanya kriteria tertentu dan observasi, serta dibantu dengan data sekunder. Di mana

karakteristik informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia yang merupakan pengguna *e-money* minimal dua tahun penggunaan dan berasal dari kelas menengah-atas atau kelas menengah-bawah. Pembagian informan menjadi informan yang berasal dari kelas menengah-atas dan kelas menengah-bawah bertujuan untuk melihat perbedaan mereka dalam memaknai fenomena *e-money* dari sisi *trust* dan perubahan sosial.

Pertama yaitu kelas menengah-atas dengan kriteria memiliki pengeluaran rumah tangga per bulan sebesar minimal satu juta lima ratus ribu rupiah, merupakan pengguna *e-money* dengan pengalaman penggunaan paling sedikit sejak tahun 2013, karena menurut survey Forum IndoTelko (dalam Jati 2015) pengguna *e-money* di Indonesia menunjukkan angka signifikan dengan mengalami kenaikan sebesar lebih dari dua kali lipat dibanding tahun sebelumnya, kriteria selanjutnya adalah terjadi perubahan dalam diri saat menggunakan *e-money*, menggunakan *e-money* secara kontinu, dan penggunaan tersebut dilakukan di berbagai transaksi tidak hanya di satu tempat saja. Klasifikasi kedua adalah kelas menengah-bawah dengan kriteria memiliki pengeluaran rumah tangga perbulan antara satu juta hingga satu juta lima ratus ribu rupiah, merupakan pengguna *e-money* minimal sejak tahun 2013 atau dua tahun penggunaan, tidak menggunakan *e-money* secara kontinu, menggunakan *e-money* tidak di beberapa tempat, serta terjadi perubahan dalam diri saat menggunakan *e-money*. Kedua klasifikasi informan tersebut yang akan menunjukkan bagaimana *trust* yang dimiliki oleh masyarakat terhadap *e-money* sebagai sebuah inovasi teknologi dalam transaksi ekonomi serta perubahan seperti apa yang dirasakan oleh masyarakat atas kehadiran *e-money*.

TEKNOLOGI DAN PERUBAHAN SOSIAL

Stromquist (dalam Mutekwe 2012, 231) menjelaskan bahwa secara sosiologis, teknologi tidak hanya dapat dilihat sebagai alat. Teknologi memiliki implikasi yang besar bagi kehidupan sosial dan

pembentukan budaya non-material sebuah kelompok sosial. Lebih jauh lagi, teknologi juga ikut berperan dalam mengatur pola pikir individu dan hubungan sosial yang terjalin antar individu. Hal ini berarti bahwa teknologi yang dapat dilihat wujud fisiknya melalui benda-benda tertentu justru dapat mempengaruhi tatanan sosial yang tak kasat mata dan penting dalam kehidupan sosial. Individu dan masyarakat dihadapkan dengan situasi baru yang harus direspon, yaitu suatu perubahan. Baik perubahan nilai maupun inovasi yang terdapat dalam masyarakat.

Dapat dikatakan bahwa teknologi berkaitan erat dengan inovasi, begitupun perubahan sosial. Perubahan sosial merupakan perubahan yang signifikan dari struktur sosial seperti pola aksi sosial dan interaksi, termasuk konsekuensi dan manifestasi dari struktur seperti yang terkandung dalam norma, nilai-nilai, serta produk budaya dan simbol (Moore dalam Mutekwe 2012). Perubahan sosial memiliki dimensi, Himes dan Moore (1968) menjelaskan tiga dimensi perubahan sosial, yaitu struktural, kultural, dan interaksional.

Dimensi struktural menjelaskan perubahan dalam status dan peran, struktur masyarakat, dan pada lembaga sosial. Dimensi kultural lebih kepada perubahan budaya material atau inovasi teknologi dalam masyarakat atau non material seperti ide, nilai, dan norma sehingga membentuk kesadaran kolektif dalam masyarakat. Dimensi interaksional menjelaskan bahwa adanya perubahan interaksi dan hubungan sosial dalam masyarakat, baik dari intensitas maupun pola. Apabila dikaitkan antara konsep teknologi dengan perubahan sosial maka teknologi sebagai sebuah inovasi akan merubah tatanan sosial masyarakat serta hubungan sosial antara manusia satu dengan yang lainnya. Konsep teknologi yang dijelaskan oleh Stromquist membahas mengenai pembentukan budaya dan mengubah hubungan sosial. Begitu pula dengan dimensi perubahan sosial yang membahas mengenai aspek kultural atau budaya dan aspek interaksional. Sehingga terlihat adanya keterkaitan antara teknologi dan perubahan sosial.

