

Antara Kemudahan dan Kekhawatiran: Studi Fenomenologis tentang Perilaku Penolakan Pembayaran Nontunai oleh Pelaku UMKM

Rafa Laila¹, Tikka Muslimah²

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia.
2110631190180@student.unsika.ac.id¹, tikka.muslimah@fisip.unsika.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengkaji perilaku penolakan transaksi nontunai pada pedagang UMKM di Kabupaten Karawang menggunakan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi literatur, dengan fokus pada pengalaman komunikasi pedagang saat menolak pembayaran nontunai serta makna yang mereka berikan terhadap transaksi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan penolakan bervariasi, mulai dari keterbatasan pemahaman teknologi, kebiasaan pelanggan yang masih menggunakan tunai, hingga kekhawatiran terhadap keamanan. Komunikasi penolakan dilakukan secara terbuka dan tidak menimbulkan konflik. Transaksi nontunai dimaknai secara subjektif, tergantung pengalaman dan konteks sosial. Beberapa pedagang menyadari kemudahan yang ditawarkan, namun tetap memilih tunai demi kenyamanan operasional. Pemaknaan diri sebagai pelaku usaha menjadi dasar sikap tersebut. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan literasi keuangan dan penguatan infrastruktur digital untuk mendukung adopsi sistem pembayaran nontunai di kalangan UMKM.

Kata Kunci: Fenomenologi, Komunikasi, Literasi Keuangan, Pedagang UMKM, Perilaku Penolakan

1. PENDAHULUAN

Transaksi non tunai (*Cashless*) merupakan perkembangan pada era digital saat ini yang dianggap memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Perubahan signifikan yang timbul didalam masyarakat khususnya perubahan dalam proses pembayaran ini juga tidak luput dari perhatian para pedagang usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya di Kabupaten Karawang. Penelitian terbaru menemukan bahwa penggunaan metode pembayaran non tunai dianggap cukup efektif dan efisien, namun tidak sedikit pula pedagang UMKM yang tidak ingin menerapkan transaksi tersebut dengan berbagai alasan (Raisa et al., 2024).

Perkembangan UMKM di Indonesia khususnya di Kabupaten Karawang yang merupakan wilayah yang terbilang cukup pesat dalam perkembangan teknologi dan arus perekonomiannya, menjadi fokus dalam penelitian ini dikarenakan peneliti mengamati bahwa masih ada pedagang UMKM di Kabupaten Karawang yang memutuskan untuk menolak memakai transaksi nontunai. Hasil observasi sementara peneliti menemukan bahwa masih banyak pedagang di Kabupaten Karawang tidak menerapkan transaksi nontunai sampai saat ini.

Perilaku penolakan transaksi nontunai yang terjadi di Karawang dibuktikan dengan hasil Pra Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada bulan Februari 2025. Peneliti melakukan Pra Penelitian pada pedagang UMKM berbasis rumah tangga, dimana seluruh kegiatan usahanya dilakukan di lingkungan tempat tinggal pelaku usaha, sehingga kegiatan

ekonomi dilakukan dalam skala domestik. Peneliti mendapatkan 7 pedagang di daerah Karawang Barat, Karawang Timur, dan Karawang Selatan yang masih melakukan penolakan transaksi nontunai hingga saat ini dan 3 pedagang yang pernah melakukan penolakan tetapi sekarang sudah memakai transaksi nontunai. Pada hasil observasi sementara ini menunjukkan bahwa beberapa pedagang masih memakai transaksi tunai dikarenakan kesulitan dalam memahami sistem pembayaran nontunai dan kesulitan dalam mengakses internet di beberapa wilayah.

