



**PREFERENSI KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN METODE
PEMBAYARAN SAAT BERTRANSAKSI DI SWALAYAN 90
BATUSANGKAR**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

OLEH:

Aulia Rahmadani
NIM 2130404029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
2025 M/ 1447 H**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Rahmadani
NIM : 2130404029
Tempat/ Tanggal Lahir : Bukittinggi, 02 November 2002
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Metode Pembayaran Saat Bertransaksi Di Swalayan 90 Batusangkar**” merupakan karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiat dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa unsur paksaan dari siapapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Batusangkar, Juli 2025

Yang menyatakan ,

Aulia Rahmadani
NIM. 2130404029

ABSTRAK

Aulia Rahmadani, NIM 2130404029, Judul skripsi “Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Metode Pembayaran Saat Bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar” Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa Swalayan 90 Batusangkar telah menyediakan berbagai alternatif pembayaran, sebagai bentuk kesiapan dalam menanggapi *FinTec*. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen masih lebih memilih menggunakan metode pembayaran tunai dibandingkan non tunai, dengan perbandingan persentase 60:40. Padahal, sebagian besar konsumen yang datang ke swalayan 90 Batusangkar ini cukup akrab dengan penggunaan teknologi. Penelitian ini dilakukan bukan untuk melihat metode pembayaran mana yang lebih dominan, tetapi untuk menggali secara lebih dalam, mengidentifikasi dan memahami preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap 20 orang informan yang berasal dari konsumen Swalayan 90 Batusangkar dan dianalisis dengan bantuan perangkat lunak NVivo untuk memetakan serta memvisualisasikan temuan.

Hasil temuan yang divisualisasikan melalui *hierarchy chart* menunjukkan bahwa kenyamanan merupakan indikator yang paling dominan muncul, selanjutnya indikator manfaat yang dirasakan, berada pada urutan kedua. Indikator kemudahan penggunaan berada di posisi ketiga, diikuti dengan beberapa indikator lain seperti kecepatan transaksi dan biaya transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen bersifat multidimensional dan dipengaruhi oleh kombinasi faktor fungsional maupun psikologis konsumen.

Kata kunci: Preferensi Konsumen, Metode Pembayaran, Manajemen

ABSTRAK

Aulia Rahmadani, NIM 2130404029, Thesis Title: “Consumer Preferences in Choosing Payment Methods When Shopping at Swalayan 90 Batusangkar” Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Facts in the field show that Swalayan 90 Batusangkar has provided various payment alternatives, as a form of readiness in responding to FinTec. The survey results show that most consumers still prefer to use cash payment methods compared to non-cash, with a percentage ratio of 60:40. In fact, most consumers who come to the 90 Batusangkar supermarket are quite familiar with the use of technology. This research was conducted not to see which payment method is more dominant, but to dig deeper, identify and understand consumer preferences in using payment methods when transacting at Supermarket 90 Batusangkar.

This research is a field research with a qualitative approach. This research uses primary data collected through in-depth interviews with 20 informants from consumers of Swalayan 90 Batusangkar and analyzed with the help of NVivo software to map and visualize the findings.

The findings visualized through the hierarchy diagram show that convenience is the most dominant answer that appears as an indicator that influences consumer preferences in using payment methods when transacting at Swalayan 90 Batusangkar, then the perceived benefit indicator is in second position. The ease of use indicator is in third position, followed by several other indicators such as transaction speed and transaction costs. These findings indicate that consumer preferences are multidimensional and influenced by a combination of functional and psychological factors.

Keywords: Consumer Preferences, Payment Methods, Management

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Metode Pembayaran Saat Bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar". *Shalawat* beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan alam, Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam.

Penulisan skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat-syarat dan sebagai tugas akhir bagi Penulis dalam menjalani pendidikan untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.

Selanjutnya, dalam proses penyusunan skripsi ini, Penulis banyak mendapatkan bantuan, motivasi, bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak. Oleh karena itu Penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta yaitu Yudo Subagio dan Yasni, yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan cinta sepanjang perjalanan hidup dan pendidikan Penulis. Selain itu, peneliti juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Delmus Puneri Salim, S.Ag., MA., M.Res., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
2. Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
3. Khairulis Shabirin, S.E., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
4. Dr. Himyar Pasrizal, S.E., MM selaku Penasehat Akademik yang telah membantu serta memberikan saran kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan perkuliahan.

5. Dr. Novia Nengsih, M.A.Ek., CIFA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan semangat, dorongan, arahan dan bimbingan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP selaku dosen penguji dalam seminar proposal yang telah memberikan banyak saran dan juga masukan kepada penulis.
7. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri (UIN) Mahmud Yunus Batusangkar.
8. Seluruh orang-orang baik yang terlibat selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi yang selalu memberikan semangat sehingga bisa sampai ke tahap ini.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri, semoga bantuan, motivasi dan bimbingan serta nasehat yang telah diberikan oleh berbagai pihak menjadi amal ibadah dan dibalas oleh Allah SWT dengan balasan yang berlipat ganda. Semoga skripsi ini dapat membantu memberikan manfaat kepada kita semua.

Batusangkar, Juli 2025

Penulis,

Aulia Rahmadani

2130404029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
ABSTRAK	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	8
F. Definisi Operasional	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Preferensi Konsumen	11
2. Metode Pembayaran	20
B. Penelitian Relevan	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	27
C. Instrumen Penelitian	28
D. Sumber Data	28
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Teknik Analisis Data	29
G. Teknik Keabsahan Data.....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Temuan Umum.....	33
B. Hasil.....	39
C. Pembahasan	59
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	75
C. Implikasi	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tempat dan Waktu Penelitian	27
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pentingnya memahami preferensi konsumen.....	3
Gambar 4. 1 Pembuatan Proyek NVivo	35
Gambar 4. 2 Proses Penginputan Data di NVivo	35
Gambar 4. 3 Pembuatan Kode dan Tema di NVivo.....	36
Gambar 4. 4 Visualisasi <i>Word Cloud</i>	37
Gambar 4. 5 Visualisasi <i>Hierarchy Chart</i>	38
Gambar 4. 6 <i>Visualisasi Word Cloud</i>	40
Gambar 4. 7 Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Metode Pembayaran Saat Bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar	41
Gambar 4. 8 Visualisasi <i>Word Cloud</i> Manfaat yang Dirasakan	42
Gambar 4. 9 Visualisasi <i>Hierarchy Chart</i> Manfaat yang Dirasakan	43
Gambar 4. 10 Visualisasi <i>Word Cloud</i> Kemudahan Penggunaan.....	45
Gambar 4. 11 Visualisasi <i>Hierarchy Chart</i> Kemudahan Penggunaan.....	46
Gambar 4. 12 Visualisasi <i>Word Cloud</i> Keamanan.....	48
Gambar 4. 13 Visualisasi <i>Hierarchy Chart</i> Indikator Keamanan.....	48
Gambar 4. 14 Visualisasi <i>Word Cloud</i> Kenyamanan.....	50
Gambar 4. 15 Visualisasi <i>Hierarchy Chart</i> Indikator Kenyamanan.....	51
Gambar 4. 16 Visualisasi <i>Word Cloud</i> Kecepatan Transaksi	54
Gambar 4. 17 Visualisasi <i>Hierarchy Chart</i> Indikator Kecepatan Transaksi	54
Gambar 4. 18 Visualisasi <i>Word Cloud</i> Biaya Transaksi.....	57
Gambar 4. 19 Visualisasi <i>Hierarchy Chart</i> Indikator Biaya Transaksi	57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era revolusi industri memberikan dampak yang cukup signifikan pada perubahan gaya hidup manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Salah satu sektor yang terkena dampaknya adalah ekonomi digital. Sebagaimana yang kita ketahui, kegiatan ekonomi memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Dampak dari ekonomi digital ini dapat dilihat dari perubahan perilaku konsumen dalam melakukan transaksi, terutama saat melakukan transaksi pembayaran (Tarantang et al., 2019).

Pertumbuhan ekonomi digital merupakan bentuk implementasi antara teknologi dan informasi yang diwujudkan dalam bentuk pembayaran non-tunai. Perkembangan teknologi dan informasi menghasilkan inovasi dalam layanan keuangan yang disebut dengan *financial technology*. Inovasi ini berhasil menciptakan fenomena yang memungkinkan manusia melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai, melainkan uang elektronik. Inovasi ini mempengaruhi perkembangan sistem pembayaran baik tunai maupun nontunai (Muh David Balya Al, 2023).

Sistem pembayaran merupakan elemen penting dalam proses perekonomian, terutama sebagai bukti terjadinya transaksi pertukaran nilai atas suatu barang atau jasa antar perorangan, lembaga maupun negara (Pohan, 2008). Sistem pembayaran berevolusi mengikuti evolusi uang dengan tiga unsur penggerak, yaitu: inovasi teknologi dan bisnis, tradisi masyarakat dan kebijakan otoritas. Secara garis besar sistem pembayaran dibagi menjadi dua, yaitu pembayaran tunai dan pembayaran non-tunai..

Perkembangan sistem pembayaran di Indonesia berevolusi secara dinamis. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan metode pembayaran di Indonesia yang berkembang dengan maju dan pesat, mulai dari metode pembayaran tunai ke metode pembayaran non-tunai. Menurut bank Indonesia, jumlah pengguna QRIS di Sumatera Barat pada akhir 2024 mencapai 867.061

pengguna, jumlah ini meningkat 28% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan 117.991 pengguna baru serta pertumbuhan *merchant* sebesar 17,7%. Angka ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai terbiasa menggunakan sistem pembayaran digital dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Walaupun transaksi non-tunai semakin populer dikalangan masyarakat, tetapi tidak sepenuhnya menghilangkan eksistensi penggunaan uang tunai sebagai sistem pembayaran. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya orang-orang yang menggunakan uang tunai sebagai metode pembayaran (Subari & Ascarya, 2003).

Keberbagaian metode pembayaran memiliki peranan penting dalam peningkatan efisiensi transaksi dan memberikan kebebasan bagi konsumen saat melakukan transaksi pembayaran. Peranan sistem pembayaran tidak hanya terlihat dari segi kecepatan dan kemudahan saja, tetapi juga dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi konsumen. Berkat tersedianya layanan metode pembayaran yang berbagai, konsumen dapat memilih metode pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka (Listiyono et al., 2024).

Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai kecenderungan individu dalam memilih produk atau layanan dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, kenyamanan, kecepatan transaksi, biaya transaksi serta mempertimbangkan beberapa aspek seperti kebudayaan, pengalaman, faktor pengetahuan dan penerimaan mereka terhadap teknologi. Preferensi ini memiliki peranan penting dalam menentukan pilihan konsumen terutama apabila dihadapkan pada berbagai pilihan produk atau layanan yang tersedia. Preferensi konsumen juga dapat dipahami sebagai hasil dari evaluasi dan penilaian yang dilakukan oleh konsumen setelah melibatkan penilaian dan keinginan terbaik konsumen (Ira Ningrum Resmawa, 2020).

Pesatnya laju perkembangan teknologi digital mendorong masyarakat untuk cerdas dalam menanggapi kemudahan teknologi dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Hal ini juga membawa perubahan pada gaya hidup masyarakat yang cenderung menyukai kepraktisan dalam beraktivitas,

termasuk kepraktisan transaksi pembayaran. Hal inilah yang menjadi tantangan bagi perusahaan untuk dapat bersaing dalam berupaya mewujudkan harapan konsumen dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan berbagai inovasi yang dapat memberikan manfaat dan kemudahan bagi pelanggan mereka (Suwastika et al., 2023)

Pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen menjadi kunci bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif, memenuhi kebutuhan pasar, dan meningkatkan kepuasan konsumen (Wardhana, 2024). Perusahaan akan dapat merancang strategi yang tepat untuk merespon ekspektasi konsumen dan menjadikan strategi diferensiasi dengan pesaing apabila memahami preferensi konsumen. Selain itu memahami preferensi konsumen memiliki implikasi besar dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk (Ira Ningrum Resmawa, 2020).

Gambar 1. 1
Pentingnya memahami preferensi konsumen



Sumber : Consumer Behavior

Kesan positif terhadap kinerja perusahaan akan timbul apabila konsumen menganggap perusahaan dapat menyediakan layanan yang dapat menunjang kegiatan mereka dalam melakukan transaksi. Preferensi konsumen dalam konteks pembayaran, tidak hanya didasari pada faktor kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan saja, namun juga terdapat pada faktor kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk selalu berinovasi dalam

meningkatkan kualitas layanan, termasuk dalam menyediakan metode pembayaran yang dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang positif. Bagi perusahaan memahami preferensi konsumen bukan hanya penting dilakukan sebagai formalitas saja, tetapi bisa dijadikan pedoman dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih baik, meningkatkan pelayanan dan membangun keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Hal ini diperlukan karena masyarakat semi-perkotaan seperti Batusangkar cenderung memiliki preferensi yang berbeda dari masyarakat yang berasal dari kota besar karena dipengaruhi oleh lingkungan, budaya, geografi, demografi, sosial, ekonomi, teknologi dan lain-lain (Ningsih, 2021).

Menanggapi harapan dari konsumen tersebut membuat perusahaan berlomba-lomba menyajikan berbagai alternatif yang mendukung sistem pembayaran untuk memudahkan konsumen guna memenuhi preferensi mereka saat melakukan transaksi pembayaran. Ketersediaan metode pembayaran yang berbagai, akan memudahkan para konsumen dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan kemauan mereka. Konsumen bisa memilih bagaimana mereka akan melakukan pembayaran dengan mempertimbangkan aspek-aspek kualitas seperti kenyamanan, kecepatan, pelayanan serta biaya (Karim et al., 2022).

Swalayan sebagai salah satu bentuk perwujudan perusahaan yang berfokus pada penyediaan barang-barang berupa kebutuhan pokok dan berbagai kebutuhan rumah tangga, hadir menjadi suatu alternatif bagi masyarakat untuk mempermudah mendapatkan barang yang dibutuhkan dalam satu tempat. Adapun penelitian ini berfokus pada Swalayan 90, yang berlokasi di Kecamatan Lima Kaum Kabupaten Tanah Datar. Swalayan ini mulai beroperasi sejak tanggal 23 Agustus 2023 dan menyediakan berbagai kebutuhan harian rumah tangga. Lokasi Swalayan yang berada di dekat kampus dan berada pada jalur lintas Batusangkar menuju Padang Panjang, membuat Swalayan ini didominasi oleh konsumen dari kalangan Mahasiswa, Dosen, dan Masyarakat sekitar Lima Kaum dengan preferensi konsumen yang beraneka ragam.

Peneliti melakukan *survey* awal guna memperjelas fenomena yang ada di lapangan, berdasarkan *survey* awal tersebut, diketahui bahwa Swalayan ini sudah menyediakan berbagai alat pendukung transaksi pembayaran sebagai bentuk kesiapan perusahaan dalam menyikapi fenomena *Financial technology*. Swalayan ini menyediakan mesin kasir, mesin EDC (*Electronic Data Capture*) untuk pembayaran menggunakan kartu debit, nomor rekening Swalayan untuk pembayaran via M-Banking dan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Selain itu peneliti juga melakukan *survey* dengan cara mewawancarai beberapa pihak yang memiliki kaitan dengan Swalayan 90, diantaranya adalah admin, karyawan serta konsumen Swalayan 90.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Tiara selaku admin Swalayan 90, peneliti mendapatkan data bahwa Swalayan ini bisa meraih pendapatan hingga Rp. 20.000.000 per hari, dengan persentase transaksi pembayaran tunai 60% dan transaksi non-tunai 40%. Peneliti juga menanyakan terkait kendala selama beroperasi, diantara kendala tersebut adalah: untuk pembayaran tunai, terdapat beberapa kasus konsumen menggunakan uang palsu serta jika konsumen tidak membawa uang yang cukup, maka barang yang ia beli akan ditahan dulu hingga konsumen itu kembali dan melunasi barang belanjanya. Sedangkan untuk transaksi non-tunai, kendalanya adalah masalah jaringan (Tiara, 4 Juni 2024).