Sesuai dengan penjelasan tersebut, maka tulisan ini akan menjelaskan *e-money* sebagai sebuah terobosan inovasi dalam

teknologi berbasis konsumsi yang kemudian melatari terjadinya perubahan sosial dan inovasi *e-money* tersebut hadir di tengah-tengah kehidupan masyarakat yang dipengaruhi oleh modernisasi.

RATIONAL TRUST DAN MORAL TRUST

Setelah adanya penjelasan sebelumnya bahwa teknologi sebagai terobosan inovasi, maka dibutuhkan adanya variabel lain agar teknologi tersebut dapat diaplikasikan di dalam kehidupan masyarakat. Variabel tersebut adalah *trust*. *Trust* atau kepercayaan dibutuhkan sebagai penghubung antara teknologi dan masyarakat. Bornschieer (dalam Volken 2002) berpendapat bahwa *trust* atau kepercayaan dimungkinkan mendukung inovasi teknologi dan perubahan. Secara implisit, sebuah tindakan inovatif butuh sumber daya “kepercayaan yang membudaya”. Kepercayaan dibutuhkan untuk sebuah teknologi baru agar dapat diterima oleh masyarakat. Volken (2002) juga mengatakan dalam membangun kepercayaan harus didukung dengan adanya dimensi dari kepercayaan tersebut, yaitu rasionalitas dan moralitas.

Rational trust atau kepercayaan rasional menjelaskan bahwa dasar dari sebuah kepercayaan adalah pengalaman. Kepercayaan membutuhkan latar belakang sejarah. Situasi *rational trust* akan terjadi apabila aktor bersikap rasional di mana mereka memperhitungkan *cost-benefit* secara sadar saat mereka memutuskan apakah akan percaya atau tidak. Kepercayaan dapat berkembang saat aktor berulang kali berinteraksi. Karena produksi kepercayaan melalui interaksi berulang kali sangat memakan waktu, kepercayaan yang rasional didasarkan pada interaksi antara individu tidak bisa dengan mudah tergeneralisasi. Adanya sanksi akan merubah radius kepercayaan rasional dalam masyarakat. Kepercayaan yang rasional didasarkan pada pengalaman aktor dan tidak perlu termotivasi secara intrinsik, serta kepercayaan rasional dalam modernitas pada dasarnya terkait dan dijamin oleh sistem (Volken 2002).

Dimensi selanjutnya adalah *moral trust* yaitu pola dari nilai dan normayang dianut bersama untuk mereproduksi perilaku

aktor. Pola budaya harus direproduksi melalui perilaku. Nilai, norma, dan sikap menjadi sebuah generalisasi moral. Namun, moral umum tidak perlu selalu menghasilkan *generalized trust*, karena perluasan kepercayaan tergantung pada etos kooperatif dan inklusif. Istilah kepercayaan moral, seperti yang digunakan di sini, karena itu mengacu pada norma-norma, nilai-nilai, dan sikap yang memungkinkan dan mendorong tindakan kooperatif. Aktor melakukan tindakan karena aspek kebaikan telah diinternalisasikan, walaupun akibat dari tindakan tersebut secara langsung ataupun tidak telah merugikan aktor. Dasar moral masyarakat dapat bergeser dari waktu ke waktu serta dapat memotivasi atau bahkan menghambat tindakan kooperatif.

SOCIO-ECONOMIC CLASSIFICATION

Kategori kelas sosial dan ekonomi masyarakat pada artikel ini merujuk pada *Socio-Economic Classification* yang dibuat oleh Nielsen. Klasifikasi kelas Nielsen dianggap tepat untuk digunakan karena *e-money* merupakan teknologi berbasis konsumsi serta digunakan untuk transaksi ekonomi. Dijelaskan pula oleh Jati (2015) bahwa *e-money* sebagai sebuah inovasi teknologi cenderung digunakan oleh masyarakat kelas menengah, sehingga klasifikasi kelas Nielsen semakin dianggap tepat untuk digunakan.

Social-Economic Classification Nielsen dilihat berdasarkan pengeluaran rumah tangga perbulan (*monthly household expenditure*), berikut adalah penjabarannya:

Tabel 1. *Social-Economic Classification*

A	> 3.000.000
B	2.000.001-3.000.000
C	C1 1.500.001-2.000.000
	C2 1.000.001-1.500.000
D	700.001-1.000.000
E	< 700.000

Sumber: Nielsen 2012 (www.nielsen-admosphere.eu).