Meskipun inovasi yang mengedepankan efisiensi dalam pelayanan transaksi nontunai ini, namun masih banyak pedagang UMKM yang belum memanfaatkan pelayanan transaksi ini. Menurut data pada survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan yang dilakukan pada bulan Januari hingga Februari menyatakan bahwa, hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 menunjukkan indeks literasi keuangan penduduk Indonesia sebesar 65,43 persen (Humas OJK, 2024). Tetapi menjadi salah satu faktor yang menyebabkan tidak semua pedagang UMKM dapat menerapkan transaksi nontunai tersebut.

Literasi keuangan yang menunjukkan angka yang cukup besar menimbulkan pesatnya perkembangan teknologi yang memberikan pengaruh cukup pesat dalam sistem pembayaran yang dilakukan. Pola pemikiran yang memiliki inovasi juga mempengaruhi bentuk transaksi yang semakin beragam yang mengakibatkan bergesernya transaksi tunai menggunakan uang kertas menjadi sistem pembayaran yang berbasis elektronik seperti Gopay, Ovo, Dana, serta Kartu ATM/Debet. Hal ini membuat Bank Indonesia (BI) menerbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.23/11/PBI/2021 tentang Standar Nasional Sistem Pembayaran yang efektif berlaku mulai pada tanggal 13 Agustus 2021 (Bank Indonesia, 2021).

Sistem pembayaran merupakan pilar penopang stabilitas keuangan yang berkembang yang semula menggunakan transaksi tunai, kini telah merambah menggunakan sistem pembayaran digital. Berbagai kendala dalam sistem pembayaran uang kertas atau tunai itulah yang menjadi cikal bakal munculnya alat pembayaran yang bersifat nontunai salah satunya adalah *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Berlaku pula inovasi pembayaran nontunai ini pada beberapa negara di Asia Tenggara seperti pada negara tetangga kita yaitu Singapura dan Malaysia. Singapura juga menerapkan sistem pembayaran nontunai yaitu *Network for Electronics Transfer (NETS)* dan *Singapore Quick Response (SGQR)* yang diberlakukan sejak tahun 2011 begitu pula negara Malaysia yang menerapkan sistem pembayaran nontunai yang disebut *DuitNow* yang diberlakukan sejak tahun 2023 (Edukatips, 2024).

Inovasi yang disajikan oleh *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* yang timbul dari perkembangan sistem pembayaran ini masih banyak masyarakat yang belum memanfaatkan teknologi ini secara maksimal (Maulana, 2024). Penolakan pedagang dalam menggunakan transaksi nontunai juga masih terjadi karena hambatan seperti minat dan pemahaman masyarakat, edukasi, dan kesadaran dalam menggunakan transaksi tersebut (Raisa et al., 2024).

Melalui fenomena yang terjadi pada pedagang UMKM ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata secara mendalam mengenai perilaku penolakan transaksi nontunai yang terjadi di Kabupaten Karawang. Maka dari fenomena tersebut, peneliti tertarik ingin melihat bagaimana motif, pengalaman komunikasi, dan makna para pedagang UMKM di Kabupaten Karawang dalam penolakan transaksi nontunai yang mereka lakukan sampai saat ini.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini difokuskan mengenai perilaku penolakan transaksi nontunai pada pedagang UMKM di Karawang. Fokus penelitian kali ini adalah untuk mengetahui apa motif dibalik penolakan transaksi nontunai tersebut, bagaimana pengalaman yang dialami oleh para pedagang UMKM tersebut dalam keputusan penolakan transaksi nontunai, dan makna yang dapat diambil dari pengalaman para pedagang UMKM perihal penolakan transaksi nontunai yang dilakukan.

Data primer pada penelitian ini diambil dari observasi dan wawancara langsung dengan narasumber yang akan dilakukan dengan pengamatan langsung di lapangan mengenai perilaku penolakan transaksi nontunai pada pedagang UMKM di Karawang, sedangkan data sekunder pada penelitian ini diambil dari data yang sudah dipublikasikan sebelumnya seperti literatur buku maupun penelitian sebelumnya baik bentuk cetak maupun digital yang relevan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan mengenai perilaku penolakan transaksi nontunai pada pedagang UMKM di Karawang.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diambil dari observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan, mencatat sikap yang dirasa itu adalah sebuah fenomena, dan respon yang dihasilkan oleh para pedagang yang melakukan penolakan transaksi nontunai. Pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, proses observasi dilakukan dengan menempatkan diri peneliti sebagai pengamat independen.