Peneliti melanjutkan wawancara bersama saudara Wahyu selaku karyawan Swalayan 90. Pada wawancara ini peneliti menanyakan bagaimana cara Swalayan 90 mengelola sistem pembayaran untuk para konsumen mereka. Wahyu menjelaskan bahwa “Pihak Swalayan sudah menyediakan berbagai macam alat yang dapat mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi pembayaran baik tunai maupun non-tunai. Pihak Swalayan menyediakan mesin kasir sebagai alat bantu yang menyimpan data base tentang pemasukan selama satu hari, namun memiliki keterbatasan untuk pengembalian uang dalam pecahan kecil, sehingga masalah itu diserahkan kepada para kasir yang bertugas pada saat transaksi” (Wahyu, 4 Juni 2024).

Wawancara ketiga peneliti lakukan bersama Bambang, konsumen Swalayan 90. Melalui wawancara tersebut Bambang mengatakan “berdasarkan pengalamannya selama berbelanja di Swalayan 90, ia lebih suka menggunakan metode pembayaran non-tunai QRIS daripada menggunakan metode pembayaran lainnya, hal ini dikarenakan tidak jarang ia mendapati keadaan dimana Swalayan 90 tidak memiliki uang pecahan kecil untuk pengembalian sehingga uang kembaliannya diganti dengan permen, selain itu ia juga menjelaskan bahwa jika ia menggunakan metode pembayaran *cashless* lain seperti transfer ia harus mengeluarkan *fee* tambahan. Sedangkan jika ia menggunakan QRIS ia hanya akan membayar sesuai dengan jumlah yang terlampir di monitor” (Bambang, 10 Juli 2024).

Wawancara keempat peneliti lakukan bersama Rahmi, konsumen Swalayan 90. Melalui wawancara tersebut Rahmi mengatakan bahwa “ia lebih suka melakukan transaksi pembayaran menggunakan uang tunai, karena dianggap lebih mudah dan sudah terbiasa” (Rahmi, 29 September 2024).

Wawancara kelima peneliti lakukan bersama Rahmad, konsumen Swalayan 90, dari wawancara tersebut Rahmad mengatakan bahwa “ia senang berbelanja di Swalayan 90 karena melayani transaksi pembayaran tunai maupun nontunai, jadi apabila ia tidak memiliki uang *cash* saat berbelanja ia bisa menggunakan pembayaran nontunai QRIS. Namun ia lebih cenderung menggunakan metode pembayaran QRIS karena lebih praktis” (Rahmad, 29 September 2024).

Wawancara keenam peneliti lakukan bersama Aufa, salah satu konsumen Swalayan 90. Aufa mengatakan bahwa ia lebih cenderung menggunakan metode pembayaran tunai dengan alasan karena sudah terbiasa dan ia tidak terlalu mengetahui cara menggunakan metode pembayaran nontunai selain transfer (Aufa, 17 Maret 2025).

Wawancara ketujuh peneliti lakukan bersama Selma, salah satu konsumen Swalayan 90. Selma mengatakan bahwa pada saat melakukan transaksi pembayaran, ia cenderung menggunakan metode pembayaran tunai karena dianggap lebih nyaman karena sudah terbiasa, selain itu penggunaan

metode pembayaran tunai juga jarang mengalami kendala (Selma, 17 Maret 2025).

Berdasarkan hasil observasi awal melalui wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa pihak Swalayan 90 memang menyediakan metode pembayaran yang berbagai sebagai bentuk kesiapan perusahaan dalam menghadapi *financial technology* dengan menyediakan berbagai alternatif pendukung metode pembayaran nontunai. Namun, walaupun demikian, ternyata di Swalayan 90 Batusangkar ini konsumen lebih dominan menggunakan metode pembayaran tunai dari pada pembayaran nontunai dengan persentase 60% banding 40%. Selain itu terdapat perbedaan tentang preferensi konsumen saat memilih untuk menggunakan metode pembayaran yang menurut mereka lebih baik.

Perbedaan preferensi ini terjadi karena konsumen mempertimbangkan beberapa faktor seperti manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, harga, kualitas layanan, kepercayaan, keamanan kebiasaan mereka dan pemahaman tentang teknologi. Karena setiap metode pembayaran memiliki kelebihan dan kekurangannya masing masing. Hingga saat ini, studi mengenai preferensi konsumen dalam memilih metode pembayaran umumnya masih didominasi oleh penelitian di wilayah perkotaan besar, serta cenderung berfokus pada e-wallet dan belanja daring. Padahal dinamika di daerah semi perkotaan seperti Batusangkar memiliki karakteristik tersendiri yang belum banyak dijelajahi oleh para peneliti. Kekosongan kajian ini menegaskan pentingnya penelitian yang berorientasi pada konteks lokal untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif.

Maka dari itu, perlu dilakukan pembahasan lebih lanjut mengenai bagaimana preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat melakukan transaksi. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Metode Pembayaran saat Bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan fenomena tentang perbedaan preferensi konsumen dalam memilih dan memutuskan untuk menggunakan metode pembayaran yang sesuai dengan keinginan konsumen. Maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada: Preferensi Konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus penelitian, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: Bagaimana preferensi konsumen dalam memilih dan menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar, ditinjau dari segi manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, keamanan, kenyamanan, kecepatan transaksi dan biaya transaksi?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana preferensi konsumen dalam memilih dan menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar. Walaupun penelitian ini tidak bertujuan memberikan solusi secara mutlak, namun peneliti berupaya menghadirkan pemahaman yang kontekstual dan aplikatif dengan harapan dapat dijadikan pertimbangan dalam menyusun strategi peningkatan pelayanan ditinjau dari indikator preferensi konsumen meliputi manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, keamanan, kenyamanan, kecepatan transaksi dan biaya transaksi.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan pengalaman para pihak yang terlibat dalam penelitian berkenaan dengan Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Metode Pembayaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Meningkatkan pengetahuan dan pengalaman peneliti. Serta sebagai salah satu persyaratan bagi peneliti dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1).

b. Bagi Pelaku Usaha.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pelaku usaha, tentang bagaimana preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran sebagai acuan untuk membangun strategi pemasaran yang lebih baik.

c. Bagi Peneliti Lain

Memberikan pemahaman bahwa untuk menciptakan strategi pemasaran yang lebih baik, seorang manajemen harus berusaha mengenal dan mencari tahu bagaimana preferensi konsumen terhadap segala aktivitas perekonomian, salah satunya dalam menggunakan metode pembayaran.

3. Luaran Penelitian

Adapun luaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah hasil penelitian dapat diterbitkan pada jurnal ilmiah dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

F. Definisi Operasional

1. Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen merupakan pilihan, kesukaan ataupun kecenderungan individu atau kelompok terhadap suatu produk, jasa maupun layanan. Pilihan tersebut mencerminkan tingkat keinginan atau kesukaan terhadap atribut tertentu dari produk atau layanan meliputi kualitas, harga, merek dan fitur lainnya (Ira Ningrum Resmawa, 2020). Pada penelitian ini, preferensi konsumen yang dimaksud adalah terkait dengan keinginan, kecenderungan dan pilihan konsumen dalam menggunakan dan memanfaatkan metode pembayaran yang disediakan oleh Swalayan 90 saat

melakukan transaksi pembayaran berdasarkan manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, harga atau biaya yang dikeluarkan, ketersediaan, kualitas layanan, kepercayaan, keamanan dan kebiasaan konsumen.

2. Metode pembayaran

Metode pembayaran merupakan mekanisme atau sistem yang digunakan dalam melakukan transaksi ekonomi, yang melibatkan berbagai instrumen dan infrastruktur untuk memastikan kelancaran perpindahan dana dari satu pihak ke pihak lain (Pohan, 2011). Metode pembayaran juga dapat dipahami sebagai bukti terjadinya transaksi pertukaran nilai atas suatu barang. Pada penelitian ini metode pembayaran yang akan peneliti bahas adalah metode pembayaran tunai dan pembayaran nontunai meliputi pembayaran melalui kartu debit, via M-banking serta QRIS.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Preferensi Konsumen

a. Konsep preferensi konsumen

Preferensi konsumen merupakan pilihan atau kecenderungan suatu individu atau kelompok terhadap suatu produk atau layanan dibandingkan dengan pilihan yang lain yang mencerminkan tingkat keinginan atau kesukaan terhadap atribut tertentu dari produk atau layanan seperti kualitas, harga, merek atau faktor lainnya. Preferensi konsumen merupakan hasil dari evaluasi dan penilaian yang dilakukan oleh konsumen terhadap berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka (Wardhana, 2024).

Kotler dan Keller mendefinisikan preferensi konsumen sebagai hasil dari proses pengambilan keputusan yang kompleks, hal ini dikarenakan konsumen memilih suatu produk atau layanan berdasarkan persepsi terhadap manfaat, kenyamanan, risiko hingga dorongan emosional yang mereka miliki (Kotler & Armstrong, 2008). Dalam konteks metode pembayaran, konsumen tidak hanya mempertimbangkan efisiensi sistem, tetapi juga beberapa aspek non teknis seperti keterbiasaan, tingkat kepercayaan serta pengalaman sebelumnya.

Preferensi konsumen menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang mengartikan bahwa konsumen merasa puas dengan produk ataupun layanan tersebut. Preferensi konsumen muncul dalam tahap evaluasi alternatif dalam proses keputusan pembelian, dimana dalam tahap tersebut konsumen dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk, jasa ataupun layanan dengan atribut yang berbeda-beda. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia (Manglo, 2021).

Preferensi konsumen didefinisikan sebagai selera subjektif individu yang diukur dengan utilitas dari berbagai barang. Asseal dalam (Manglo, 2021) mendefinisikan preferensi konsumen sebagai kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Setiap orang akan bertingkah laku sesuai dengan preferensi mereka. maka dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen merupakan kesukaan, pilihan atau suatu hal yang lebih disukai konsumen yang terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk.

Pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen menjadi kunci bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif, memenuhi kebutuhan pasar, dan meningkatkan kepuasan konsumen (Wardhana, 2024). Perusahaan akan dapat merancang strategi yang tepat untuk merespon ekspektasi konsumen dan menjadikan strategi diferensiasi dengan pesaing apabila memahami preferensi konsumen. Selain itu memahami preferensi konsumen memiliki implikasi besar dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk (Ira Ningrum Resmawa, 2020).

Dalam konteks pemilihan metode pembayaran, preferensi konsumen tidak dapat dipisahkan dari proses evaluasi personal mereka terhadap atribut layanan pembayaran, seperti manfaat yang dirasakan, kemudahan, keamanan dan lain sebagainya. Preferensi dibentuk melalui pengalaman transaksi, nilai yang dirasakan serta persepsi terhadap risiko dan kenyamanan. Preferensi ini sangat penting karena menjadi salah satu fondasi utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen, khususnya saat mereka dihadapkan pada berbagai pilihan seperti dalam hal metode pembayaran. Dengan memahami preferensi ini, pelaku usaha dapat menyusun strategi yang lebih efektif dan sesuai dengan ekspektasi konsumen dan memperkuat keunggulan kompetitif mereka.

Memahami preferensi konsumen penting dilakukan karena apabila perusahaan dapat memahami apa yang disukai dan tidak disukai

konsumen, maka perusahaan akan memperoleh beberapa keuntungan diantaranya:

- 1) Perusahaan dapat mengembangkan produk, layanan atau jasa yang lebih sesuai dengan keinginan pasar. Perusahaan dapat menyesuaikan atribut produk, layanan ataupun jasa yang mereka gunakan secara lebih akurat karena sudah disesuaikan dengan keinginan konsumen.
- 2) Membangun strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan riset pasar untuk memahami preferensi dan kebutuhan konsumen terhadap hal-hal yang disukai konsumen.
- 3) Perusahaan dapat menyesuaikan fitur produk, layanan atau jasa untuk memenuhi ekspektasi konsumen. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan melakukan penyesuaian dengan gaya hidup konsumen. Hal ini akan membantu perusahaan agar dapat menarik perhatian dari konsumen dengan menyesuaikan produk, layanan atau jasa dengan kondisi yang ada.
- 4) Mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan membangun loyalitas. Contoh kegiatan ini dapat dilihat dari shopee yang menyajikan pengalaman yang disesuaikan dengan preferensi individu pelanggan dengan memberikan kebebasan memilih menggunakan metode pembayaran yang berbagai, sehingga konsumen dapat menyesuaikan dengan preferensi mereka.

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen

- 1) Faktor Kebudayaan.

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Kebudayaan mencerminkan nilai, norma dan kebiasaan yang dianut oleh individu dalam suatu masyarakat yang terbagi ke dalam kelompok usia, gender, kelas sosial yang dimiliki oleh konsumen dapat mempengaruhi preferensi konsumen. Contohnya konsumen mungkin akan cenderung memilih produk yang dianggap sesuai dengan nilai-nilai keagamaan.

2) Faktor harga atau tarif.

Harga produk atau layanan memiliki dampak signifikan pada preferensi konsumen. Tarif diidentifikasi sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk, layanan atau jasa. Konsumen cenderung memilih produk atau layanan dengan harga yang sesuai dengan nilai yang mereka terima.

3) Faktor pengalaman. Pengalaman sebelumnya mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk atau layanan. Pengalaman positif atau negatif selama berbelanja dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih akan menggunakan produk, layanan ataupun jasa yang mereka sukai.

4) Faktor psikologis. Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi dan sikap yang mempengaruhi preferensi konsumen. Teori hierarchy of needs maslow menyebutkan bahwa kebutuhan psikologis seperti keamanan dan kenyamanan akan mempengaruhi konsumen dalam memilih produk, layanan atau jasa.

5) Faktor ekonomi. Kondisi ekonomi, pendapatan dan stabilitas finansial dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih penggunaan produk, layanan atau jasa .

6) Faktor pengetahuan. Pengetahuan konsumen tentang suatu produk atau layanan akan mempengaruhi preferensi mereka.

7) Faktor proses dan layanan pelanggan. Proses pelayanan yang cepat, ramah dan efisien dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk, layanan atau jasa yang mereka inginkan.

c. Indikator yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen dalam memilih metode pembayaran merupakan bentuk dari sikap individu terhadap alternatif pilihan yang tersedia, yang dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman dan ekspektasi terhadap suatu sistem pembayaran. Preferensi konsumen dapat diukur dari beberapa indikator utama sebagaimana dikutip dari buku perilaku konsumen (Ira Ningrum Resmawa, 2020) yaitu:

1) Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*)

Manfaat yang dirasakan dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan metode pembayaran tertentu akan meningkatkan kinerja atau mempermudah aktivitas transaksi (Davis, 1989). Keuntungan yang ditawarkan oleh perusahaan merupakan bagian dari faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen. Seorang individu atau kelompok cenderung memilih produk yang dapat memberikan manfaat langsung seperti efisiensi waktu, pengurangan risiko atau integrasi dengan sistem yang dapat memfasilitasi transaksi pembayaran konsumen.

Indikator ini dapat diukur melalui persepsi konsumen terhadap nilai tambah yang diberikan metode pembayaran seperti efisiensi waktu, kenyamanan selama proses transaksi dan sebagainya. Oleh karena itu, pengalaman konsumen yang merasa transaksi berjalan cepat, tidak merepotkan atau mudah diakses dapat diinterpretasikan sebagai bentuk manfaat yang dirasakan. Perasaan konsumen yang tergambar dari pernyataan mereka bisa jadi berbeda dan tidak menyebutkan manfaat secara langsung, tetapi cenderung mencerminkan nilai yang mereka rasakan seperti efisiensi, mudah, praktis dan lain sebagainya yang dapat dimaknai sebagai wujud persepsi manfaat. Semakin besar persepsi konsumen terhadap manfaat suatu metode, maka akan semakin tinggi kecenderungan mereka untuk memilih metode tersebut.

2) Kemudahan penggunaan (*ease of use*)

Kemudahan penggunaan dapat dilihat dari sejauh mana metode pembayaran tersebut dipahami dan dioperasikan dengan mudah oleh penggunanya tanpa memerlukan keterampilan teknis yang tinggi. Hal ini dapat berupa prosedur yang tidak rumit dan proses pelayanan yang jelas, dengan kata lain, ketika konsumen merasa metode pembayaran yang digunakan tidak membingungkan, tidak membutuhkan banyak langkah serta mudah dipelajari, maka kondisi

tersebut dapat mencerminkan kemudahan penggunaan. kondisi ini erat kaitannya dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa teknologi yang mudah digunakan akan lebih cepat diterima konsumen.