Kategori kelompok A merupakan kelas atas (*upper class*), kelompok B adalah kelas menengah-atas (*upper-middle class*),

kelompok C adalah kelas menengah (*middle class*), kelompok D adalah kelas menengah bawah (*lower-middle class*), dan kelompok E merupakan kelas bawah (*lower class*). Kategori tersebut akan digunakan untuk membagi informan dalam artikel ini.

Selain klasifikasi yang dijelaskan di atas, Nielsen telah menjabarkan aktivitas masyarakat kelas menengah di tahun 2012. Bahwa kelas menengah diantaranya menggunakan teknologi dengan intensitas tinggi, sering melibatkan diri secara *online*, kenyamanan menjadi hal penting karena sering diburu waktu akibat urusan pekerjaan, memiliki *smartphone*, mengakses internet minimal 1,5 jam perhari, membeli makanan dan minuman dari inovasi produk seperti es krim, mie, atau biskuit, bereksperimen dengan merk-merk terkenal, cenderung mengunjungi minimarket atau supermarket untuk membeli kebutuhan dibandingkan mengunjungi warung atau toko pinggir jalan.

E-MONEY: SEBUAH TEKNOLOGI KONSUMSI

Merujuk pada definisi yang dibuat oleh *Bank for International Settlement*(BIS) tahun 1996, *e-money* merupakan “*stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession*” yaitu sebuah produk *stored-value* atau prabayar yang memiliki sejumlah nilai uang disimpan dalam media elektronik yang dimiliki seseorang. *E-money* yang akan dibahas dalam artikel ini berbentuk kartu prabayar (*prepaid*) dan dapat digunakan untuk berbagai jenis pembayaran (*multi-purposed*). Selain itu, *e-money* yang akan dibahas dalam tulisan ini berbeda dengan kartu debit atau kartu kredit, karena kartu debit dan kartu kredit bukanlah *prepaid products*, melainkan *access product* dimana tidak ada pencatatan dana pada instrumen kartu dan dana berada dalam pengelolaan bank sepenuhnya, karena kartu kredit ataupun debit memiliki identitas pengguna. Sedangkan *e-money prepaid products* memiliki nilai uang yang tercatat dalam instrumen kartusesuai dengan berapa uang yang dikeluarkan untuk mengisi *e-money* tersebut atau sering disebut dengan *stored-value*. Nilai uang

yang ada merupakan kekuasaan konsumen sepenuhnya tanpa adanya identitas pengguna (Hidayati *et.al* 2006).

Dengan penjabaran sebelumnya dapat dikatakan bahwa *e-money* lebih praktis dalam penggunaannya ketimbang uang tunai. Hanya dengan satu kartu dapat digunakan untuk beberapa transaksi seperti pembayaran tol, telepon, transportasi (transjakarta dan kereta api *commuter line* jabodetabek), bensin, dan belanja di minimarket, supermarket bahkan beberapa restoran. Selain itu, nilai uang di dalamnya dapat disesuaikan dengan kemampuan pribadi pengguna. Contoh-contoh dari produk *e-money* di antaranya adalah Flazz BCA, *e-money* Mandiri, Brizzi (Bank BRI), Jak Card (Bank DKI), dan Tap Cash (Bank BNI). Namun selain itu terdapat juga kartu multi trip yang dikeluarkan oleh PT. KAI untuk penggunaan jasa transportasi kereta api *commuter line* jabodetabek. Maka tidak heran dengan adanya kebijakan Bank Indonesia di tahun 2006 terkait penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran non tunai, untuk membuat masyarakat Indonesia terutama melalui masyarakat Jakarta dan sekitarnya menjadi masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*). Bahwa uang tunai atau uang kartal bukan lagi menjadi satu-satunya alat pembayaran di kehidupan sosial yang kemudian menjadi pencerahan bagi perekonomian Indonesia, karena dengan penggunaan *e-money*, maka transaksi uang tunai akan sedikit mulai sedikit menjadi berkurang.