Langkah selanjutnya yaitu tahap wawancara mendalam yang dimana peneliti menggunakan teknik wawancara secara mendalam pada informan yang akan menjadi salah satu data utama yang akan dipakai dalam penelitian ini. Proses wawancara akan dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini yang akan menghasilkan suatu data konkrit dari seluruh informan. Tahap terakhir pada penelitian ini yaitu studi literatur dan dokumentasi, studi literatur yang dilakukan oleh peneliti adalah membaca buku, jurnal, penelitian terdahulu, maupun artikel yang berkaitan dengan perilaku penolakan transaksi nontunai dan dokumentasi yang akan peneliti analisis dapat berupa foto, video, rekaman suara, maupun memo yang nantinya akan menjadi data penguat yang dapat memperkaya dan memperdalam hasil penelitian.

3. HASIL DAN ANALISIS

Peneliti melakukan wawancara langsung kepada 4 narasumber yang terbagi atas beberapa wilayah di Kabupaten Karawang yaitu pada daerah Karawang Barat, Karawang Timur, dan Karawang Selatan. Peneliti menentukan informan menggunakan teknik snowball sampling, serta pelaksanaan wawancara dilakukan pada rentang waktu 27 Mei 2025 sampai tanggal 1 Juni 2025. Penelitian ini terdapat 4 informan yang sesuai dengan karakteristik informan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, diantaranya akan dipaparkan pada profil informan berikut yaitu :

1. Informan 1 (Nanang Supriatna)

Informan Nanang Supriatna adalah seorang pelaku usaha mikro di bidang jasa hiburan, khususnya penyewaan permainan Playstation (rental PlayStation). Informan berusia 32 tahun dan telah menjalankan usahanya sejak tahun 2022. Sistem operasional usahanya, Informan Nanang hanya menerima pembayaran secara tunai. Ia menyampaikan bahwa mayoritas pelanggannya lebih terbiasa membayar dengan uang tunai. Penolakannya terhadap transaksi digital lebih didasarkan pada preferensi mayoritas pelanggan dan efisiensi sistem pembayaran yang sudah berjalan.

2. Informan 2 (Lia Herliana)

Informan Lia Herliana merupakan seorang pelaku usaha mikro di sektor kuliner berusia 33 tahun. Usaha tersebut telah dijalankan selama kurang lebih satu setengah tahun sejak kepindahannya kembali ke Indonesia. Jenis usaha yang ditekuni meliputi penjualan makanan ringan khas Indonesia seperti seblak, baso aci, serta berbagai minuman seperti es kul-kul dan nutrisari. Metode pembayaran yang digunakan sepenuhnya mengandalkan transaksi tunai. Meskipun memiliki pengalaman menggunakan sistem pembayaran digital melalui aktivitas belanja daring dan siaran langsung di TikTok, Teh Lia memilih untuk tidak menerapkan metode tersebut pada usaha kulinernya. Keputusan tersebut diambil berdasarkan kondisi sosial tempatnya berjualan, yang masih berada di lingkungan perkampungan dengan mayoritas pelanggan yang belum terbiasa menggunakan aplikasi dompet digital.

3. Informan 3 (Lutfi Pundi)

Informan Lutfi Pundi merupakan pelaku usaha mikro berusia 22 tahun yang bergerak di bidang kuliner, khususnya penjualan dimsum. Usaha ini dirintis sejak tahun 2021, bermula dari inisiatif pribadi di tengah situasi pandemi COVID-19. Metode pembayaran yang digunakan pada usaha dimsum milik Lutfi masih bersifat konvensional, yaitu hanya menerima uang tunai. Keputusan tersebut dilandasi oleh sejumlah pertimbangan, mulai dari keterbatasan jaringan internet yang tidak selalu stabil, hingga kekhawatiran terhadap potensi penipuan melalui bukti transfer palsu. Selain itu, kebutuhan akan uang tunai tetap menjadi prioritas, terutama karena sebagian besar transaksi pembelian bahan baku juga masih dilakukan secara tunai.