Indikator ini dapat diukur dari proses yang dilakukan selama pembayaran dan kemampuan konsumen dalam memahami dan menggunakan sistem pembayaran. Kemudahan penggunaan juga dipengaruhi oleh pengalaman pengguna sebelumnya serta sistem yang ramah pengguna atau *user friendly* (Wiwesa, 2021). Perasaan konsumen yang tergambar dari pernyataan mereka bisa jadi berbeda dan tidak menyebutkan kemudahan penggunaan secara langsung, tetapi bisa berupa deskripsi pengalaman atas nilai yang mereka rasakan seperti misalnya tidak perlu buka dompet, tidak terikat jaringan dan lain sebagainya, juga dapat diklasifikasikan sebagai bentuk persepsi kemudahan.

3) Keamanan

Keamanan mencakup perlindungan terhadap data pribadi dan finansial pengguna dari resiko seperti penipuan, pencurian data atau penyalahgunaan akun. Semakin tinggi rasa aman yang dirasakan oleh konsumen, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan metode tersebut, secara rutin. Indikator ini dapat diukur dari kepercayaan konsumen terhadap metode pembayaran yang digunakan.

4) Kenyamanan

Kenyamanan dalam menggunakan metode pembayaran dapat diartikan bagaimana sistem pembayaran mendukung fleksibilitas dan kepraktisan dalam bertransaksi meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen cenderung menggunakan metode pembayaran yang memungkinkan mereka bertransaksi kapan saja dan dimana saja tanpa kendala serta dapat beradaptasi di lingkungan dan situasi apapun yang dapat menunjang kenyamanan. Indikator ini dapat diukur dari

ketersediaan metode pembayaran, kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran dan tidak adanya batasan fisik dalam bertransaksi serta pernyataan dari pengalaman konsumen yang mencerminkan kemudahan, rasa aman dan ketenangan dalam menggunakan metode pembayaran dapat diklasifikasikan kedalam indikator kenyamanan.

5) Kecepatan transaksi

Kecepatan transaksi menggambarkan berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan suatu proses pembayaran. Semakin cepat proses pembayaran diselesaikan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Indikator ini dapat diukur dari waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pembayaran, kecepatan konfirmasi pembayaran dan minimnya gangguan teknis seperti server lambat atau koneksi terputus.

6) Biaya transaksi

Biaya yang dikenakan saat melakukan transaksi menjadi pertimbangan rasional bagi konsumen. Konsumen juga mempertimbangkan biaya tambahan yang mungkin timbul saat menggunakan metode pembayaran. Semakin rendah biaya transaksi, semakin besar kemungkinan konsumen memilih metode tersebut. Indikator ini dapat diukur dari kesadaran konsumen terhadap biaya yang ditanggung seperti biaya administrasi kartu debit, potongan saldo untuk transaksi tertentu dan biaya transfer antar bank jika berbeda bank.

d. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu teori sistem informasi yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi. TAM pertama kali diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, yang dibuat khusus untuk memodelkan efek penerimaan yang dirasakan pengguna terhadap sebuah teknologi

informasi. Tujuan utama TAM adalah memberikan acuan untuk menganalisis pengaruh eksternal berupa faktor keyakinan (*trust*), maksud (*intention*) dan tujuan penggunaan (Purwanto, 2020).

TAM merupakan kerangka kerja yang cukup sederhana namun kuat dalam memprediksi adopsi teknologi oleh pengguna. TAM dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk memanfaatkan teknologi yang mudah digunakan, lebih bermanfaat bagi pengguna dan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna (Wicaksono, 2023).

Model TAM yang dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan bahwa perilaku pengguna teknologi informasi dilandaskan oleh kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), minat (*intention*) dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Model ini digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan teknologi informasi (Purwanto, 2020).

Konsep dasar TAM sebagaimana yang dirumuskan oleh Davis, 1989 merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk memahami dan memprediksi adopsi teknologi oleh pengguna (Davis, 1989). Aspek-aspek *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dapat mempengaruhi keputusan pengguna diantaranya:

1) *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness merupakan persepsi individu tentang sejauh mana teknologi dapat membantu mereka dalam melakukan tugas-tugas mereka serta mencapai tujuan mereka. Faktor ini dipengaruhi oleh kegunaan teknologi dan kemampuan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pengguna. *Perceived Usefulness* juga dapat dipahami sebagai kepercayaan seorang individu atau kelompok terhadap suatu sistem yang dapat memfasilitasi pekerjaannya. Ketika individu tidak percaya bahwa sistem dapat membantunya dalam

melakukan pekerjaan, maka orang itu tidak akan mau menggunakan (Rosyad & Harsono, 2021).

2) *Perceived Ease Of Use*

Perceive Ease Of Use merupakan persepsi individu tentang sejauh mana teknologi mudah untuk digunakan. Faktor ini dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis dan ketersediaan sumber daya. *Perceive Ease Of Use* juga dapat diartikan sebagai kepercayaan seorang individu atau organisasi terhadap suatu sistem yang dapat membantu mereka terbebas dari suatu pekerjaan. Terdapat beberapa dimensi dalam PEU diantaranya adalah respon cepat, mudah dipahami serta dapat diakses dimanapun dan kapanpun (Rosyad & Harsono, 2021).

Penerimaan sistem teknologi informasi bagi setiap individu memiliki persepsi yang berbeda mengenai karakteristik teknologi. Biasanya persepsi mengenai teknologi berawal dari proses kognitif dan keyakinan mereka mengenai teknologi. Penerimaan pemakai terhadap sistem teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai kemauan yang nampak pada seorang individu dalam menggunakan dan menerapkan sistem teknologi dalam menjalani aktivitas mereka.

Perkembangan teknologi telah mengubah bagaimana kita bekerja, juga mengubah apa yang kita kerjakan. Dalam proses penerapan teknologi informasi dalam pekerjaan sehari-hari, tiap individu mempunyai persepsi yang berbeda-beda. (Davis, 1989) membagi kategori penerimaan teknologi ke dalam beberapa karakteristik diantaranya

- 1) Keuntungan relatif (teknologi menawarkan perbaikan)
- 2) Kesesuaian compatibility (konsisten dengan praktek sosial dan norma yang ada pada pemakai teknologi).
- 3) Complexity kemudahan untuk menggunakan atau mempelajari teknologi

- 4) Trialability kesempatan untuk melakukan inovasi sebelum menggunakan teknologi
- 5) Observability keuntungan teknologi bisa dilihat secara jelas.

E-business dapat diartikan sebagai kegiatan pemanfaatan teknologi digital dan jaringan internet dalam melakukan aktivitas pembelian maupun penjualan barang dan jasa, melayani pelanggan, berkolaborasi dengan mitra bisnis, melakukan komunikasi dan transaksi dalam organisasi (Irawan et al., 2022). *E-business* juga dapat dipahami sebagai penggunaan sarana elektronik untuk menjalankan bisnis secara internal maupun eksternal. Pemanfaatan sistem informasi yang didukung oleh berbagai teknologi yang canggih dilakukan guna pengelolaan bisnis utamanya dapat memberikan keuntungan berupa profit, efisiensi, dan peningkatan produktivitas, walaupun masih diiringi oleh kemungkinan kerugian yang mungkin saja terjadi.

Penerapan *E-business* hadir sebagai alternatif bagi perusahaan untuk dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Dengan mengadopsi dan menerapkan *E-business* kekuatan kompetitif perusahaan akan meningkat. Hal ini tentu saja akan menjadi kekuatan tambahan bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan industri kedepannya.

2. Metode Pembayaran

a. Pengertian Metode Pembayaran

Sistem pembayaran merupakan kerja yang teratur dari berbagai bagian dalam rangka perpindahan nilai antara dua belah pihak yang melakukan transaksi (Pohan, 2011). Undang Undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 1999, tentang Bank Indonesia menyatakan bahwa: sistem pembayaran merupakan suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Metode pembayaran adalah cara yang digunakan oleh individu atau bisnis untuk menyelesaikan transaksi sehingga dapat terjadi proses

perpindahan kepemilikan suatu produk baik berupa barang atau jasa. Metode pembayaran ini berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan konsumen dalam melakukan transaksi. Metode pembayaran memiliki peranan penting dalam transaksi pembayaran, salah satunya adalah sebagai bukti telah terjadinya perpindahan pertukaran nilai antar individu (Pohan, 2011).

b. Prinsip-Prinsip Metode Pembayaran

Metode pembayaran hadir karena berkembangnya kebutuhan manusia dalam bertransaksi. Berkat banyaknya inovasi yang muncul dalam transaksi pembayaran mengakibatkan dibutuhkan suatu sistem yang dapat mendukung transaksi agar dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu agar transaksi pembayaran dapat berjalan dengan baik, maka semua komponen yang terlibat harus menjalankan perannya secara optimal dan saling mendukung satu sama lain.

Penerapan kebijakan sistem pembayaran umumnya mengacu pada prinsip-prinsip dasar yang berlaku, yaitu:

1) Prinsip meminimalisir risiko (*risk reduction*)

Sistem pembayaran yang terkendali dengan baik akan dapat mengurangi berbagai resiko yang mungkin timbul. Terdapat berbagai risiko yang dapat terjadi dalam sistem pembayaran, mulai dari risiko operasional, risiko likuiditas, risiko kredit dan risiko sistemik.

2) Prinsip efisiensi.

Efisiensi ini dapat dilihat dari berbagai hal, terutama efisiensi dalam operasional yang menyangkut pemanfaatan waktu. Sistem pembayaran harus mampu memastikan bahwa waktu dalam transaksi pembayaran dapat berjalan dengan efisien. Selain itu efisiensi juga dapat dilihat dari hal yang lebih teknis, misalnya implementasi teknologi dengan memanfaatkan uang elektronik.

3) Prinsip kesetaraan akses

Kesetaraan akses yang dimaksud adalah persamaan hak pada semua pihak yang terkait dalam sistem pembayaran. Tidak ada pihak

yang diistimewakan, sehingga semua diberi akses sesuai dengan peran dan fungsinya. Termasuk risiko yang terkandung di sistem pembayaran harus ditanggung oleh semua pihak terkait secara seimbang dan tidak ditanggung oleh satu pihak saja.

4) Prinsip perlindungan konsumen

Aspek perlindungan konsumen mencakup hak dan kewajiban pengguna jasa sistem pembayaran untuk memperoleh dan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur.

Empat hal tersebut merupakan prinsip dasar dalam penerapan sistem pembayaran yang tujuannya tidak hanya menjaga stabilitas sistem keuangan, tetapi juga memperhatikan kepentingan masyarakat luas terhadap sistem pembayaran yang efisien, cepat, aman dan andal.

c. Peran Metode Pembayaran Dalam Perekonomian

Transaksi pembayaran merupakan kesepakatan antara dua pihak atau lebih untuk melakukan pertukaran sebuah nilai barang atau jasa menggunakan nilai lainnya. transaksi pembayaran juga dapat dikatakan sebagai syarat sah dalam kesepakatan sebuah transaksi usaha. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa transaksi pembayaran merupakan aktivitas yang melekat pada setiap kegiatan usaha yang terjadi antara penjual maupun pembeli.

Menurut Sheppard, sebagaimana dijelaskan dalam buku Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia karya (Subari & Ascarya, 2003) peran penting sistem pembayaran dalam perekonomian adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai elemen penting dalam infrastruktur keuangan suatu perekonomian untuk mendukung stabilitas keuangan. Hal ini ‘dengan sistem pembayaran. Gangguan di sistem pembayaran akan menimbulkan keterlambatan atau kegagalan kewajiban pembayaran.
- 2) Sebagai saluran penting dalam pengendalian ekonomi yang efektif, khususnya melalui kebijakan moneter.

3) Sebagai alat untuk mendorong efisiensi ekonomi. Keterlambatan dan ketidak lancaran pembayaran akan mengganggu perencanaan keuangan usaha sehingga akan berdampak pada penurunan produktivitas perekonomian.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peranan sistem pembayaran penting dalam suatu perekonomian. Untuk itu sistem pembayaran perlu diatur dan diawasi dengan baik agar sistem pembayaran berjalan dengan aman dan lancar.

Untuk mempermudah proses transaksi pembayaran, maka penting bagi perusahaan untuk memiliki berbagai metode pembayaran dalam menjalankan usahanya. Dalam transaksi pembayaran terdapat dua metode pembayaran yaitu:

1) Metode pembayaran tunai

Sistem pembayaran tunai merupakan proses transaksi yang dilakukan dengan menggunakan uang kartal atau uang yang memiliki bentuk fisik baik berbentuk uang kertas maupun uang logam sebagai alat pembayaran. Dengan menggunakan alat pembayaran tunai, maka transaksi pembayaran tidak membutuhkan proses yang panjang. Tahapan dalam bertransaksi hanya sebatas pertukaran nilai atas barang atau jasa dengan serah terima uang tunai (Sumber, 2020).

2) Metode Pembayaran Nontunai

Pembayaran nontunai merupakan pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan instrumen keuangan selain uang kartal atau uang dengan bentuk fisik. Pembayaran nontunai bertujuan untuk meningkatkan efisiensi transaksi dengan meminimalisir risiko kehilangan uang fisik, mempercepat proses pembayaran dan menyediakan alternatif yang lebih aman serta fleksibel bagi konsumen (Suseno, 2014). Diantara metode pembayaran nontunai adalah:

a) Kartu debit

Kartu debit merupakan salah satu bentuk metode pembayaran nontunai dengan memanfaatkan kartu yang

berhubungan langsung dengan rekening nasabah, sehingga setiap kali digunakan untuk melakukan pembayaran, dana akan langsung ditarik dari saldo yang ada di rekening. Pemanfaatan kartu debit sebagai metode pembayaran memerlukan bantuan mesin *electronik data capture* (EDC) serta mendukung transaksi online.

b) M-Banking

M-banking merupakan suatu layanan perbankan yang memungkinkan para nasabah untuk melakukan transaksi melalui perangkat mobile seperti smartphone atau tablet dengan memanfaatkan aplikasi dari layanan m-banking dari rekening yang dimiliki. Keunggulan utama dari M-banking adalah fleksibilitasnya karena dapat digunakan kapan saja dan dimana saja selama terdapat koneksi internet.

c) QRIS

QRIS merupakan penggabungan berbagai jenis QR dari bermacam-macam layanan penyelenggara jasa sistem pembayaran *e-wallet* yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi pembayaran dengan cara memindai kode QR. Keunggulan utama QRIS adalah kemudahan dan penggunaan karena transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan tanpa kontak fisik, sehingga lebih higienis dan aman.

B. Penelitian Relevan

Adapun yang menjadi pedoman atau acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian ini, tidak terlepas dari hasil beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan atau kajian bagi penulis. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi oleh penulis dalam penelitian ini antara lain:

1. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh M Zakaria Rochmatullah dan Is Fadhillah, pada tahun 2024 yang berjudul “Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran yang

Efektif”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana QRIS sebagai alat pembayaran digital yang efektif dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap banyaknya pilihan masyarakat menggunakan QRIS dibandingkan dengan metode pembayaran digital lainnya (Rochmathullah, 2024). Persamaan penelitian ini terdapat pada metode penelitian dan topik pembahasan yakni tentang preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran nontunai QRIS.

2. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Rosyidah Nur Islamiyah, Ima Amaliah dan Westi Riani pada tahun 2024, dengan judul penelitian “Preferensi Masyarakat Indonesia dalam Melakukan Transaksi Konsumsi dengan E-wallet dan Tunai”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan preferensi masyarakat Indonesia dalam menggunakan E-Wallet dibandingkan dengan uang tunai dalam transaksi konsumsi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat lima faktor utama yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan E-Wallet yaitu kemudahan, kecepatan transaksi, kepercayaan, keamanan dan promosi. Adapun persamaan penelitian ini terdapat pada topik pembahasan yang membicarakan tentang bagaimana preferensi konsumen dalam melakukan transaksi konsumsi dengan e-wallet dan tunai (Islamiyah et al., 2016).
3. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh putri Aprilya Maharani, Ainul Haq dan Jeffriansyah pada tahun 2024, dengan judul “Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Uang Elektronik pada Transaksi Ekonomi”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis preferensi konsumen dan mengetahui faktor yang paling dominan dalam menggunakan uang elektronik sebagai alat transaksi ekonomi pada sektor UMKM di Kabupaten Mamuju. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan, pemanfaatan waktu, tingkat keamanan, kepercayaan serta biaya mempengaruhi preferensi konsumen. Persamaan penelitian ini terdapat pada pembahasan preferensi konsumen dalam menggunakan metode

pembayaran elektronik atau nontunai pada saat melakukan transaksi (Rochmathullah, 2024).

4. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Riki Saputra Perkasa pada tahun 2023 dengan judul penelitian “Transformasi Pembayaran Konsumen: Preferensi dan Perilaku dalam Pembayaran Tunai dan Nontunai” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor *promotion benefit*, *financial technology knowledge*, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko dalam mempengaruhi preferensi generasi milenial dalam memilih pembayaran digital. Persamaan penelitian ini terdapat pada topik pembahasan yang membahas tentang transformasi pembayaran dan meninjau bagaimana preferensi dan perilaku konsumen dalam melakukan pembayaran tunai dan nontunai (Perkasa, 2023).
5. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Mia Andika Sari, Indianik Aminah dan Hastuti Redyanita pada tahun 2021, dengan judul penelitian “Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Pembayaran Digital” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak kemajuan teknologi yang cukup pesat mempengaruhi transaksi keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *FinTech* dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan metode pembayaran digital. Persamaan penelitian terdapat pada topik yang membahas bagaimana preferensi generasi milenial dalam memilih pembayaran digital, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini hanya berfokus pada generasi milenial dan pembayaran digital saja (Sari et al., 2021).

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemahaman dan pengalaman individu terkait fenomena tertentu. Alasan pemilihan metode kualitatif pada penelitian ini adalah karena peneliti ingin menggali preferensi, persepsi dan pengalaman subjektif konsumen terhadap metode pembayaran, yang tidak dapat diukur dengan angka semata. Metode kualitatif ini peneliti gunakan untuk memperoleh data secara mendalam dari konsumen Swalayan 90 Batusangkar mengenai bagaimana preferensi mereka dalam menggunakan metode pembayaran ditinjau dari segi manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, tingkat keamanan, kenyamanan, kecepatan transaksi, biaya yang ditimbulkan, kebiasaan, pengetahuan, pengalaman serta penerimaan konsumen terhadap teknologi.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Swalayan 90 Batusangkar, yang beralamat di jalan sudirman, Limo Kaum, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat.

**Tabel 3. 1
Tempat dan Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Maret– Des 2024	Jan- mar 2025	April-mei 2025	Juni-Agus 2025
1.	Survey awal				
2.	Penyusunan proposal skripsi				
3.	Bimbingan proposal skripsi				
4.	Seminar proposal skripsi				
5.	Perbaikan proposal skripsi				
6.	Penelitian				
7.	Bimbingan skripsi				
8.	Munaqasah				

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dapat diartikan sebagai alat yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data relevan dengan tujuan penelitian. Pada penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti itu sendiri. Dimana peneliti memiliki peran penting untuk mengungkapkan data secara mendalam mengikuti pedoman wawancara serta dibantu dengan alat pendukung lainnya. Peneliti menyusun pedoman wawancara berdasarkan indikator preferensi konsumen dan mengkolaborasikannya dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) terkait penggunaan metode pembayaran. Pertanyaan tersebut kemudian peneliti kembangkan untuk mengeksplor makna subjektif dari setiap indikator serta mencari tahu lebih dalam terkait pengalaman konsumen.

D. Sumber Data

Dalam melaksanakan penelitian ini, untuk mendapatkan data yang peneliti butuhkan, peneliti menggunakan sumber data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner ataupun wawancara terstruktur. Adapun teknik penentuan sumber data yang peneliti gunakan adalah *Purposive Sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Sumber data dalam penelitian berasal dari 20 orang konsumen Swalayan 90 Batusangkar yang terdiri dari latar belakang pekerjaan yang berbeda diantaranya: Pelajar, Mahasiswa, Dosen, Guru, Karyawan Swasta dan Ibu Rumah Tangga.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian karena diperlukan perhatian khusus selama proses pengumpulan data agar mendapatkan data informatif yang valid. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara untuk mendapatkan informasi terkait data yang dibutuhkan selama melakukan penelitian. Wawancara dapat diartikan sebagai proses pengumpulan data atau informasi untuk keperluan

penelitian dengan cara tanya jawab langsung antara penanya dengan informan dengan menggunakan alat bantu yang disebut pedoman wawancara. Adapun pihak yang akan peneliti wawancarai adalah konsumen Swalayan 90 Batusangkar.

Pada penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung dan dicatat dalam bentuk catatan lapangan. Seluruh proses wawancara dilakukan dengan pendekatan etis, yakni meminta persetujuan informan terkait kesediaan mereka sebelum dilakukan wawancara.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh secara sistematis. Data ini dapat berasal dari observasi, wawancara maupun dokumen pendukung yang kemudian dirangkum untuk mendapatkan kesimpulan yang dapat dipahami oleh peneliti maupun orang lain. Teknik analisis data menurut Prof. Dr. Sugiono dijelaskan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain yang membacanya (Sugiyono, 2010).

Penelitian kualitatif mengkaji peristiwa, fenomena atau pengalaman manusia untuk menjawab pertanyaan mengapa sesuatu terjadi, bagaimana terjadinya dan apa penyebabnya (Tri Priyatni et al., 2020). Dalam penelitian ini, data dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*) yang dikembangkan oleh (Braun dan Clarke, 2006). Analisis tematik adalah proses analisis data kualitatif yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis tema-tema yang muncul dalam data. Analisis tematik dapat digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam data dan untuk menghasilkan deskripsi naratif atau tabel yang menggambarkan temuan-temuan penting dalam data (Pranatha, 2023).

Analisis tematik digunakan karena mampu mengungkapkan pola pemaknaan dan kategori yang muncul dari pengalaman konsumen secara alami, bukan dipaksakan dari pengalaman konsumen secara alami, bukan dipaksakan dari awal. Pendekatan ini dilakukan untuk mengidentifikasi, menganalisis dan melaporkan pola atau tema dalam data kualitatif. Pada penelitian ini analisis ini dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo 12 Plus untuk membantu memproses pengorganisasian dan pengkodean data wawancara yang telah selesai dibuatkan transkrip wawancaranya.

Aplikasi NVivo membantu peneliti untuk mempercepat dan mempermudah proses organisasi data sehingga data dapat diklasifikasi dengan rapi. NVivo dapat membantu peneliti mempresentasikan hasil analisis data dengan model chart, diagram atau grafik untuk analisis tematik, isi, komparatif serta menganalisis hubungan asosiatif (Tri Priyatni et al., 2020). Tujuan utama analisis tematik dalam penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan pemahaman mendalam tentang fenomena yang dipelajari, baik dalam bentuk deskripsi naratif atau tabel (Pranatha, 2023). Dalam proses analisis tematik terdiri dari beberapa tahapan yaitu:

1. Familiarisasi dengan data

Familiarisasi dengan data merupakan tahapan dimana peneliti membaca dan meresepsi data yang telah dikumpulkan dan mempertimbangkan pertanyaan penelitian yang ingin dijawab. Setelah itu peneliti akan menelaah transkrip wawancara secara berulang-ulang untuk memahami isi secara menyeluruh. Dalam penelitian ini peneliti membaca dan mencoba memahami data yang terdapat di transkrip wawancara secara menyeluruh secara umum sebelum melakukan identifikasi tema.

2. Identifikasi tema-tema

Pada tahapan ini peneliti mengidentifikasi tema-tema yang muncul dalam data, baik secara eksplisit maupun implisit dan menuliskan dalam sebuah daftar. Bagian-bagian penting dari data akan diberikan label (kode) pada informasi yang relevan. Proses ini dilakukan dengan menggunakan

fitur coding dalam NVivo. Dalam penelitian ini, proses identifikasi tema-tema dilakukan dengan menandai data yang relevan terkait preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar yang peneliti miliki setelah melakukan familiarisasi data.

3. Pengelompokan tema-tema menjadi kategori

Pada tahapan ini, peneliti mengelompokkan tema-tema yang serupa menjadi kategori yang lebih luas dan spesifik. Kode-kode yang telah dibuat kemudian dikelompokkan menjadi tema-tema utama yang mewakili pola tertentu dalam data. Dalam penelitian ini, proses pengelompokan tema dilakukan setelah peneliti menandai data yang relevan dengan preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar kemudian dikelompokkan menjadi tema tema utama yang mewakili data yang relevan.

4. Verifikasi kategori

Pada tahapan ini, peneliti melakukan Verifikasi dengan memeriksa kembali kategori-kategori yang telah dihasilkan dan memastikan bahwa kategori-kategori tersebut dapat diterima secara logika dan empiris. Peneliti melakukan peninjauan kembali tema-tema yang telah ditemukan untuk memastikan kesesuaian dengan data asli. Jika ada tema yang kurang tepat, maka dilakukan revisi atau penggabungan. Dalam penelitian ini, proses Verifikasi dilakukan setelah meninjau ulang data yang sudah dikelompokkan berdasarkan tema yang relevan terkait preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikelompokkan sudah sesuai dengan data asli.

5. Deskripsi dan interpretasi hasil analisis

Pada tahapan ini, peneliti memeriksa kembali kategori-kategori yang dihasilkan dan menuliskan dalam bentuk deskripsi naratif atau tabel yang menggambarkan temuan temuan penting dalam data. Setiap tema diberikan penjelasan yang jelas mengenai makna dan keterkaitannya dengan

fokus penelitian. Dalam penelitian ini tahapan deskripsi dan interpretasi hasil dilakukan dengan memberikan penjelasan mengenai makna dan keterkaitan hasil temuan dengan fokus penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar. Oleh karena itu dalam melakukan deskripsi ini sebenarnya tidak membahas metode pembayaran apa yang digunakan tetapi memang berfokus kepada apa saja atau bagaimana preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar.

6. Menyusun Laporan

Pada bagian ini, peneliti menuangkan hasil temuan dalam bentuk narasi deskriptif yang didukung dengan kutipan langsung dari informan dan visualisasi data dari NVivo, seperti model *Nodes* atau *Word Cloud*. Dalam penelitian ini peneliti menuangkan hasil analisis dalam bentuk narasi deskriptif serta dilengkapi kutipan langsung dari informan disertai visualisasi dari NVivo.

G. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data dilakukan untuk memperoleh kredibilitas dan keterpercayaan, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data. Triangulasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari berbagai sumber yang berbeda tetapi tetap terkait dengan fenomena yang diteliti. Peneliti melakukan pengumpulan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu dengan mengecek kredibilitas data dengan berbagai sumber data. Tujuan penelitian kualitatif memang bukan semata-mata untuk mencari kebenaran, tetapi lebih kepada pemahaman subjek terhadap lingkungan di sekitarnya (Sugiyono, 2010).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Gambaran Umum Swalayan 90 Batusangkar

Swalayan 90 Batusangkar merupakan salah satu pusat perbelanjaan modern yang berada di kecamatan Lima Kaum, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Swalayan ini berdiri sejak tanggal 23 Agustus 2023, dengan bapak Khairul Amri sebagai pemiliknya. Swalayan ini beroperasi dari pukul 07.00 – 22.00 WIB dan menjadi salah satu pilihan utama masyarakat untuk memenuhi kebutuhan harian mereka, mulai dari kebutuhan pokok, perlengkapan rumah tangga, kosmetik dan kebutuhan pribadi lainnya. Letaknya yang strategis membuat Swalayan ini mudah diakses oleh konsumen dari berbagai kalangan.

Swalayan 90 juga melakukan penyesuaian diri dengan kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran. Saat ini, Swalayan 90 tidak hanya melayani transaksi tunai, tetapi juga secara non-tunai seperti menggunakan kartu debit dan QRIS. Penyediaan metode pembayaran yang berbagai ini menunjukkan bahwa Swalayan 90 Batusangkar cukup adaptif terhadap perkembangan preferensi dan kebutuhan konsumen di tengah pesatnya perkembangan teknologi, khususnya dalam menghadapi *financial technology*. Fenomena penyediaan metode pembayaran tunai dan nontunai di Swalayan 90 Batusangkar mencerminkan adanya kesadaran manajemen manajerial terhadap pentingnya adaptasi sistem pembayaran di era ekonomi digital. Dalam konteks ini, pihak Swalayan tidak hanya sekedar menyediakan alat pembayaran sebagai formalitas bisnis, tetapi juga menunjukkan kemauan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen yang kini menuntut transaksi yang cepat dan efisien. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengkajian lebih dalam mengenai bagaimana preferensi konsumen terbentuk dalam memilih metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar.

2. Profil Narasumber/ Informan

Profil narasumber pada penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan beberapa bagian seperti: jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Informan pada penelitian ini terdiri dari 20 orang responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 15 orang dan laki laki sebanyak 5 orang. Berdasarkan usia, informan pada penelitian ini terdiri dari 20 orang responden dengan usia yang berbeda diantaranya berusia 15-20 tahun sebanyak 2 orang. Usia 20-30 tahun sebanyak 12 orang dan usia lebih dari 30 tahun berjumlah 6 orang. Jika dilihat berdasarkan pekerjaan, informan pada penelitian ini terdiri dari 20 orang responden dengan jenis pekerjaan yang berbeda diantaranya pelajar, mahasiswa, dosen, guru, ibu rumah tangga dan wiraswasta.

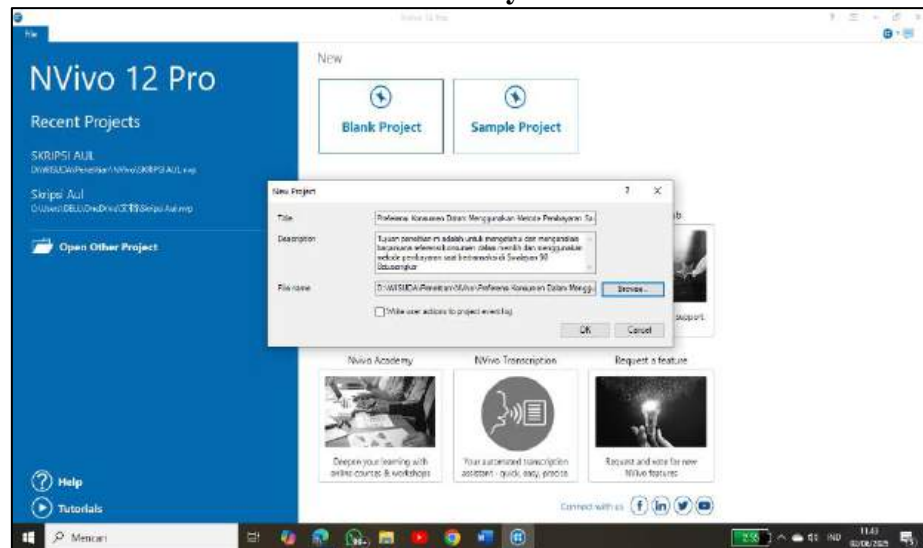
3. Proses pengumpulan data dan pengolahan data

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara langsung dengan menggunakan pedoman wawancara semi terstruktur. Setiap narasumber diminta untuk menjawab pertanyaan yang telah peneliti sediakan dengan berpedoman pada enam indikator preferensi konsumen meliputi manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, keamanan, kenyamanan, kecepatan transaksi dan biaya transaksi. Setelah itu peneliti meminta informan menceritakan kebiasaan mereka dalam bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar, mulai dari metode apa yang digunakan, alasan memilih metode tersebut hingga pengalaman mereka selama menggunakan metode yang dipilih. Setelah proses transkrip selesai, data dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo. Adapun proses analisis data dengan NVivo meliputi:

a. Menginput data

Langkah pertama yang perlu dilakukan dalam menganalisis data menggunakan aplikasi NVivo adalah mengimpor atau menginput data. Setelah aplikasi NVivo diinstal pada perangkat laptop maka akan muncul laman proyek sebagaimana tampak pada gambar 4.1 berikut.