Setelah penjabaran mengenai apa itu *e-money*, lalu bagaimana teknologi mengubah masyarakat? Stromquist menjelaskan bahwa secara sosiologis, teknologi tidak hanya dapat dilihat sebagai alat. Karena teknologi memiliki implikasi bagi pembentukan budaya sebuah kelompok. *E-money* sebagai sebuah teknologi inovasi dapat dikatakan sebagai representasi pengguna. *E-money* yang berbentuk kartu merupakan benda mati dapat menjadi alat pembayaran yang sah walaupun tanpa adanya interaksi manusia atau transaksi tatap muka langsung. Dengan adanya *e-money*, masyarakat dapat melakukan transaksi apapun bahkan dengan tidak adanya uang kartal. Dijelaskan pula secara mendalam bahwa teknologi berperan dalam mengatur pola pikir individu dan hubungan yang terjalin antar individu (Stromquist dalam Mutekwe 2012, 231). Seperti

yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa *e-money* merubah tatanan kehidupan sosial, yaitu hubungan antar individu berubah dengan berkurangnya interaksi tatap muka antar individu. Pembentukan budaya seperti itu ditakutkan membuat masyarakat menjadi secara tidak sadar mengeksklusikan dirinya. Hal ini berarti bahwa teknologi yang dapat dilihat wujud fisiknya melalui benda-benda tertentu (kartu kecil) dapat mempengaruhi tatanan sosial yang tak kasat mata, namun justru penting dalam kehidupan sosial.

KARAKTERISTIK *E-MONEY* SEBAGAI TEKNOLOGI KONSUMSI

Berdasarkan data yang didapatkan dari informan, berikut adalah penjabaran karakteristik *e-money* sebagai sebuah teknologi berbasis konsumsi :

Tabel 2. Karakteristik *E-money*

Karakteristik	Penjelasan
Praktis	Tidak perlu membawa banyak uang tunai untuk berbelanja, tidak perlu menerima uang kembali berupa uang tunai (terutama uang logam), hanya dengan satu kartu dapat digunakan untuk beberapa transaksi
Cepat	Tidak perlu mengantri, fitur yang disediakan lebih banyak, menghemat waktu, hanya dengan <i>tap</i> dan tanpa uang kembali
Nyaman	Karena praktis saat digunakan
Mudah	Mudah saat digunakan, hanya dengan <i>tapping</i> maka transaksi sudah dilakukan
Kurang Aman	Memiliki resiko apabila kartu hilang karena status kepemilikan yang tidak diketahui

Sumber: data wawancara yang telah diolah kembali 2015.

Berdasarkan tabel di atas, terdapat lima karakteristik *e-money* yang diungkapkan oleh para informan. Empat diantaranya merupakan karakteristik positif dan sisanya merupakan karakteristik negatif *e-money*. Data yang didapatkan dari hasil wawancara kemudian diolah kembali menghasilkan pernyataan bahwa *e-money* memiliki karakteristik praktis karena tidak perlu membawa uang tunai dengan jumlah besar di dalam dompet, namun cukup hanya dengan kartu Prabayar *e-money* yang bersifat *multi-purpose* atau dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di berbagai jenis transaksi ekonomi.

Karakteristik selanjutnya adalah cepat, bahwa dengan menggunakan *e-money* akan mendapatkan akses lebih dibandingkan bukan pengguna begitu pun dengan fitur yang disediakan oleh

penyedia layanan. Bagi masyarakat bukan pengguna *e-money* harus mengantri terlebih dahulu untuk membeli tiket kereta api atau transjakarta, sedangkan pengguna *e-money* dapat langsung menuju mesin akses masuk cukup dengan menyentuhkan kartu ke tempat yang disediakan dan sangat menghemat waktu dengan risiko minimal akan ditinggalkan oleh kereta.

Karakteristik ketiga adalah rasa nyaman, karena *e-money* sangat praktis digunakan maka pengguna merasa tidak terganggu dengan adanya *e-money* di dompet mereka. Justru pengguna merasa tidak perlu merasa khawatir mendapat kerugian-kerugian lain. Karakteristik keempat adalah mudah. Kartu prabayar *e-money* sangat mudah digunakan karena mudah dipahami oleh berbagai kalangan usia. Dengan menyentuhkan kartu ke tempat yang telah disediakan maka transaksi sudah dilakukan, tanpa menunggu petugas menghitung uang transaksi, mengembalikan uang berlebih, hingga menandatangani bukti transaksi. Karakteristik terakhir yang menjelaskan mengenai kekurangan *e-money* adalah kurang aman. Dengan status kepemilikan yang tidak diketahui di dalam kartu *e-money*, membuat pengguna merasa memiliki risiko kehilangan sama dengan uang tunai. Apabila kartu hilang, maka saldo yang terdapat di dalamnya tidak dapat dikembalikan.