4. Informan 4 (Alif Sebri Wibowo)

Informan Alif merupakan pelaku usaha mikro berusia 24 tahun yang mengelola layanan jasa pencucian sepatu. Metode pembayaran yang digunakan pada usahanya masih didominasi oleh transaksi tunai. Meskipun pernah menerima permintaan pembayaran secara non tunai dari beberapa pelanggan, Alif belum menyediakan layanan tersebut secara resmi. Keputusan tersebut diambil karena kebutuhan operasional masih menuntut ketersediaan uang fisik dan adanya kekhawatiran terhadap risiko penipuan seperti manipulasi bukti pembayaran. Selain itu, pemahaman teknis terhadap sistem transaksi digital masih terbatas, sehingga ia memilih untuk menunda penggunaan metode tersebut hingga merasa lebih siap.

3.1 Pengalaman Komunikasi Pedagang UMKM Dalam Penolakan Transaksi Non Tunai

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pedagang UMKM, pengalaman komunikasi mereka ketika berinteraksi dengan pelanggan yang menawarkan metode pembayaran nontunai menunjukkan keragaman. Setiap informan memiliki cara, gaya, dan pendekatan komunikasi yang khas, dipengaruhi oleh konteks usaha, karakter pelanggan, serta latar belakang pribadi. Van Manen menjelaskan bahwa pengalaman tidak hanya dipahami sebagai sesuatu yang terjadi, tetapi juga sebagai sesuatu yang dihayati secara sadar oleh individu (Farid et al., 2018). Pengalaman komunikasi ini dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu pengalaman positif dan negatif, tergantung dari bagaimana interaksi tersebut berlangsung dan diterima oleh kedua belah pihak.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa interaksi antara pedagang dan pelanggan berlangsung dalam dinamika sosial yang bervariasi. Penolakan terhadap transaksi nontunai tidak selalu berujung pada konflik. Sebaliknya, komunikasi yang dilakukan secara terbuka,

dua arah, dan disertai alasan yang logis justru membantu menjaga relasi yang baik. Pelanggan menunjukkan pemahaman dan beradaptasi pada transaksi berikutnya, terutama ketika pedagang memberikan pengertian tanpa mengabaikan kebutuhan bersama. Pola komunikasi ini mencerminkan adanya kontrol terhadap sistem internal usaha sekaligus respons adaptif terhadap permintaan eksternal.

Pendekatan fenomenologi memberikan pemahaman bahwa tindakan komunikasi tersebut tidak bisa dipisahkan dari pengalaman hidup individu dan struktur sosial yang melingkupinya. Alfred Schutz menyatakan bahwa tindakan sosial seseorang senantiasa dipengaruhi oleh *stock of knowledge at hand*, yaitu kumpulan pengalaman dan pengetahuan yang dijadikan dasar dalam menafsirkan realitas sosial (Nindito, 2013). Hal ini tercermin dari Informan Nanang yang menyesuaikan cara komunikasinya dengan kebiasaan pelanggan di lingkungannya. Makna “penolakan” dalam konteks tersebut tidak dimaknai sebagai penolakan personal, melainkan sebagai bentuk adaptasi terhadap rutinitas sosial yang telah terbentuk.