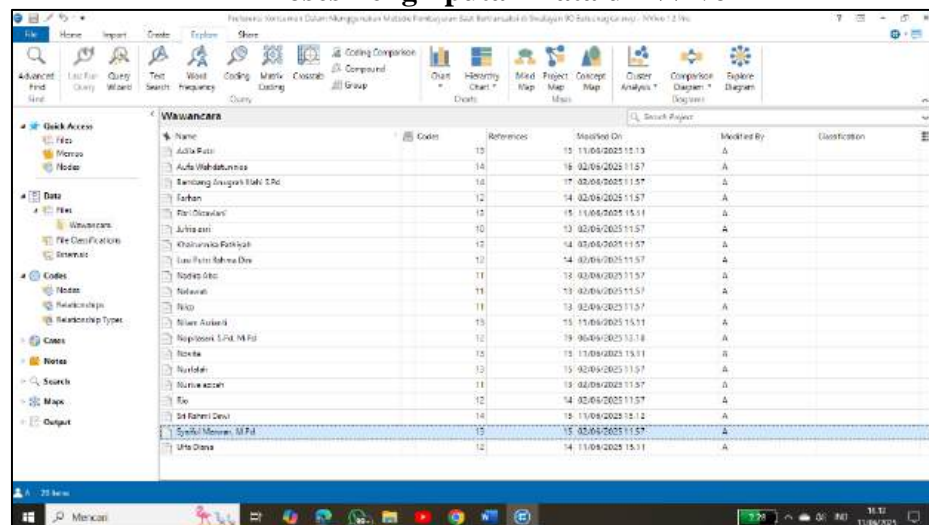
Gambar 4.1
Pembuatan Proyek NVivo



Sumber: Pengolahan Data, 2025

Gambar di atas merupakan tampilan awal dari *software* NVivo dimana sebelum memulai proyek penelitian, peneliti diharuskan membuat proyek sebagai tempat penyimpanan untuk progres pengerjaan analisis data dengan menggunakan NVivo. Selanjutnya peneliti menginput data berupa transkrip wawancara sebagaimana tergambar pada gambar 4.2 berikut:

Gambar 4.2
Proses Penginputan Data di NVivo



Sumber: Pengolahan Data, 2025

Data yang peneliti gunakan pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara kepada 20 orang konsumen Swalayan 90 Batusangkar dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda beda diantaranya: Pelajar, Mahasiswa, Guru, Dosen, Karyawan Swasta, Ibu Rumah Tangga dan lain sebagainya.

b. Membuat code dan tema

Setelah data diinput, maka langkah selanjutnya adalah membuat *coding* data atau membuat kode pada data dan membaginya menjadi beberapa tema berdasarkan indikator yang digunakan untuk menilai apa aspek utama yang paling dominan. Secara kualitatif, kode merupakan konsep yang dibuat oleh peneliti dan melambangkan atribut dalam menafsirkan makna untuk setiap data yang digunakan untuk keperluan deteksi pola, kategorisasi, pembangunan teori dan proses analisis lainnya.

Pengkodean data dilakukan secara induktif, yaitu dengan cara membaca data secara intens, kemudian menentukan klasifikasi data. Untuk melakukan coding, peneliti harus menyusun kriteria coding. Kriteria coding inilah yang akan peneliti gunakan untuk melakukan coding terhadap data penelitian.

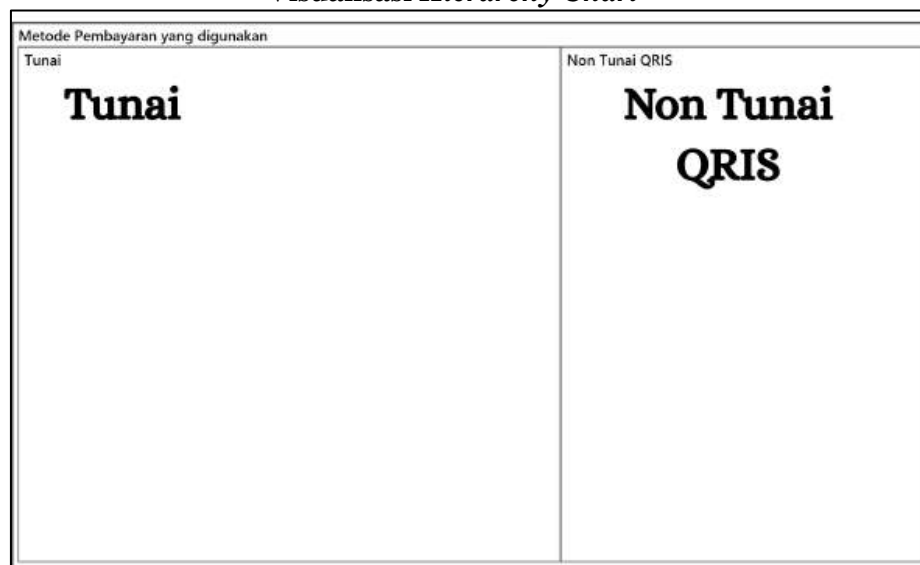
Gambar 4.3
Pembuatan Kode dan Tema di NVivo

Name	Files	References	Created On	Created By	Modified On	Modified By
Metode Pembayaran yang digunakan	0	0	02/06/2025 12:21	A	02/06/2025 12:56	A
Tingkat	12	12	04/06/2025 13:38	A	11/06/2025 13:34	A
Non Tunas QRIS	8	8	02/06/2025 12:21	A	11/06/2025 13:31	A
Alasan Menggunakan Metode Pembayaran	0	0	02/06/2025 12:34	A	02/06/2025 12:55	A
Mallat yang di sukai	0	0	02/06/2025 12:52	A	02/06/2025 12:52	A
Kerapannya	0	0	02/06/2025 12:53	A	02/06/2025 12:53	A
Kemudahan Penggunaan	0	0	02/06/2025 12:53	A	02/06/2025 12:52	A
Tipe Fitur Bantuan	19	20	02/06/2025 13:09	A	11/06/2025 13:35	A
Mudah Digunakan	19	19	02/06/2025 13:09	A	11/06/2025 13:35	A
Kecepatan Transaksi	0	0	02/06/2025 13:33	A	02/06/2025 13:53	A
Terdapat Sanksi	18	18	06/06/2025 13:21	A	11/06/2025 13:34	A
Mudah Jaring	3	3	02/06/2025 13:14	A	06/06/2025 13:37	A
Cepat	20	21	02/06/2025 13:13	A	11/06/2025 13:36	A
Keamanan	0	0	02/06/2025 13:33	A	02/06/2025 13:53	A
Tugas Wasapda	1	1	06/06/2025 13:34	A	06/06/2025 13:34	A
Aman	20	20	02/06/2025 13:10	A	11/06/2025 13:28	A
Banyak Transaksi	0	0	02/06/2025 12:54	A	02/06/2025 12:54	A
Tidak Berpengaruh	3	3	02/06/2025 04:40	A	11/06/2025 13:30	A
Saya Transaksi Menggunakan Minat	18	24	02/06/2025 13:15	A	11/06/2025 13:37	A

Sumber: pengolahan data, 2025

Gambar diatas merupakan bentuk hasil visualisasi *word frequency query* dengan pemanfaatan NVivo. Visualisasi Word Cloud ini bertujuan untuk menampilkan frekuensi kemunculan kata kunci yang berkaitan dengan indikator yang diteliti. Setelah itu peneliti melakukan proses coding terhadap data dengan cara mengidentifikasi, menandai dan mengelompokkan jawaban informan ke dalam beberapa tema utama. Tema merupakan konsep yang berkaitan dengan fokus dan pertanyaan penelitian. Hasil dari proses pengkodean ini kemudian disajikan dalam bentuk *hierarchy chart* untuk mempermudah peneliti mengetahui struktur tematik secara lebih sistematis dan terorganisir. Sebagaimana tampak pada gambar berikut:

Gambar 4. 5
Visualisasi *Hierarchy Chart*



Sumber: Pengolahan Data, 2025

Gambar di atas merupakan salah satu bentuk hasil visualisasi dengan memanfaatkan fitur *hierarchy chart* pada aplikasi NVivo yang berguna untuk membantu peneliti menyampaikan hasil temuan agar lebih mudah dipahami oleh pembaca. Gambar 4.5 di atas, menunjukkan bahwa berdasarkan hasil wawancara dan proses analisis yang telah peneliti lakukan dengan bantuan NVivo, tampak bahwa sebagian besar informan lebih dominan menggunakan metode pembayaran tunai dibandingkan

menggunakan metode nontunai, dengan jumlah pengguna pembayaran tunai sebanyak 12 orang, dan 8 orang pengguna metode pembayaran nontunai sebagaimana terlampir pada daftar *nodes*.

d. Penyajian data

Penyajian data merupakan tahapan terakhir dalam proses pengolahan data penelitian kualitatif. Setelah peneliti melakukan visualisasi data dan memperoleh temuan penting dari hasil pengkodean, langkah selanjutnya adalah menganalisis dan merangkainya ke dalam bentuk penyajian yang informatif dan mudah dipahami.

B. Hasil

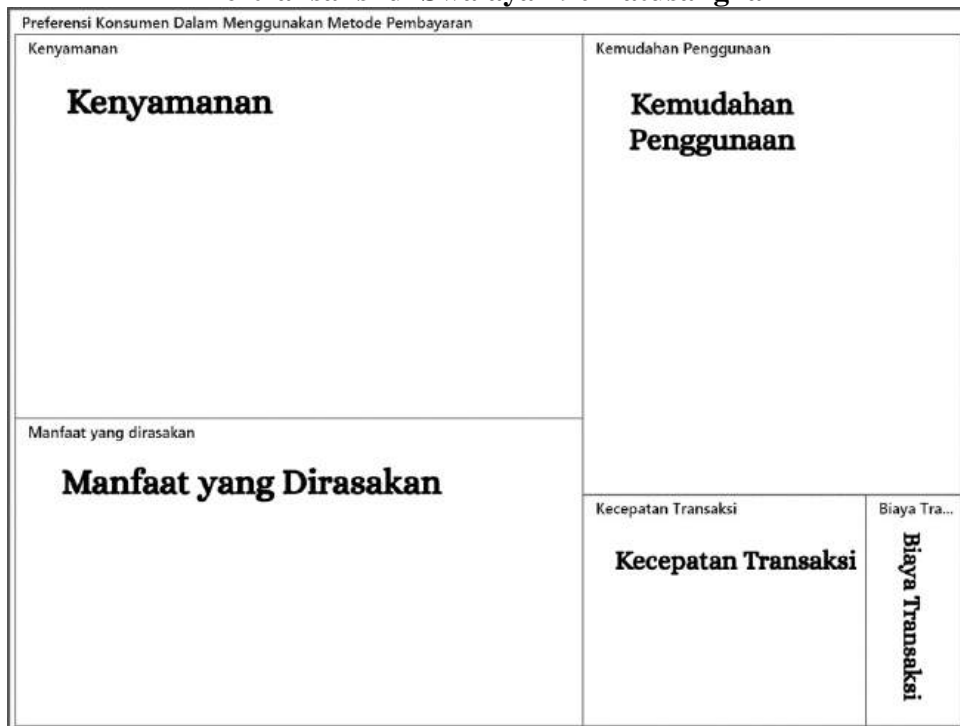
Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 orang informan yang telah dianalisis dengan bantuan perangkat lunak NVivo. Peneliti berhasil mengidentifikasi bahwa konsumen secara umum terbagi ke dalam dua kelompok besar, yakni pengguna metode pembayaran tunai dan pengguna metode pembayaran nontunai, khususnya QRIS. Namun, bukan ini yang menjadi fokus penelitian. Penelitian ini berfokus untuk menggali lebih dalam alasan mengapa metode itu dipilih dan apa yang mendasari preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran. Adapun hasil temuan tersebut akan peneliti sajikan dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Metode Pembayaran Saat Bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar

Preferensi konsumen merupakan bentuk kecenderungan atau pilihan individu terhadap suatu produk atau layanan berdasarkan penilaian subjektif yang dipengaruhi oleh kebutuhan, pengalaman dan persepsi mereka. Dalam konteks penelitian ini, preferensi merujuk pada pilihan konsumen dalam memilih metode pembayaran saat melakukan transaksi pembayaran di Swalayan 90 Batusangkar. Adapun preferensi konsumen berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 orang informan dan proses analisis data menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo, akan peneliti jabarkan sebagai berikut:

melihat dan memperjelas struktur tematik secara lebih sistematis dan terorganisir. Sebagaimana tampak pada gambar berikut:

Gambar 4. 7
Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Metode Pembayaran Saat Bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar



Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan visualisasi data menggunakan fitur *hierarchy chart* di atas, ditemukan bahwa kenyamanan merupakan jawaban yang paling dominan muncul sebagai indikator yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar. Selain itu, indikator manfaat yang dirasakan, berada pada urutan kedua sebagai tema yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran. Indikator kemudahan penggunaan berada di posisi ketiga sebagai tema yang mempengaruhi preferensi konsumen diikuti dengan beberapa indikator lain seperti kecepatan transaksi dan biaya transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen bersifat multidimensional dan dipengaruhi oleh kombinasi faktor fungsional maupun psikologis konsumen.

2. Preferensi Konsumen Berdasarkan Indikator Penelitian.

a. Manfaat Yang Dirasakan

Manfaat yang dirasakan atau *perceived usefulness* merupakan persepsi sejauh mana konsumen meyakini bahwa suatu metode pembayaran dapat memberikan nilai tambah dalam proses transaksi mereka. Dalam praktik pemasaran, persepsi konsumen terhadap manfaat yang dirasakan bukan hanya sekedar menjadi nilai tambah, tapi alasan utama yang membentuk preferensi sekaligus mendorong minat untuk menggunakan lagi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam memilih metode pembayaran tidak hanya dipengaruhi oleh tren atau fasilitas yang tersedia, tetapi oleh seberapa besar mereka merasa metode tersebut dapat memberikan manfaat yang nyata, relevan dan dapat dirasakan langsung dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 orang informan, peneliti menemukan bahwa sebagian besar konsumen merasakan manfaat langsung dari penggunaan metode pembayaran yang mereka pilih. Sebagaimana dapat dilihat pada visualisasi yang tampak gambar 4.8 berikut:

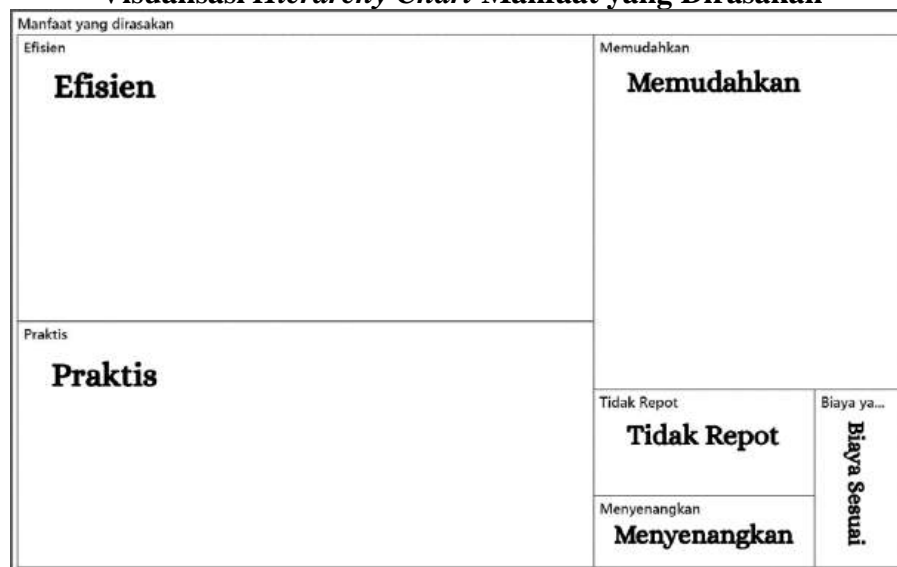
Gambar 4. 8
Visualisasi *Word Cloud* Manfaat yang Dirasakan



Sumber: Pengolahan Data

Pada gambar 4.8 tersebut, peneliti menyajikan jawaban atau tanggapan dari informan yang telah divisualisasikan dalam bentuk *word cloud*. Visualisasi ini bertujuan untuk menampilkan frekuensi kemunculan kata kata kunci yang berkaitan dengan indikator manfaat yang dirasakan. Setelah itu peneliti melakukan proses *coding* terhadap data dengan cara mengidentifikasi, menandai dan mengelompokkan jawaban informan ke dalam beberapa tema utama. Hasil dari proses pengkodean ini kemudian disajikan dalam bentuk *hierarchy chart*. Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, sistematis dan terstruktur mengenai hubungan antar tema yang ditemukan. Sebagaimana tampak pada gambar berikut:

Gambar 4. 9
Visualisasi *Hierarchy Chart* Manfaat yang Dirasakan



Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan visualisasi data menggunakan fitur *hierarchy chart* pada NVivo, ditemukan bahwa dalam indikator manfaat yang dirasakan, terdapat beberapa aspek yang menjadi penilaiannya. Aspek efisiensi, kemudahan dan kepraktisan menjadi tiga alasan utama yang paling sering disebut dalam jawaban informan. Hal ini tergambar dari kotak yang lebih dominan pada ketiga aspek tersebut dibandingkan aspek lain seperti tidak repot, menyenangkan dan biaya yang dibayarkan sesuai.