KARAKTERISTIK MASYARAKAT PENGGUNA *E-MONEY*

Pada artikel ini, penulis menentukan karakteristik masyarakat pengguna *e-money* berdasarkan kategori kelas Nielsen, karena teknologi *e-money* merupakan alat pembayaran berbasis konsumsi dalam transaksi ekonomi. Peneliti membagi kategori kelas Nielsen menjadi dua, yaitu kelas menengah-atas dan menengah-bawah sebagai karakteristik pengguna *e-money*. Pembagian kelas untuk masyarakat kelas menengah-atas adalah kelompok A, B, dan C1 di mana pengeluaran rumah tangga per bulan untuk kelompok A adalah di atas sama dengan tiga juta rupiah, kelompok B adalah dua juta hingga tiga juta rupiah, dan kelompok C1 sebesar satu setengah juta hingga dua juta rupiah. Sedangkan untuk kelas

menengah-bawah, penulis mengambil kategori kelas Nielsen kelompok C2 yaitu dengan pengeluaran rumah tangga per bulan sebesar satu juta hingga satu setengah juta rupiah. Kategori tersebut penulis gunakan untuk menentukan klasifikasi informan. Sementara untuk kelompok D dan E tidak digunakan dalam penelitian ini karena pengeluaran rumah tangga per bulan untuk dua kategori tersebut dianggap cukup rendah untuk masyarakat yang menggunakan teknologi *e-money* dalam kehidupan sehari-hari. Pengeluaran rumah tangga tersebut seperti pembayaran air, listrik, telepon, uang sekolah, dan bensin. Sedangkan cicilan rumah, mobil, arisan dan *shopping* tidak termasuk dalam hitungan.

PERUBAHAN SOSIAL DAN *SOCIO-ECONOMIC CLASSIFICATION*

Keberadaan *E-money* saat ini membuat uang kartal tidak lagi menjadi satu-satunya alat pembayaran di kehidupan sosial yang kemudian melahirkan sebuah masyarakat baru yaitu *cashless society*. Perubahan sosial tersebut terjadi karena *e-money* hadir membawa nilai, norma, serta menjadi simbol dari sebuah produk budaya baru di masyarakat. Ungkapan tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Moore (dalam Mutekwe 2012). Apakah perubahan sosial tersebut dirasakan oleh pengguna *e-money* dengan kategori kelas menengah-atas dan menengah-bawah?

Terkait dengan perubahan sosial, perubahan yang terjadi adalah dengan kurang berfungsinya uang kartal ketimbang teknologi *e-money* saat melakukan pembayaran di tol, minimarket, supermarket, bahkan untuk menggunakan transjakarta dan kereta api *commuter line*. Masyarakat dengan mudah dapat beradaptasi dengan perubahan baru, yaitu sebuah inovasi baru di bidang teknologi yang kemudian mengubah nilai-nilai sosial masyarakat, *e-money*.

Selanjutnya, penjabaran mengenai perubahan sosial menurut Himes dan Moore (1968) dapat dilihat dari tiga dimensi perubahan sosial, yaitu perubahan struktural, kultural, dan interaksional.

Untuk fenomena *e-money*, hanya terjadi dua perubahan yaitu kultural dan interaksional. Sedangkan perubahan struktural tidak ada data yang menjelaskan mengenai struktural dalam penggunaan *e-money*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, pengguna *e-money* semakin banyak dan secara sadar memilih untuk lebih menggunakan *e-money* dibandingkan uang tunai. *E-money* juga sangat praktis untuk digunakan. Pernyataan tersebut berarti secara kultural adanya kesadaran kolektif dari masyarakat untuk menggunakan *e-money* sebagai pengganti uang tunai dalam transaksi ekonomi sehari-hari.

Informan juga mengatakan bahwa terjadi perubahan dari segi waktu, sebelum diberlakukannya *e-money*, antrian kereta dapat dikatakan tidak manusiawi karena semua pengguna kereta di hari itu pasti akan membeli karcis untuk dapat masuk dan menggunakan kereta api. Berbeda dengan budaya setelah diberlakukannya *e-money*. Tidak semua pengguna akan mengantri untuk membeli karcis, karena pengguna *e-money* akan langsung menuju tempat *tapping* yang telah disediakan. Risiko untuk tertinggal kereta pun semakin kecil karena transaksi yang begitu cepat.

Informan yang berasal dari kelas menengah-atas, juga merasakan hal serupa. Bahwa informan merasakan *e-money* sebagai teknologi walaupun berbentuk kartutetapi lebih bisa membawa kemudahan bagi informan. Contohnya adalah saat memiliki janji bertemu dengan kerabat di Stasiun A, namun di tengah perjalanan kerabat informan hanya dimungkinkan bertemu di Stasiun B. *E-money* membawa sisi kemudahan karena tidak akan dikenakan denda pinalti sebesar lima puluh ribu rupiah karena turun di stasiun yang tidak sesuai dengan pilihan awal. Menggunakan *e-money* lebih fleksibel dalam konteks jasa transportasi. Apabila hanya menggunakan tiket harian berjaminan, maka dipastikan akan mendapat denda akibat perbuatan tersebut. Selain itu dengan adanya perubahan ide, menjadi opsi untuk memudahkan orang dalam mengakses kebutuhan sehari-harinya jadi lebih mudah.