Pengalaman komunikasi pedagang UMKM dalam menolak transaksi nontunai merupakan proses makna yang bersifat subjektif, dinamis, dan kontekstual. Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar informasi, tetapi juga sebagai cara untuk menjaga hubungan, membentuk persepsi pelanggan, dan menyampaikan batasan yang diperlukan dalam usaha. Melalui pengalaman langsung dan refleksi atas interaksi harian, para pedagang mampu membentuk pola komunikasi yang sesuai dengan nilai dan kenyamanan mereka. Berger dan Luckmann (1966) menegaskan bahwa pengalaman keseharian membentuk pengetahuan yang dianggap nyata oleh individu (Ramirez, 2016), sehingga keputusan untuk menolak transaksi nontunai dapat dimaknai sebagai bentuk realitas sosial yang dibangun melalui pengalaman bersama pelanggan. Berdasarkan pembahasan di atas, dapat dikategorisasikan pengalaman komunikasi para pedagang UMKM dalam melakukan penolakan transaksi nontunai sebagai berikut :

Tabel 1. Tipikasi Pengalaman Komunikasi

No.	Nama	Pengalaman Komunikasi	Tipikasi Pengalaman Komunikasi
1.	Nanang	Menyampaikan penolakan secara langsung dengan alasan bahwa mayoritas pelanggan masih menggunakan tunai dan fasilitas nontunai belum tersedia.	Normatif dan kontekstual
2.	Lia	Menyampaikan alasan pribadi (uang usaha dan pribadi tidak ingin tercampur karena berjualan via <i>live TikTok</i>). Pelanggan memahami dan menyesuaikan diri pada transaksi selanjutnya.	Personal dan adaptif
3.	Lutfi	Menolak karena sistem usahanya masih konvensional dan merasa metode nontunai merepotkan. Tetap menjaga relasi dengan pelanggan melalui solusi fleksibel.	Pragmatis dan solutif
4.	Alif	Menganjurkan penggunaan tunai dengan memberikan penjelasan terlebih dahulu. Pelanggan merespons secara positif.	Persuasif dan preventif

3.2 Makna Pembayaran Nontunai Bagi Pedagang UMKM

Makna transaksi nontunai bagi pedagang UMKM bersifat beragam dan subjektif. Setiap informan memiliki pandangan yang dibentuk oleh pengalaman pribadi, interaksi sosial, dan konteks usaha yang dijalankan. Makna muncul melalui refleksi terhadap pengalaman sehari-hari dan hubungan sosial yang melingkupinya. Sebagaimana dijelaskan oleh Wita dan Mursal (2022), pengalaman yang dihayati secara sadar menjadi dasar pembentukan makna oleh individu. Oleh karena itu, pemaknaan terhadap sistem pembayaran digital tidak dapat dipahami sebagai konsep yang tunggal dan universal.

Sebagian informan menilai transaksi nontunai belum relevan untuk diterapkan dalam lingkungan usahanya. Informan Nanang menyampaikan bahwa pelanggan di sekitarnya masih mengandalkan pembayaran tunai, sehingga ia menyesuaikan sistem pembayaran sesuai kebutuhan pasar lokal. Informan Lia, yang memiliki pengalaman tinggal di luar negeri dan akrab dengan sistem digital, tetap menolak penerapan transaksi nontunai karena lingkungan sosialnya belum adaptif terhadap teknologi. Hal ini sesuai dengan pandangan Berger dan Luckmann (1966) bahwa makna dibentuk dan direproduksi secara sosial, serta bergantung pada konstruksi realitas yang hidup dalam masyarakat (Prijana, 2020).

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh Informan Lutfi, yang memaknai transaksi nontunai sebagai sistem yang efisien secara teori namun menyulitkan secara teknis. Ketergantungan terhadap koneksi internet dan kekhawatiran operasional menjadi alasan utama dalam menolak sistem tersebut. Perspektif ini sejalan dengan teori fenomenologi Moustakas (1994) yang menekankan bahwa makna berasal dari pengalaman konkret dan kesadaran reflektif atas realitas yang dialami (Marimbang Daulay, 2019).