Aspek efisien muncul sebagai manfaat yang paling dominan dirasakan oleh sebagian besar informan. Hal ini didasari oleh pernyataan informan yang menyatakan bahwa metode pembayaran yang mereka pilih mampu menghemat waktu dan mengurangi langkah langkah teknis dalam proses transaksi. Sebagaimana tampak pada kutipan wawancara berikut: Seorang informan yang menggunakan metode pembayaran tunai menyebutkan bahwa:

“selama menggunakan metode pembayaran tunai, pengeluaran saya jadi lebih terukur. Apalagikan saya seorang suami nih, duit gaji saya tu sama istri, jadi yang saya pegang itu ya duit cash yang dikasih istri, kartu atmnya mah sama dia. Karena pakai pembayaran tunai jadi tau berapa aja jajan kita pas sekali belanja jadi berasa di saku” (Jufri Asri, 24 Mei 2025).

Dalam narasi lain disampaikan bahwa manfaat yang dirasakan selama menggunakan metode tersebut sebagai berikut:

“setelah mencoba melakukan transaksi dengan QRIS, saya merasa bahwa metode ini mampu menunjang aktivitas berbelanja karena praktis. Saat menggunakan QRIS saya tinggal menscan barcode yang terpajang di area meja kasir. Hal ini membuat saya tidak perlu menghitung uang tunai seperti sebelumnya” (Bambang Anugrah Illahi, 26 Mei 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa persepsi untuk indikator Manfaat yang dirasakan didasari oleh pengalaman konsumen dan bersifat sangat personal dan kontekstual. Dalam hal ini, metode pembayaran tunai dipandang bermanfaat karena memberikan kontrol langsung terhadap keuangan, terutama dalam peran domestik dimana metode tersebut mampu mendukung pengambilan keputusan keuangan yang lebih sadar dan terkendali. Sedangkan manfaat yang dirasakan pengguna QRIS diantaranya mereka tidak perlu lagi repot menghitung uang maupun memastikan nominalnya pas sehingga transaksi terasa lebih ringan dan cepat.

Selanjutnya aspek kemudahan menjadi alasan kedua yang dominan. Informan menyebut bahwa metode pembayaran yang dipilih mampu mempermudah mereka dalam melakukan aktivitas sehari-hari,

baik dari segi akses, penggunaan, hingga kontrol terhadap pengeluaran. Kepraktisan juga banyak disinggung terutama dalam kaitannya dengan situasi ketika konsumen terburu-buru. Sementara itu aspek lain seperti tidak repot, menyenangkan dan biaya yang dibayarkan sesuai juga muncul walaupun frekuensi kemunculannya lebih sedikit. Walaupun demikian, kemunculan tema tema ini memberikan gambaran yang lebih luas dari makna indikator manfaat yang tidak hanya bersifat rasional, tetapi juga emosional dan situasional.

b. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan atau *ease of use* dalam proses transaksi pembayaran dapat dipahami sebagai seberapa mudah suatu sistem digunakan tanpa memerlukan kemampuan teknis yang tinggi. Bagi sebagian konsumen, metode apapun akan dipilih selama merasa tidak terbebani secara fisik maupun mental saat menggunakannya.

Hasil temuan menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek kemudahan yang dirasakan oleh sebagian besar konsumen saat menggunakan metode pembayaran yang mereka pilih, sebagaimana dapat dilihat dari jawaban informan pada visualisasi yang tampak gambar 4.10 berikut:

Gambar 4. 10
Visualisasi *Word Cloud* Kemudahan Penggunaan

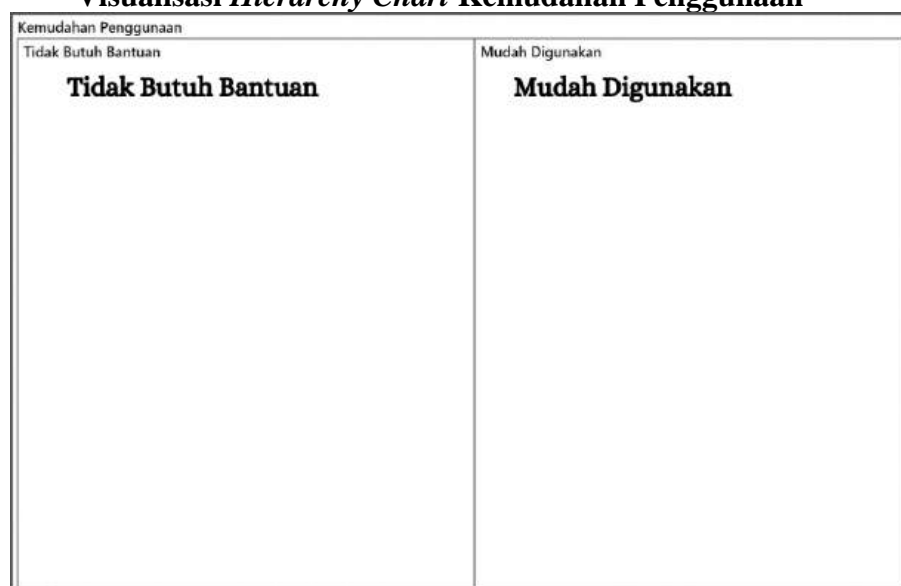


Sumber: Pengolahan Data

Pada gambar 4.10 di atas, peneliti menyajikan jawaban dari informan yang telah divisualisasikan dalam bentuk *word cloud*.

Visualisasi ini bertujuan untuk menampilkan frekuensi kemunculan kata-kata kunci yang berkaitan dengan indikator kemudahan penggunaan. Pada gambar tersebut, mudah menjadi jawaban informan yang paling dominan, hal ini ditandai dengan tampilan pada visualisasi yang berukuran sangat besar. Setelah itu peneliti melakukan proses *coding*. Hasil dari proses pengkodean ini kemudian disajikan dalam bentuk *hierarchy chart*. Sebagaimana tampak pada gambar berikut:

Gambar 4. 11
Visualisasi *Hierarchy Chart* Kemudahan Penggunaan



Sumber: Pengolahan Data

Jika dicermati lebih lanjut, grafik *hierarchy chart* pada indikator kemudahan penggunaan tersebut menekankan dua tema besar yang mendominasi persepsi konsumen dalam mendasari dan menjadi aspek penilaian untuk mengukur kemudahan penggunaan yaitu: mudah digunakan dan tidak butuh bantuan orang lain. Mayoritas informan merasa metode pembayaran yang mereka pilih tidak memerlukan panduan teknis atau bantuan orang lain untuk menjalankan atau melakukan transaksi.

Sebagian informan yang menggunakan QRIS menyatakan bahwa metode yang mereka gunakan mudah digunakan karena hanya perlu scan saja, itulah bentuk kemudahan yang mendorong konsumen

untuk terus menggunakan. Namun bagi informan yang menggunakan metode tunai menyebutkan bahwa uang pembayaran tunai merupakan bentuk metode paling sederhana dari kemudahan pembayaran, tidak ada sinyal, tidak ada pembaruan sistem, tidak perlu data, tinggal serahkan uang dan selesai. Temuan ini menentang pemasaran digital yang mengedepankan inovasi.

Salah satu informan menyampaikan pengalamannya terkait kemudahan penggunaan, sebagai berikut:

“cara kerja metode pembayaran tunai ini sangat mudah dipahami karena prosesnya gampang tinggal menyerahkan uang ke kasir. Selain itu metode ini juga sangat familiar karena sudah digunakan sejak lama” (Rio, 21 Mei 2025).

Disisi lain berdasarkan pernyataan yang dilontarkan oleh informan pengguna metode pembayaran nontunai QRIS, ia menerangkan bahwa

“waktu pertama kali mencoba menggunakan metode pembayaran dengan QRIS ini saya memang butuh sedikit bantuan mengenai tata caranya jadi saya coba cari informasi juga tu di youtube dan tiktok, setelah percobaan ke dua ternyata metode ini termasuk mudah digunakan, kita cuman perlu mescan kode yang diberikan kasir kemudian tinggal konfirmasi aja, praktis banget”(Aufa Wahdatunnisa, 26 Mei 2025).

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa indikator kemudahan pada penelitian ini bukan sekedar mudah atau sulitnya, tapi terletak pada apakah metode pembayaran yang digunakan itu intuitif dan tidak membuat pengguna bergantung pada pertolongan orang lain. Baik tunai maupun non tunai, kedua metode ini dinilai memenuhi syarat oleh kelompok pengguna yang berbeda.

c. **Keamanan**

Bagi konsumen, keamanan adalah perasaan yang menyatakan bahwa uang mereka tidak akan hilang atau tertahan. Hasil temuan menunjukkan bahwa terdapat aspek keamanan yang dirasakan oleh sebagian besar konsumen saat menggunakan metode pembayaran yang

mereka pilih, sebagaimana dapat dilihat pada visualisasi yang tampak gambar 4.12 berikut.

Gambar 4. 12
Visualisasi *Word Cloud* Keamanan



Sumber: Pengolahan Data

Pada gambar 4.12 di atas, peneliti menyajikan jawaban dari informan yang telah divisualisasikan dalam bentuk *word cloud*. Pada gambar tersebut, kata tidak pernah merupakan kata kunci utama dan merupakan jawaban paling dominan, hal ini ditandai dengan tampilan pada visualisasi yang berukuran sangat besar. Setelah itu peneliti melakukan proses *coding* dan membuat tema yang dapat mewakili jawaban tersebut. Hasil dari proses pengkodean ini kemudian disajikan dalam bentuk *hierarchy chart*. Sebagaimana tampak pada gambar berikut:

Gambar 4. 13
Visualisasi *Hierarchy Chart* Indikator Keamanan



Sumber: Pengolahan Data

Hasil visualisasi dari indikator keamanan tersebut menunjukkan bahwa seluruh informan yang berpartisipasi dalam penelitian ini menunjukkan jawaban yang sama yaitu aman. Hal ini mengisyaratkan bahwa persepsi keamanan konsumen terpenuhi selama menggunakan metode pembayaran yang mereka pilih. Dalam konteks penelitian ini, keamanan termasuk kategori psikologis yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan secara signifikan.

Berdasarkan hasil wawancara semi terstruktur yang peneliti lakukan untuk menggali lebih lanjut tentang indikator keamanan ini, peneliti menanyakan apakah mereka pernah mengalami masalah keamanan selama melakukan transaksi sebagaimana hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari salah seorang konsumen Swalayan 90 Batusangkar, beliau menyatakan bahwa:

“Belum pernah ada masalah keamanan sih, Saya engga takut juga, cuman sedikit berhati hati aja mana tau nanti pas kita masukin pin malah ada orang yang liat kan di belakang kan, repot juga” (Syaiful Marwan M.Pd, 21 Mei 2025).

Hal ini diperkuat dengan jawaban konsumen Swalayan 90 Batusangkar, menyatakan bahwa:

“Ga pernah bermasalahan kok, selama akak makai QRIS bahkan waktu ke Malaysia aja, juga bisa loh makai QRIS disana. Metode pembayarannya kan juga udah dipastikan aman dan teruji oleh OJK jadi aman dong” (Nopitasari, S.Pd, M.Pd, 21 Mei 2025).

Hasil wawancara diatas menggambarkan bagaimana preferensi konsumen tentang indikator keamanan berdasarkan pengalaman yang sudah dirasakan oleh konsumen Swalayan 90 Batusangkar dalam menggunakan metode pembayaran yang mereka gunakan. Salah satu informan, menyampaikan bahwa dirinya belum pernah mengalami masalah keamanan secara langsung selama bertransaksi, namun walaupun demikian, ia tetap menunjukkan sikap waspada, terutama saat memasukkan pin atau informasi pribadinya karena merasa khawatir jika ada orang lain yang mengintip. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun

kepercayaan terhadap sistem cukup tinggi, kesadaran individu terhadap potensi risiko tetap ada sebagai bentuk kehati-hatian personal. Kedua pernyataan di atas menunjukkan bahwa keamanan dalam bertransaksi menjadi faktor penting dalam membentuk kenyamanan dan kepercayaan konsumen. Meskipun ada kewaspadaan pada tiap individu, tapi secara umum konsumen menganggap sistem pembayaran yang mereka gunakan aman dan layak digunakan.

d. Kenyamanan

Selain indikator keamanan yang dirasakan konsumen, aspek lain yang tak kalah penting dalam membentuk preferensi pembayaran adalah kenyamanan. Kenyamanan memiliki dimensi yang lebih luas dari pada sekedar kemudahan teknis selama melakukan proses transaksi. Bagi sebagian konsumen, metode apapun akan dipilih selama merasa tidak terbebani secara fisik maupun mental saat menggunakannya. Hasil temuan menunjukkan bahwa terdapat aspek kenyamanan yang dirasakan oleh sebagian besar konsumen, sebagaimana dapat dilihat pada visualisasi yang tampak gambar 4.14 berikut:

Gambar 4. 14
Visualisasi *Word Cloud* Kenyamanan



Sumber: Pengolahan Data

Pada gambar di atas, tampak bahwa terdapat beberapa kata yang memiliki ukuran tampilan yang cukup besar atau dominan dan menjadi kata kunci utama, diantaranya: menunjang, aktifitas, gampang, menarik dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil temuan dari jawaban informan tersebut tampak bahwa jawaban terkait indikator kenyamanan ini memang berasal dari pengalaman positif maupun negatif dari para konsumen selama melakukan transaksi di Swalayan 90 Batusangkar. Setelah itu peneliti melakukan proses *coding* dan membuat tema yang dapat mewakili jawaban tersebut. Hasil dari proses pengkodean ini kemudian disajikan dalam bentuk *hierarchy chart*. Sebagaimana tampak pada gambar berikut:

Gambar 4. 15
Visualisasi *Hierarchy Chart* Indikator Kenyamanan

Kenyamanan			
Tidak Ada Masalah Tidak Ada Masalah	Mudah Digunakan Mudah Digunakan	Masalah Uang K... Masalah Uang Kembalikan	Cepat Cepat
Praktis Praktis	Uang Tersedia Uang Tersedia	Harga Sesuai Harga Sesuai	Masalah Jaringan Masalah Jaringan
			Belanja Melebi...

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan hasil visualisasi di atas, tampak bahwa dalam indikator kenyamanan terdapat beberapa aspek penilaian. Alasan paling dominan yang dirasakan oleh konsumen adalah nyaman karena tidak ada masalah saat melakukan transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa kenyamanan berkaitan erat dengan kebiasaan, fleksibilitas dan keandalan sistem. Hal ini menunjukkan kenyamanan dipersepsi sebagai

pengalaman yang bebas hambatan, serta menjelaskan bahwa kenyamanan bukan berasal dari fitur yang canggih, melainkan dari kelancaran dan ketenangan proses.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kenyamanan bersumber dari hal yang sangat personal dan tidak bisa disama ratakan. Hal ini karena kenyamanan bukan semata mata mengkaji soal teknologi atau tradisi saja, tetapi soal seberapa besar sistem yang ditawarkan mampu menghilangkan gesekan dalam proses transaksi. Disamping itu, aspek praktis dan mudah digunakan juga muncul dengan ukuran kotak yang cukup besar, hal ini menandakan bahwa cukup banyak informan yang membicarakan tentang ke dua aspek ini. Praktis dapat dimaknai sebagai kemampuan metode pembayaran untuk digunakan dalam berbagai situasi tanpa banyak prosedur. Misalnya QRIS bisa digunakan bahkan saat tidak membawa dompet, sedangkan tunai tetap bisa digunakan walau jaringan bermasalah. Sebagaimana hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari salah seorang konsumen Swalayan 90 Batusangkar, beliau menyatakan bahwa:

“ada, saya merasa metode pembayaran ini nyaman karena sangat praktis dan cepat. Jadi waktu belanja, saya cuman perlu mengeluarkan uang dari dompet tanpa perlu ribet buka aplikasi dan bergantung pada jaringan” (Sri Rahmi Dewi, 26 Mei 2025)

Pernyataan informan tersebut menunjukkan bahwa metode pembayaran yang ia gunakan mampu menciptakan rasa nyaman karena prosesnya cepat dan praktis karena tidak memerlukan tahapan teknis tambahan seperti aplikasi tambahan ataupun jaringan.