Selain dimensi kultural, dimensi perubahan pada level interaksional dirasakan oleh informan yang berasal dari kelas menengah-atas atau pun menengah-bawah. Penerapan *e-money*

mengubah bagaimana manusia berhubungan satu dengan yang lain. Dengan *e-money*, pengguna tidak perlu melakukan transaksi tatap muka langsung dengan penjual atau petugas, melainkan cukup dengan meletakkan (*tapping*) *e-money* di tempat yang telah disediakan, pada awalnya uang kartal sebagai satu-satunya alat pembayaran sah dan untuk menggunakannya diperlukan interaksi dari dua belah pihak, kini sudah berbeda bahwa pengguna *e-money* langsung berinteraksi dengan mesin *tap*. Cukup dengan meletakkan *e-money* di tempat yang disediakan dan tidak perlu ada petugas yang berjaga, otomatis apa yang pengguna inginkan akan terpenuhi.

Penjelasan tersebut ditegaskan oleh informan bahwa terjadi perubahan di mana dengan adanya *e-money*, tidak perlu mengantri panjang seperti pengguna tiket harian lainnya. Semua serba cepat apabila menggunakan *e-money*. Bukan hanya contoh di jasa transportasi *commuter line* saja, tapi juga berlaku di GTO (Gerbang Tol Otomatis), di mana tidak perlu menunggu uang kembalian apabila menggunakan *e-money*. Cukup dengan *tap*, maka akan lebih cepat sepersekian detik dibanding yang bukan pengguna *e-money*. Hanya saja perbedaan jelas terlihat karena tidak ada lagi interaksi antara petugas dan pengguna.

Informan lainnya jugamenyatakan berkurangnya interaksi antara pengguna dengan petugas yang disebabkan oleh perubahan bentuk interaksi membuat pengguna merasa enggan untuk bertanya kepada petugas. Contoh tersebut dirasakan saat ingin menggunakan kereta api *commuter line*. Dengan adanya *e-money*, pengguna dianggap telah mengetahui berbagai informasi sehingga dengan praktis dan cepat dapat langsung bertransaksi dengan mesin *tap* tanpa harus bertatap muka dengan petugas loket, berbeda dengan masyarakat yang belum memiliki *e-money*.

Informan dari kelas menengah-atas atau pun kelas menengah-bawah memiliki pandangan yang tidak jauh berbeda terhadap *e-money* sebagai sebuah inovasi teknologi yang kemudian berpengaruh terhadap perubahan sosial di masyarakat. Masyarakat merasakan perubahan di dua dimensi, yaitu dimensi kultural dan interaksional. Walaupun dimensi kultural lebih jelas terlihat dibandingkan dengan dimensi interaksional.

TRUST DAN SOCIO-ECONOMIC CLASSIFICATION

Bornschier (dalam Volken 2002) berpendapat bahwa *trust* atau kepercayaan dimungkinkan mendukung inovasi teknologi dan perubahan. Bahwa sebuah tindakan inovatif butuh sumber daya “kepercayaan yang membudaya”. Kepercayaan dibutuhkan untuk teknologi baru dapat diterima dalam masyarakat. *E-money* adalah sebuah terobosan inovasi yaitu teknologi berbasis konsumsi. Hubungan *trust* dengan *e-money* adalah agar inovasi *e-money* dapat diterapkan dalam masyarakat, maka dibutuhkan *trust* untuk teknologi *e-money* dapat membudaya di masyarakat.

Informan dari kelas sosial menengah atas mengatakan bahwa ia percaya menggunakan teknologi *e-money* untuk kegiatan sehari-hari seperti naik kereta *commuter line* karena sistem yang semakin rapih. Informan juga mengaku tidak akan menggunakan fasilitas *commuter line* apabila sistemnya masih berupa tiket, yang menyebabkan banyak penumpang naik tanpa membayar dan seenaknya naik ke atas gerbong kereta. Namun saat ini, teman-temannya juga banyak yang beralih dari naik angkutan umum roda empat kini memilih naik kereta *commuter line*. Informan juga mengatakan bahwa yang membuat ia sangat yakin menggunakan *e-money* sampai saat ini karena ia mendapatkan kepraktisan dan kenyamanan saat menggunakan *e-money*. Sikap informan yang mendapatkan kepraktisan serta kenyamanan dengan hanya membayar saldo *e-money* untuk menggunakannya dalam transaksi sehari-hari mencerminkan adanya *cost-benefit* dari sikap tersebut. sehingga dapat dikatakan bahwa *trust* yang dimiliki oleh informan terhadap *e-money* adalah *rational trust*.