Berbeda halnya dengan Informan Alif, yang mengakui potensi transaksi nontunai dalam memperluas pasar, namun tetap merasa lebih aman menggunakan tunai. Meskipun memahami manfaat sistem digital, pengalaman emosional seperti rasa tidak aman dan keinginan untuk menjaga kontrol keuangan membuatnya belum siap beralih. Pemaknaan ini menunjukkan bahwa keputusan untuk menolak transaksi nontunai tidak hanya rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, lingkungan, dan nilai personal yang terbentuk dari interaksi sosial dan pengalaman hidup. Berdasarkan pembahasan diatas, dapat dikategorisasikan makna pembayaran nontunai bagi para pedagang UMKM sebagai berikut :

Tabel 2. Tipikasi Makna Pembayaran Nontunai

No.	Nama	Makna Pembayaran Nontunai	Tipikasi Makna Pembayaran Nontunai
1.	Nanang	Menganggap pembayaran nontunai belum relevan karena mayoritas pelanggan masih menggunakan tunai.	Tipe kontekstual berbasis lingkungan
2.	Lia	Menilai transaksi nontunai sebagai bentuk efisiensi, tetapi belum dapat diterapkan karena kondisi sosial pelanggan.	Tipe adaptif namun terbatas pada realitas sosial
3.	Lutfi	Memandang transaksi nontunai sebagai sistem yang efisien, namun rentan terganggu oleh kendala teknis seperti jaringan.	Tipe teknis pragmatis
4.	Alif	Melihat pembayaran nontunai sebagai peluang memperluas pasar, tetapi memiliki kekhawatiran terhadap keamanan dan kontrol dana.	Tipe potensial-kritis terhadap sistem digital

3.3 Pemaknaan Diri Pedagang UMKM Dalam Penolakan Transaksi Nontunai

Pemaknaan diri setiap individu terbentuk melalui pengalaman yang dihayati secara sadar dan direfleksikan dalam kehidupan sehari-hari. Pedagang UMKM dalam penelitian ini membangun pemaknaan diri sebagai pelaku usaha yang menolak transaksi nontunai berdasarkan pengalaman langsung, keyakinan personal, serta kondisi sosial di sekitarnya. Menurut Rahmatullah (2024), makna dari sebuah pengalaman dapat terwujud dalam bentuk pandangan hidup, pertumbuhan pribadi, serta cara individu berinteraksi dengan orang lain dan lingkungannya. Maka, sikap terhadap transaksi nontunai tidak lepas dari identitas diri yang dibentuk melalui pengalaman sosial dan ekonomi masing-masing informan.

Informan Nanang memaknai dirinya sebagai pedagang konvensional yang tetap menggunakan pembayaran tunai karena mayoritas pelanggannya terbiasa menggunakan sistem tersebut. Identitas ini dibentuk oleh pengalaman melayani konsumen yang memiliki preferensi serupa, sehingga ia tidak merasa perlu beradaptasi dengan sistem baru yang belum sesuai konteks lokal. Hal ini sejalan dengan pandangan Schutz dalam fenomenologi sosial, bahwa makna muncul melalui proses penginderaan dan keterhubungan antara pengalaman masa lalu dan interaksi sosial yang berlangsung terus-menerus (Hasbiansyah, 2008). Sementara itu, Informan Lia memaknai dirinya sebagai pedagang yang menjaga pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha. Ia tidak menolak transaksi nontunai karena ketidakmampuan, melainkan sebagai bentuk kontrol terhadap sistem internal usahanya. Pemaknaan ini menunjukkan adanya kesadaran reflektif, yang menurut Husserl, merupakan kesadaran yang bersifat intensional, yaitu selalu mengarah pada sesuatu—dalam hal ini adalah stabilitas dan keamanan usaha (Hakim, 2024).