Disisi lain juga muncul tema seperti harga sesuai, uang selalu tersedia, cepat hingga permasalahan uang yang dibawa ternyata tidak cukup untuk membayar total belanjaan bahkan terdapat suatu kondisi yang mengakibatkan perasaan kurang mengenakkan bagi beberapa konsumen, hal itu terjadi ketika terjadi permasalahan pengembalian dana.

Salah satu informan menyampaikan pengalaman yang pernah ia alami selama melakukan transaksi tunai:

“saya pernah merasa kesal karena terdapat beberapa kejadian dimana saat saya melakukan transaksi, ternyata kasir memberikan kembalian uang receh dalam bentuk permen. Kalau kejadian ini terjadi sekali atau dua kali mah masih bisa dimaklumi. Tapi ini tidak, hampir setiap melakukan transaksi yang melibatkan pengembalian dana dalam bentuk recehan, malah diganti jadi permen” (Lusi Putri Rahma Dini, 26 Mei 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman yang disampaikan oleh informan tersebut menunjukkan ketidaknyamanan dalam proses transaksi tunai, khususnya terkait dengan praktik pengembalian uang dalam bentuk permen. Meskipun dianggap setara, penggantian uang kembalian dalam bentuk permen ini menimbulkan persepsi negatif dan dapat memicu perasaan tidak dihargai sebagai konsumen. Ketidaknyamanan seperti ini dapat mendorong konsumen untuk mengganti metode pembayaran yang mereka gunakan bahkan memutuskan untuk tidak melakukan pembelian ulang dan beralih ke toko lain. Walaupun frekuensi terjadinya hal tersebut tidak seberapa, ini menunjukkan bahwa bagi sebagian kecil konsumen, kenyamanan bisa sangat terikat pada segala kondisi. Maka dapat disimpulkan bahwa nyaman adalah indikator yang menyatukan banyak elemen, stabilitas, kemudahan hingga fleksibilitas transaksi.

e. Kecepatan Transaksi

Kecepatan transaksi merupakan faktor efisiensi utama yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen. Kecepatan dalam proses transaksi bukan hanya berbicara soal efisiensi, tetapi juga soal persepsi nilai waktu yang digunakan konsumen saat melakukan transaksi. Hasil temuan menunjukkan bahwa terdapat aspek keamanan yang dirasakan oleh sebagian besar konsumen saat menggunakan metode pembayaran yang mereka pilih, sebagaimana dapat dilihat pada visualisasi yang tampak gambar 4.16 berikut:

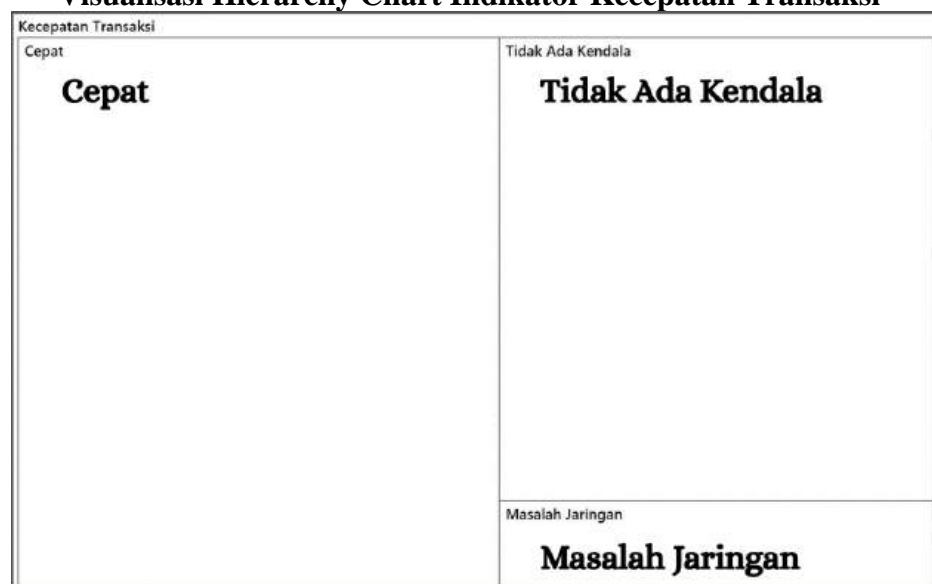
Gambar 4. 16
Visualisasi *Word Cloud* Kecepatan Transaksi



Sumber: Pengolahan Data

Pada gambar tersebut tampak bahwa: kata cepat, merupakan jawaban paling dominan dan menjadi kata kunci utama pada indikator ini. Berdasarkan hasil temuan dari jawaban informan tersebut tampak bahwa sebagian besar informan setuju bahwa metode pembayaran yang mereka gunakan dapat membuat transaksinya selesai dengan cepat. Hasil dari proses pengkodean ini kemudian disajikan dalam bentuk *hierarchy chart*. Sebagaimana tampak pada gambar berikut:

Gambar 4. 17
Visualisasi *Hierarchy Chart* Indikator Kecepatan Transaksi



Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan hasil visualisasi di atas tampak bahwa aspek cepat serta tidak ada kendala menjadi jawaban paling dominan yang dikeluarkan oleh informan dalam menanggapi persoalan mengenai indikator kecepatan transaksi. Hal ini mengidentifikasi bahwa kecepatan bukan dihitung dalam hitungan detik, tetapi juga berkaitan dengan seberapa mulus prosesnya berlangsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna QRIS, mereka menyatakan bahwa kecepatan transaksi adalah alasan mereka beralih ke metode QRIS. Metode ini memungkinkan mereka menyelesaikan transaksi pembayaran dalam hitungan detik, tanpa perlu menunggu uang kembalian atau interaksi panjang dengan kasir. Sedangkan menurut pengguna metode pembayaran tunai, metode tunai lebih cepat karena tidak butuh login, tidak harus menunggu sinyal, tidak memerlukan konfirmasi serta tidak akan terganggu oleh jaringan.

Pernyataan salah satu informan menegaskan hal tersebut dengan menyampaikan bahwa:

“proses transaksi QRIS ini cepat sekali. Setelah kita ngescan barcode yang diberikan kasir, kita cuman perlu mengkonfirmasi pembayaran dan memperlihatkan status transaksi sukses ke kasir. Cepet banget” (Nopitasari, S.Pd, M.Pd, 21 Mei 2025).

Pernyataan salah satu informan menegaskan hal tersebut dengan menyampaikan bahwa:

“cukup cepat, saat melakukan transaksi, kita hanya perlu memberikan uang tunai dan kasir akan memberikan kembalian dana lalu selesai” (Fitri Oktaviani, 24 Mei 2025).

Berdasarkan hasil wawancara konsumen menunjukkan bahwa metode pembayaran tunai maupun nontunai dinilai mampu memberikan pengalaman transaksi yang cepat, meskipun dengan pendekatan yang berbeda. Sebagaimana disampaikan oleh informan di atas, proses pembayaran menggunakan QRIS dianggap cepat setelah melakukan pemindahan barcode yang diberikan oleh kasir, konsumen hanya perlu mengkonfirmasi pembayaran diaplikasi dan menunjukkan bukti transaksi sukses. Sementara itu, Fitri menyampaikan bahwa transaksi

tunai tidak kalah cepat, menurutnya proses pembayaran tunai hanya memerlukan penyerahan uang kepada kasir, kemudian penerimaan kembalian dana dan transaksi selesai. Perbandingan ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kecepatan ini menunjukkan bahwa persepsi bahwa persepsi terhadap kecepatan tidak mutlak ditentukan oleh digitalisasi, melainkan juga oleh kesederhanaan proses. Transaksi tunai maupun nontunai memiliki jalur efisiensi masing masing, tergantung pada kebiasaan, ekspektasi dan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi.

Kondisi ini membuktikan bahwa kecepatan merupakan aspek yang bersifat situasional, bukan mutlak. Dalam konteks penelitian ini, kecepatan transaksi dapat dipahami sebagai kemampuan sistem dalam memproses dan menyelesaikan transaksi digabungkan dengan perasaan nyaman dan kesabaran konsumen. Maka pendekatan manajerial yang tepat bukan hanya menciptakan sistem yang tercepat, tetapi menciptakan sistem yang dapat diakses dalam berbagai situasi. Maka dari sini tampak bahwa kecepatan pada kasus ini bukan berbicara tentang digital versus konvensional, melainkan seberapa stabil dan langsung proses itu terjadi.

f. Biaya Transaksi

Biaya merupakan salah satu indikator yang dapat membentuk persepsi besar. Biaya menjadi aspek pertimbangan logis yang paling mudah diukur oleh konsumen. Dalam pemasaran, persepsi terhadap biaya sangat sensitif dan dapat menjadi sumber masalah. Oleh karena itu, penjelasan informasi mengenai biaya transaksi harus menjadi bagian dari strategi komunikasi yang transparan dan konsisten. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 20 orang informan, terlihat bahwa sebagian besar konsumen merasa bahwa biaya transaksi menjadi faktor penentu yang signifikan dalam pengambilan keputusan dalam menggunakan metode pembayaran. Sebagaimana dapat dilihat pada visualisasi yang tampak gambar 4.18 berikut:

Gambar 4. 18
Visualisasi Word Cloud Biaya Transaksi



Sumber: Pengolahan Data

Pada gambar 4.18 di atas, peneliti menyajikan jawaban dari informan yang telah divisualisasikan dalam bentuk *word cloud*. Visualisasi ini bertujuan untuk menampilkan frekuensi kemunculan kata kata kunci yang berkaitan dengan indikator biaya transaksi. Pada gambar tersebut tampak bahwa kata pernah merupakan jawaban paling dominan dan menjadi kata kunci utama pada indikator ini. Berdasarkan hasil temuan dari jawaban informan tersebut tampak bahwa sebagian besar informan setuju bahwa biaya transaksi dapat mempengaruhi metode pembayaran yang mereka gunakan. Hasil dari proses pengkodean ini kemudian disajikan dalam bentuk *hierarchy chart*. Sebagaimana tampak pada gambar berikut:

Gambar 4. 19
Visualisasi *Hierarchy Chart* Indikator Biaya Transaksi



Sumber: Pengolahan Data

Hasil visualisasi di atas menunjukkan bahwa mayoritas informan setuju bahwa biaya transaksi menjadi faktor penentu dalam pemilihan metode pembayaran yang digunakan, terutama dalam pembayaran digital. Bahkan potongan kecil apa lagi promo khusus, menjadi penyebab konsumen beralih dan menggunakan metode yang lebih murah karena dinilai lebih menguntungkan. Namun ternyata ada beberapa konsumen yang menyatakan bahwa biaya transaksi tidak mempengaruhi mereka dalam memutuskan untuk beralih pada metode pembayaran lain. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi terhadap biaya transaksi ini bersifat pasif.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara yang peneliti lakukan dengan karyawan Swalayan 90 Batusangkar, diketahui bahwa Swalayan ini memang belum pernah menerapkan diskon khusus. Jadi pada indikator ini peneliti mengacu pada biaya yang dikeluarkan saat melakukan transaksi.

Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan yang mencurahkan pandangannya tentang biaya transaksi berikut:

“Harga yang dibayar harus sesuai dengan biaya yang dibebankan, dengan menggunakan QRIS saya hanya perlu membayar belanjaan sesuai dengan harga yang tertera di monitor bahkan untuk pecahan ratusan rupiah sekalipun.” (Bambang Anugrah Illahi, S.Pd, 24 Mei 2025)

Pernyataan tersebut menunjukkan pengalaman yang dialami oleh salah seorang konsumen yang beralih menggunakan metode pembayaran lainnya berdasarkan pengalaman yang sudah pernah dialaminya. Hal ini menunjukkan persepsi bahwa konsumen akan cenderung memilih untuk menggunakan metode pembayaran yang dianggap lebih menguntungkan.

Ketepatan nominal ini sangat penting dalam menciptakan rasa keadilan dan kepercayaan konsumen, terutama karena konsumen yang sensitif terhadap detail pengeluaran. Dalam konteks pembayaran tunai, sebagian besar konsumen merasakan bahwa metode ini tidak

menimbulkan biaya tambahan secara langsung. Konsumen hanya perlu membayar sesuai dengan nominal harga barang yang tertera, tanpa dikenai biaya administrasi. Hal ini membuat pembayaran tunai dipersepsikan sebagai metode yang sederhana, transparan dan bebas biaya tersembunyi.

Transaksi tunai dan nontunai di Swalayan 90 Batusangkar masing masing memiliki keunggulan dan keterbatasan. Dalam konteks penelitian ini, tampak bahwa metode pembayaran tidak membebankan biaya tambahan secara langsung kepada konsumen, sehingga keduanya dinilai cukup efisien dari sisi beban finansial. Hal ini menunjukkan bahwa biaya transaksi bukan hanya berkaitan dengan beban nominal, tetapi juga dengan pengalaman dan persepsi konsumen terhadap keadilan dan efisiensi dalam bertransaksi.

C. Pembahasan

Setelah melalui proses pengolahan data yang mendalam serta menelaah temuan yang diperoleh selama melakukan penelitian. Peneliti menyadari bahwa preferensi konsumen dalam memilih metode pembayaran tidak terbentuk secara sederhana, pada preferensi itu terdapat harapan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti mencoba mendalami permasalahan tersebut dan melalui penelitian ini peneliti ingin mencoba memperlihatkan sudut pandang lain, dan menawarkan peluang perbaikan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh pihak manajemen dalam menyusun strategi yang lebih relevan dan berkelanjutan.

1. Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Metode Pembayaran Saat Bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar

Preferensi konsumen merupakan bentuk kecenderungan atau pilihan individu terhadap suatu produk atau layanan berdasarkan penilaian subjektif yang dipengaruhi oleh kebutuhan, pengalaman dan persepsi mereka. Dalam konteks penelitian ini, preferensi merujuk pada pilihan konsumen dalam memilih dan menggunakan metode pembayaran saat melakukan transaksi

pembayaran di Swalayan 90 Batusangkar. Berdasarkan hasil analisis menggunakan perangkat lunak NVivo, diketahui bahwa kenyamanan merupakan indikator utama yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran. Temuan ini didasari oleh hasil wawancara yang menunjukkan bahwa konsumen cenderung menggunakan metode pembayaran yang paling nyaman dan telah menjadi kebiasaan mereka dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Preferensi konsumen didasari oleh kepraktisan, pengalaman, psikologis dan jawaban dominan lainnya yang telah peneliti analisis dan klasifikasikan ke dalam tema-tema utama, sehingga diketahui bahwa kenyamanan merupakan indikator paling dominan, yang membuat konsumen menggunakan metode pembayaran yang mereka pilih.

Kondisi ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen bersifat multidimensional dan dipengaruhi oleh kombinasi faktor fungsional maupun psikologis yang mereka rasakan selama melakukan transaksi pembayaran di Swalayan 90 Batusangkar. Temuan ini memperkuat pendapat Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa preferensi konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh aspek fungsional, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor emosional dan persepsi kenyamanan subjektif. Jika dikaitkan dengan teori TAM, kenyamanan berhubungan erat dengan dua komponen utama yaitu manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Stavins, Joanna dan Wu Huijia yang menunjukkan bahwa karakteristik subjektif seperti kenyamanan dan familiaritas menjadi pemicu utama bagi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran (Stavins & Wu, 2017). Pernyataan tersebut menguatkan bahwa kenyamanan memegang peran utama dalam membentuk preferensi dalam menggunakan metode pembayaran. Namun terdapat perbedaan pandangan tentang temuan ini, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jonker dan Van Renselaar beranggapan bahwa preferensi konsumen dapat berubah secara signifikan

ketika dihadapkan pada kebijakan harga seperti biaya tambahan atau diskon pada metode tertentu (Jonker, Renselaar, 2010).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa preferensi konsumen tidak bersifat tetap, meskipun konsumen merasa nyaman dengan metode tertentu, namun kebijakan eksternal seperti biaya atau promo bisa mempengaruhi pilihan mereka. Hal ini sedikit berbeda dengan hasil temuan peneliti, pada penelitian ini indikator kenyamanan merupakan alasan paling dominan yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran walaupun di Swalayan ini tidak menerapkan diskon atau promo khusus. Kenyamanan tercipta dari pengalaman individu, kebiasaan serta persepsi dan pertimbangan mereka yang bersifat multidimensional. Meskipun ada argumen yang menyatakan bahwa preferensi bisa tergeser oleh kebijakan harga atau promo, namun hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa dalam konteks penelitian ini, kenyamanan tetap menjadi alasan paling dominan bagi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran yang mereka gunakan.