Lalu bagaimana *trust* yang dirasakan oleh pengguna *e-money* yang berasal dari kelas sosial menengah-bawah? Informan dalam kelas ini merasakan keuntungan dari penggunaan *e-money* dan kemudian memiliki kepercayaan tinggi terhadap *e-money*. Informan merasa praktis dan hemat terhadap penggunaan *e-money*. Tidak perlu pergi ke atm berkali-kali untuk mengambil uang

tunai. Hanya dengan satu kartu dan diisi saldo akan mendapatkan kepraktisan saat bertransaksi. Selain itu, saldo *e-money* dapat disesuaikan dengan kebutuhan belanja, bukan justru menghabiskan saldo untuk belanja ini dan itu. Informan pada kelas sosial ini mempunyai *rational trust* yang tinggi terhadap *e-money*, namun ada juga informan lainnya merasakan hal sebaliknya. Di mana informan lebih percaya dengan uang kartal (berwujud kertas dan logam) dibandingkan dengan *e-money*. *Rational trust* yang dimiliki oleh informan ini berkonotasi negatif, berbeda dengan informan lainnya. Namun secara mayoritas dari informan pada kelas sosial ini memiliki *rational trust* dalam menggunakan *e-money*.

SIMPULAN

E-money adalah sebuah inovasi teknologi berbasis konsumsi dan berpengaruh pada perubahan sosial. Agar inovasi tersebut dapat diterima dan diaplikasikan di masyarakat, dibutuhkan adanya *trust* dari masyarakat, baik *rational trust* atau pun *moral trust*. Berdasarkan argumen penelitian ini, bahwa pentingnya dimensi *trust* dalam membahas penggunaan *e-money* sebagai sebuah teknologi konsumsi telah jelas diungkapkan. Berikut adalah tabel singkat yang merangkum isi dari penelitian ini:

Tabel 3. Perbedaan Pandangan Kelas Menengah-atas dan Menengah-bawah Terhadap Perubahan Sosial dan Trust

	Perubahan Sosial		Trust	
	Perubahan Kultural	Perubahan Interaksional	Rational Trust	Moral Trust
Kelas menengah-atas	- Cash → Non cash - Transaksi lama → Cepat (Efisiensi waktu) - Bawa uang cash berlebihan → Praktis - Akses terbatas → Akses tidak terbatas	- Interaksi sosial face to face → Mesin	Sifat Teknologi - E-money: - Akurat - Sistem yang teratur - Praktis - Efisien - Nyaman - Akses tidak terbatas	Tidak Ada
Kelas menengah-bawah	- Transaksi lama → Cepat - Akses terbatas → Akses tidak terbatas	- Perubahan bentuk transaksi	Sifat Teknologi E-money: - Praktis - Hemat - Keuntungan lain seperti potongan harga	Tidak ada

Sumber: Data wawancara yang diolah kembali 2015.

Tabel di atas menjelaskan mengenai pandangan antara masyarakat kelas menengah-atas dan menengah-bawah dalam

memaknai *e-money* sebagai inovasi teknologi dalam perubahan sosial serta bagaimana *trust* yang terjalin di dalamnya. Masyarakat kelas menengah-atas dan menengah-bawah memaknai kehadiran *e-money* sebagai perubahan sosial kultural dan interaksional. Walaupun hasil dari perubahan sosial kultural tersebut lebih banyak diungkapkan dibandingkan dengan perubahan sosial interaksional. Secara kultural, perubahan sosial lebih dirasakan oleh masyarakat kelas menengah-atas dengan penjabaran lebih detil dibandingkan masyarakat kelas menengah-bawah.