Informan Lutfi membentuk pemaknaan diri sebagai pelaku usaha kecil yang realistis dan mengutamakan efisiensi. Ia tidak menolak karena tidak memahami teknologi, melainkan karena mempertimbangkan aspek teknis seperti kestabilan jaringan dan keterbatasan modal. Berger dan Luckmann (1966) menyatakan bahwa realitas sosial terbentuk melalui konstruksi keseharian yang direproduksi secara terus-menerus oleh individu melalui pengalaman (Kamelia & Nusa, 2018). Oleh karena itu, Lutfi membangun realitas bahwa sistem tunai lebih efisien dan aman dalam praktik usahanya. Hal serupa terjadi pada Informan Alif, yang memaknai kenyamanan bertransaksi tunai sebagai perlindungan terhadap risiko. Bagi Alif, kontrol langsung terhadap uang fisik lebih memberikan rasa aman dibanding sistem digital. Menurut Moustakas (1994), fenomenologi bertujuan memahami essence atau inti pengalaman subjek melalui refleksi mendalam terhadap pengalaman konkret yang dijalani (Kahija, 2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan diri pedagang UMKM terhadap penolakan transaksi nontunai merupakan ekspresi dari kesadaran penuh atas pengalaman yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Identitas sebagai pelaku usaha tidak hanya dibentuk oleh pengetahuan atau preferensi teknologi, tetapi juga oleh nilai-nilai yang muncul dari pengalaman sosial, dinamika pasar, dan pertimbangan emosional seperti rasa aman dan nyaman. Pendekatan fenomenologi membantu menjelaskan bahwa tindakan komunikasi penolakan bukan respons pasif terhadap inovasi digital, melainkan bentuk konstruksi makna yang terarah, reflektif, dan kontekstual berdasarkan dunia kehidupan yang dijalani para pelaku UMKM. Berdasarkan pembahasan di atas, dapat dikategorisasikan pemaknaan diri dalam penolakan transaksi nontunai sebagai berikut :

Tabel 3. Tipikasi Pemaknaan Diri Dalam Penolakan Transaksi Nontunai

No.	Nama	Pemaknaan Diri Dalam Penolakan Transaksi Nontunai	Tipikasi Pemaknaan Diri
1.	Nanang	Menganggap dirinya sebagai pedagang yang menyesuaikan metode pembayaran dengan kebiasaan pelanggan di lingkungannya.	Tipe adaptif terhadap lingkungan
2.	Lia	Memaknai dirinya sebagai pedagang yang paham teknologi tetapi memilih mempertahankan tunai demi kejelasan dan keamanan keuangan pribadi.	Tipe strategis dan selektif terhadap sistem pembayaran
3.	Lutfi	Menganggap diri sebagai pedagang yang lebih nyaman menggunakan tunai karena lebih sesuai dengan operasional usaha kecil.	Tipe realistis dan praktis

4.	Alif	Memposisikan dirinya sebagai pedagang kecil yang belum percaya sistem digital karena khawatir terhadap keamanan dan merasa lebih aman menggunakan tunai.	Tipe protektif dan berhati-hati terhadap risiko digital
----	------	--	---

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji perilaku penolakan transaksi nontunai pada pedagang UMKM di Kabupaten Karawang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman komunikasi para pedagang dalam menghadapi transaksi nontunai beragam. Setiap informan memiliki alasan serta cara berbeda dalam menyampaikan penolakan, yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan kebiasaan pelanggan. Makna transaksi nontunai tidak bersifat seragam, melainkan tergantung pada pengalaman dan pemahaman individu terhadap teknologi. Pemaknaan diri para pedagang juga mencerminkan kesadaran akan kondisi lingkungan dan kebutuhan operasional usaha mereka.

Temuan ini menunjukkan bahwa apa yang diharapkan pada Bab Pendahuluan, yakni untuk memahami bagaimana pengalaman komunikasi pedagang UMKM dalam menolak transaksi nontunai serta bagaimana mereka memaknai transaksi tersebut, pada akhirnya tercermin secara utuh dalam Bab Hasil dan Pembahasan. Seluruh informan memperlihatkan dinamika komunikasi dan pemaknaan yang khas, sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Keselarasan antara latar belakang masalah dan hasil temuan memperkuat validitas pendekatan fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini.