Salah satu dari ungkapan masyarakat kelas menengah-atas tersebut adalah mereka lebih menyadari adanya fenomena *cashless society* tidak hanya sekedar perubahan dalam penggunaan uang tunai ke non tunai. Sedangkan untuk perubahan sosial interaksional, masyarakat kelas menengah-bawah lebih merasakan perbedaan bentuk interaksi karena transaksi yang berubah yaitu dengan mesin. Perubahan transaksi dari petugas menjadi mesin membuat pengguna *e-money* seakan-akan sudah paham dengan sistem dan pengambilan keputusan dapat dilakukan oleh individu tanpa harus bertanya ke petugas. Tindakan bersama atau *collective behavior* yang terjadi di lokasi transaksi seperti halte dan stasiun kemudian mendorong masyarakat untuk berpartisipasi dalam perubahan sosial. Dengan menggunakan *e-money*, interaksi yang terjadi pun berkurang karena uang yang telah dimaknai seseorang tidak hanya sebagai bentuk alat transaksi melainkan sebagai alasan untuk menanyakan informasi, tidak lagi digunakan.

Kemudian, masyarakat kelas menengah-atas dan menengah-bawah memaknai penggunaan *e-money* sebagai hasil dari *rational trust* mereka dan bukan *moral trust*. Bahwa bagi masyarakat kelas menengah-atas dan menengah-bawah, sifat teknologi *e-money* yang disebutkan seperti akurat, membuat sistem yang teratur, praktis, efisien, nyaman, tidak terbatasnya akses, hemat, dan adanya potongan harga lebih saat melakukan transaksi, menyebabkan munculnya *rational trust* dalam diri masyarakat. Walaupun kedua kategori kelas merasakan hal yang sama, kelas menengah-atas tetap lebih rasional dengan banyaknya sifat teknologi yang muncul dibandingkan dengan masyarakat kelas menengah-bawah.

Moral trust tidak muncul dalam pengguna *e-money* karena data yang didapatkan menunjukkan bahwa masyarakat kelas menengah-atas dan menengah-bawah secara rasional lebih memperhatikan *cost* dan *benefit* penggunaan *e-money*, sehingga sifat teknologi *e-money* sangat diperhatikan. Perbedaan yang terlihat untuk sifat teknologi *e-money* bahwa masyarakat kelas menengah-bawah tertarik dengan promo atau potongan harga karena menggunakan *e-money*, sedangkan kelas menengah-atas tidak mengungkapkan hasil seperti itu.

DAFTAR PUSTAKA

- Candraditya, Habsari. 2013. "Analisis Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Produk Flazz BCA di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro)". *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 2, No. 3, 2013.
- Creswell, John W. 2003. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mix Method Approach*. USA:Sage Publication, Inc.
- Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran. 2006. Hasil Seminar Internasional *Towards a Less Cash Society in Indonesia*. Bank Indonesia.
- Djohan, Robby. 2007. *Lead to Togetherness*. Jakarta: Fund Asia Education.
- Hidayati, Siti dkk. 2006. *Kajian Operasional E-money*. Bank Indonesia.
- Jati, Wasisto Raharjo. 2015. "Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia". *Jurnal Sosioteknologi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2P-LIPI)*, Vol. 14, No. 2, 2015.
- Mutekwe, Edmore. 2012. "The Impact of Technology on Sosial Change: a Sociological Perspective". *Journal of Research in Peace, Gender, and Development*, Vol. 2 (11) pp. 226-238, November, 2012.
- Nirmala, Tiara, Tri Widodo. 2011. "Effect of Increasing Use The Card Payment Equipment On The Indonesian Economy". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 18, No. 1,

2011.

- Novitasari, Iva. 2015. "Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan E-money". *Jurnal Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol. 3, No. 2, 2015.
- Putri, Irma Aidilia. 2015. "Pengaruh Perkembangan Cashless Transaction Terhadap kebutuhan Uang Tunai (Kartal) Masyarakat (Studi Kasus Indonesia Periode 2010-2014)". *Jurnal Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol. 3, No. 1, 2015.
- Ritzer, George, dan Douglas J Goodman. 2003. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Simeon, Ernest. 2012. "Cashless Banking In Nigeria: Challenges, Benefits, and Policy Implications". *European Scientific Journal*, June Edition, Vol. 8, No. 12. 2012.
- Somantri, Gumilar Rusliwa. 2005. "Memahami Metode Kualitatif". *Makara Sosial Humaniora*, Vol. 9, No. 2. 2005.
- Syafrini, Delmira. 2013. "Bank Sampah: Mekanisme Pendorong Perubahan Dalam Kehidupan Masyarakat". *Humanus*, Vol. 12, No. 2. 2013.
- Volken, Thomas. 2002. "Elements of Trust: The Cultural Dimension Internet Diffusion Revisited". *Electronic Journal of Sociology: CAAP*, Vol. 6, No. 4. 2002.
- Widhyharto, Derajad S. 2009. "Komunitas Berpagar: Antara Inovasi Sosial dan Ketegangan Sosial". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 13, No.2. 2009.