Penolakan terhadap transaksi nontunai sering kali berakar dari kekhawatiran terhadap risiko keamanan, ketidakpahaman terhadap teknologi, serta kebutuhan akan uang tunai. Komunikasi yang terbuka dan transparan antara pedagang dan pelanggan berperan penting dalam membangun hubungan yang harmonis, meskipun metode pembayaran yang diinginkan tidak tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa penolakan tidak selalu menjadi penghambat dalam relasi jual beli, melainkan dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi yang adaptif.

Prospek pengembangan dari hasil penelitian ini mencakup perlunya peningkatan literasi keuangan digital bagi pelaku UMKM, serta pembangunan infrastruktur teknologi yang lebih merata, terutama di wilayah dengan karakter pelanggan yang masih dominan menggunakan uang tunai. Studi lanjutan dapat diarahkan pada eksplorasi lebih luas terhadap kelompok pelaku usaha yang mulai bertransisi ke sistem digital, atau terhadap pelanggan yang terbiasa menggunakan metode pembayaran nontunai, guna memahami dinamika komunikasi dari kedua sisi. Penelitian lanjutan juga dapat mempertimbangkan pendekatan interdisipliner untuk merumuskan kebijakan edukasi digital yang lebih tepat sasaran bagi pelaku UMKM di berbagai wilayah.

REFERENSI

- Farid, Muhammad, Adib, Abdul Main, Nanik, Sanggam, Oksiana, J. (2018). *Fenomenologi Dalam Penelitian Ilmu Sosial* (M. Farid (ed.); Cetakan Pe)
- Hakim, L. (2024). *Fenomenologi Masyarakat Islam Nusantara*. 2814(2), 150–171.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan Fenomenologi: Pengantar Praktik Penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163–180. <https://doi.org/10.29313/mediator.v9i1.1146>
- Humas OJK. (2024). *Data OJK Tentang Literasi Keuangan*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2024.aspx>
- Kahija, L. Y. (n.d.). *Penelitian Fenomenologis: Jalan Memahami Pengalaman Hidup* (Edisi Elek). PT Kanisius.

- Kamelia, F., & Nusa, L. (2018). Bingkai Media Online Coverage of Indonesia ' s Debt in an Online. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 10–16. <https://doi.org/10.21070/kanal.v>
- Maraimbang Daulay. (2019). Filsafat fenomenologi: Suatu Pengantar. In *Metodelogi Penelitian* (Vol. 5, Issue February).
- Maulana, A. (2024). Persepsi Pedagang Warung Kopi Pada Peenggunaan Quick Respons Code Indonesian Sebagai Alat Transaksi UMKM Di Kota Parepare. In *Ayan* (Vol. 15, Issue 1). institut agama islam negeri parepare.
- Nindito, S. (2013). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 2(1), 79–95. <https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.254>
- Prijana, I. (2020). *Penelitian Media Kualitatif - Rajawali Pers* (S. Nurachma (ed.)). PT RajaGrafindo Persada.
- Rahmatullah, R. (2024). *FENOMENA BERMAIN JUDI ONLINE SLOT BAGI MAHASISWA (Studi Fenomenologi Mahasiswa Di Karawang)*. Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Raisa, A., Mawaddah, I., Melati, R., & Sarah Maesaroh, S. (2024). Analisis Pengalaman UMKM Makanan dan Minuman dalam Mengimplementasikan Sistem QRIS di Jawa Barat. *Syti Sarah Maesaroh INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 6701–6710.
- Ramirez J, L. C. (2016). *The Social Construction of Reality*.
- Wita, G., & Mursal, I. F. (2022). Fenomenologi dalam Kajian Sosial Sebuah Studi Tentang Konstruksi Makna. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 6(2)