2. Preferensi Konsumen Berdasarkan Indikator Penelitian

a. Manfaat yang Dirasakan

Indikator manfaat yang dirasakan merupakan dasar paling awal dan mendasar dalam membentuk preferensi konsumen. Dalam konteks penelitian ini, manfaat tidak hanya dimaknai sebagai keuntungan rasional dalam bentuk efisiensi waktu dan tenaga, tetapi juga mencakup kemudahan emosional dan kenyamanan psikologis saat bertransaksi. Dengan kata lain, pada indikator manfaat yang dirasakan mencerminkan persepsi mereka terhadap nilai praktis dan fungsional dari metode pembayaran yang digunakan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah menggunakan proses visualisasi data melalui fitur *Hierarchy chart* pada NVivo, ditemukan bahwa terdapat beberapa aspek yang menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam memilih menggunakan metode pembayaran berdasarkan indikator manfaat yang dirasakan diantaranya

efisien, memudahkan, praktis, tidak repot, menyenangkan dan biaya yang dibayarkan sesuai, muncul sebagai tema yang dibuat mewakili jawaban konsumen.

Aspek efisien menjadi manfaat yang paling sering muncul sebagai jawaban dari sebagian besar informan. Bagi pengguna metode pembayaran tunai efisien dirasakan karena metode pembayaran yang dipilih membuat mereka bebas melakukan transaksi kapan saja tanpa perlu bergantung pada sinyal atau perangkat lain. Sedangkan bagi pengguna QRIS, aspek efisien yang mereka rasakan karena proses pembayaran yang cepat dan tidak bergantung pada uang fisik.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) menjadi faktor utama yang mendorong adopsi metode pembayaran oleh konsumen. Sebagaimana dikemukakan oleh Davis dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* bahwa *perceived usefulness* merupakan salah satu faktor utama dalam mendorong adopsi teknologi. Konsumen cenderung memilih untuk menggunakan metode pembayaran yang dianggap dapat memberikan *value* langsung berupa kepraktisan dan penghematan waktu serta proses transaksi. Kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat sangat bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh pengalaman serta kebiasaan masing masing individu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan indikator yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran. Hal ini mendukung temuan Redeemer Kraih dan Lexis Alexander Tetteh yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan determinan paling dominan dalam keputusan adopsi layanan finansial berbasis teknologi (Kraih et al., 2024). Terdapat perbedaan pandangan mengenai temuan ini, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tafirei Mashamba dan Shenaaz Gani disampaikan bahwa meskipun fintech berkembang secara struktural, tapi perkembangan ini belum memberikan manfaat secara signifikan

terhadap pertumbuhan ekonomi dan adopsi massal. Keadaan ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan baru dapat diakui apabila benar benar dirasakan langsung oleh pengguna (Mashamba & Gani, 2023).

Perbedaan persepsi ini mencerminkan bahwa nilai dari suatu sistem hanya akan diakui konsumen jika mereka sendiri telah benar benar merasakan manfaatnya secara langsung. Oleh karena itu, penting bagi pihak Swalayan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap apa yang benar benar dirasakan oleh konsumen.

Adapun upaya refleksi praktis yang dapat peneliti sarankan kepada pelaku usaha sebagai salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan manajerial kedepannya adalah pihak Swalayan perlu menyadari bahwa setiap keputusan bisnis yang berkaitan dengan metode pembayaran harus mempertimbangkan persepsi manfaat yang telah terbukti dirasakan oleh konsumen. Hal ini dapat membangun nilai guna yang dapat dikenali dan dihargai oleh para pengguna layanan. Ketika konsumen menyadari bahwa metode yang disediakan benar benar memberi manfaat serta keunggulan dalam transaksi, maka konsumen akan menerima dan mengadopsinya. Perusahaan dapat melakukan evaluasi rutin mengenai pengalaman pelanggan, pelaku usaha dapat melakukan survei singkat kepada konsumen dengan periode waktu tertentu untuk mengukur sejauh mana konsumen merasakan manfaat yang mereka rasakan selama melakukan transaksi di Swalayan 90 Batusangkar.

b. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan menjadi salah satu indikator penting dalam membentuk preferensi. Dalam konteks penelitian ini, kemudahan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga menyangkut persepsi subjektif konsumen tentang seberapa sederhana dan bebas hambatan metode tersebut dalam praktik sehari hari. Kemudahan penggunaan juga berkaitan erat dengan kemampuan konsumen untuk

memahami dan mengoperasikan metode tersebut tanpa membutuhkan bantuan orang lain. Bagi sebagian konsumen, metode apapun akan dipilih selama merasa tidak terbebani secara fisik maupun mental saat menggunakannya.

Aspek penilaian yang menjadi tema dari jawaban konsumen yang telah dikelompokkan berdasarkan indikator kemudahan penggunaan, menekankan bahwa terdapat dua tema besar yang mendominasi persepsi konsumen dalam mendasari dan menjadi aspek penilaian untuk mengukur kemudahan penggunaan yaitu: mudah digunakan dan tidak butuh bantuan orang lain. Mayoritas informan merasa metode pembayaran yang mereka pilih tidak memerlukan panduan teknis atau bantuan orang lain untuk menjalankan atau melakukan transaksi.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap kemudahan bersifat relatif, tergantung ada pengalaman, usia dan tingkat literasi yang dimiliki konsumen. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dilihat bahwa indikator kemudahan pada penelitian ini bukan sekedar mudah atau sulitnya, tapi terletak pada apakah metode pembayaran yang digunakan itu intuitif dan tidak membuat pengguna bergantung pada pertolongan orang lain. Baik QRIS maupun tunai, kedua metode ini dinilai memenuhi syarat oleh kelompok pengguna yang berbeda. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam konteks Swalayan 90 Batusangkar, kemudahan penggunaan lebih dipahami secara subjektif dan sangat terkait dengan tingkat literasi yang dimiliki, kebiasaan serta kenyamanan psikologis konsumen itu sendiri.

Hasil temuan menunjukkan bahwa konsumen memiliki pengalaman yang berbeda dalam hal kemudahan penggunaan sistem pembayaran. Sebagian besar informan yang telah terbiasa menggunakan aplikasi digital menganggap proses QRIS sangat mudah dan praktis. Namun bagi konsumen dengan tingkat literasi digital rendah, metode pembayaran digital justru membuat mereka kebingungan sehingga tetap

memilih untuk menggunakan metode pembayaran tunai saja. kondisi ini menjadi bahan pengingat penting bagi pihak Swalayan bahwa tidak semua konsumen datang dari latar belakang yang sama. Kemudahan tidak semata mata berasal dari sistem yang canggih, tetapi dari sejauh mana konsumen merasa diberdayakan saat menggunakannya.

Temuan ini memperkuat gagasan dari *Technologi Acceptance Model* (TAM) bahwa *Perceived Ease Of Use* merupakan salah satu faktor penting dalam menerima teknologi. Sebagaimana dijelaskan oleh davis, jika konsumen percaya bahwa suatu teknologi mudah digunakan, maka mereka akan lebih cenderung menerima, mengadopsi dan menggunakannya bahkan jika ada awalnya teknologi itu terasa asing (Davis, 1989). Kemudahan mencerminkan bagaimana metode yang dipilih bisa digunakan tanpa harus meminta bantuan orang lain. Jadi kemudahan bukan hanya sebatas simpel atau fitur pintar semata. Berdasarkan hasil analisis dan visualisasi data, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan juga menjadi indikator penting dalam membentuk preferensi konsumen. Kemudahan tidak hanya diukur dari sederhana atau tidaknya suatu metode, tetapi dari kemampuan konsumen untuk menjalankan metode tersebut secara mandiri dan nyaman.

Hasil temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Jozef Bucko, Lukas Kakalejčik dan Martina Ferencova yang dalam penelitiannya mengkaji tentang perilaku konsumen, pada penelitian tersebut mereka menekankan bahwa *user friendly* dan sistem transaksi yang sederhana sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengadopsi suatu metode (Bucko, Jozef Kakalejčik & Ferencová, 2018). Penelitian tersebut menegaskan bahwa pengalaman yang mudah tanpa instruksi tambahan menjadi salah satu alasan utama konsumen dalam memilih platform atau metode pembayaran tertentu. Disisi lain terdapat pandangan yang berbeda sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Redeemer Kraih dan Lexis Alexander Tetteh, pada penelitian

tersebut mereka mengemukakan bahwa *perceived ease of use* tidak secara langsung mempengaruhi niat menggunakan teknologi, kecuali jika persepsi tersebut diiringi dengan nilai manfaat yang dirasakan (Krah et al., 2024). Temuan ini menunjukkan bahwa sistem yang mudah belum tentu diterima dengan baik jika tidak disertakan memberikan nilai yang relevan atau kontekstual bagi pengguna.

Adapun upaya refleksi praktis yang dapat peneliti sarankan kepada pelaku usaha sebagai salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan manajerial kedepannya adalah peneliti ingin menekankan tentang pentingnya evaluasi terhadap pemahaman konsumen. Jika ada konsumen yang merasa bingung, maka diperlukan pendekatan yang lebih komunikatif dan bersahabat agar metode tersebut benar benar inklusif misalnya dengan melatih kasir agar cepat tanggap dalam membantu konsumen.

c. **Keamanan**

Keamanan dalam bertransaksi menjadi salah satu pertimbangan penting bagi konsumen dalam memilih metode pembayaran. Dalam konteks penelitian ini, persepsi keamanan berkaitan dengan keyakinan konsumen bahwa metode yang mereka gunakan mampu melindungi nilai uang, data pribadi serta terhindar dari kesalahan transaksi. Berdasarkan temuan khusus terkait indikator keamanan yang ditampilkan melalui visualisasi *hierarchy chart* menunjukkan bahwa seluruh informan yang terlibat menyatakan bahwa metode pembayaran yang mereka gunakan itu sudah aman dan belum pernah mengalami permasalahan keamanan. Walaupun demikian salah seorang informan menjelaskan bahwa ia tetap berhati hati saat menggunakan metode pembayaran digital karena khawatir data pribadinya tersebar dan disalah gunakan oleh orang lain.

Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi aman tidak selalu dilihat dari keyakinan terhadap teknologi, tetapi dari rutinitas dan pengalaman yang belum pernah bermasalah. Hal ini sejalan dengan

konsep dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), dimana ketika konsumen merasa bahwa metode pembayaran dapat memberikan rasa aman dan kendali atas transaksi, maka kepercayaan akan tumbuh dan membuat mereka yakin untuk menggunakan.

Hasil temuan ini menguatkan hasil studi yang dilakukan oleh Jozef Bucko, Lukas Kakalejcik dan Martina Ferencova yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap sistem digital menjadi pertimbangan paling utama dalam membuat keputusan konsumen untuk menggunakan metode pembayaran nontunai (Bucko, Jozef Kakalejčík & Ferencová, 2018). Pada riset tersebut tampak bahwa tingkat keyakinan konsumen terhadap keamanan sistem menjadi faktor dominan dalam membentuk preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran. Temuan ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Shirin Istikhara Djamhari, Martina Dwi Mustika dan Bertina Sjabadhyni yang menunjukkan bahwa dalam situasi pembelian impulsif, faktor kenyamanan dan kecepatan justru lebih menjadi fokus utama dalam mempengaruhi pilihan metode pembayaran, bahkan ketika risiko keamanan masih ada (Djamhari et al., 2024). Perbedaan ini menegaskan bahwa persepsi keamanan dapat tergeser oleh dimensi emosional dan fungsional lainnya.

d. Kenyamanan

Kenyamanan menjadi aspek yang sangat personal dalam menentukan preferensi metode pembayaran. Konsumen cenderung memilih metode yang mampu memberikan rasa tenang, praktis dan tidak menimbulkan kerepotan selama proses transaksi. Bagi sebagian konsumen, metode apapun akan dipilih selama merasa tidak terbebani secara fisik maupun mental saat menggunakannya. Hal ini dikarenakan kenyamanan bukan semata mata mengkaji soal teknologi atau tradisi saja, tetapi soal seberapa besar sistem yang ditawarkan mampu menghilangkan gesekan dalam proses transaksi.

Setelah dilakukan proses analisis dan visualisasi menggunakan NVivo, ditemukan bahwa pada indikator kenyamanan terdapat beberapa aspek yang menjadi penilaiannya. Alasan paling dominan yang dirasakan oleh konsumen adalah nyaman karena tidak ada masalah saat melakukan transaksi. Hal ini menunjukkan kenyamanan dipersepsi sebagai pengalaman yang bebas hambatan, ini menjelaskan bahwa kenyamanan bukan berasal dari fitur yang canggih, melainkan dari kelancaran dan ketenangan proses. Disamping itu, aspek praktis dan mudah digunakan juga muncul dengan ukuran kotak yang cukup besar, hal ini menandakan bahwa cukup banyak informan yang membicarakan tentang kedua aspek ini. Praktis dapat dimaknai sebagai kemampuan metode pembayaran untuk digunakan dalam berbagai situasi tanpa banyak prosedur. Misalnya QRIS bisa digunakan bahkan saat tidak membawa dompet, sedangkan tunai tetap bisa digunakan walau jaringan bermasalah. Disisi lain juga muncul tema seperti harga sesuai, uang selalu tersedia, cepat hingga permasalahan uang yang dibawa ternyata tidak cukup untuk membayar total belanjaan bahkan terdapat suatu kondisi yang mengakibatkan perasaan kurang mengenakan bagi beberapa konsumen.

Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh John Bagnall, David Bounie, Kim P. Anneke Kosse dkk. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa preferensi terhadap metode pembayaran baik tunai maupun nontunai ditentukan oleh tingkat kenyamanan yang dirasakan konsumen dalam konteks sosial dan kebiasaan mereka (Bagnall et al., 2014). Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Carlos A Arango dan Nicolas F ditemukan perbedaan pendekatan dalam menjelaskan indikator kenyamanan dalam metode pembayaran. Dalam penelitiannya mereka memposisikan kenyamanan sebagai hasil dari efisiensi sistemik dan keberadaan infrastruktur digital seperti kemudahan akses dan dukungan sistem keuangan maksudnya kenyamanan dianggap sebagai variabel objektif yang dapat didorong melalui pembangunan sistem,

bukan sesuatu yang subjektif berasal dari pengalaman konsumen (Arango dan SuárezAriza, 2020)

Berdasarkan pernyataan informan yang menceritakan pengalaman kurang menyenangkan yang pernah ia alami sebagaimana tertera pada temuan khusus. pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman ketidaknyamanan dalam proses transaksi tunai, khususnya terkait dengan praktik pengembalian uang dalam bentuk permen. Meskipun dianggap setara, penggantian uang kembalian dalam bentuk permen ini menimbulkan persepsi negatif dan dapat memicu perasaan tidak dihargai sebagai konsumen. Ketidaknyamanan seperti ini dapat mendorong konsumen untuk mengganti metode pembayaran yang mereka gunakan bahkan memutuskan untuk tidak melakukan pembelian ulang dan beralih ke toko lain. Walaupun frekuensi terjadinya hal tersebut tidak seberapa, ini menunjukkan bahwa bagi sebagian kecil konsumen, kenyamanan bisa sangat terikat pada segala kondisi. Maka dapat disimpulkan bahwa kenyamanan adalah indikator yang menyatukan banyak elemen, stabilitas, kemudahan hingga fleksibilitas transaksi.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa walaupun frekuensi terjadinya hal tersebut tidak seberapa, ini menunjukkan bahwa bagi sebagian kecil konsumen, kenyamanan bisa sangat terikat pada segala kondisi. Kenyamanan dalam transaksi merupakan salah satu bentuk persepsi positif terhadap sistem pembayaran yang dirasakan oleh konsumen. Kenyamanan dapat dibentuk berdasarkan kebiasaan dan persepsi kemudahan akses, fleksibel dan persepsi terhadap lingkungan. Maka dapat disimpulkan bahwa kenyamanan adalah indikator yang menyatukan banyak elemen, stabilitas, kemudahan hingga fleksibilitas transaksi.

Adapun upaya refleksi praktis yang dapat peneliti sarankan kepada pelaku usaha sebagai salah satu pertimbangan dalam membuat keputusan manajerial kedepannya adalah dengan cara: pihak Swalayan dapat memberikan layanan wifi gratis di lokasi outlet sebagai upaya

memberikan pelayanan yang mumpuni untuk konsumen. Dari segi transaksi pembayaran dengan adanya layanan wifi gratis tentu akan dapat membantu mendukung proses pembayaran konsumen yang menggunakan metode pembayaran nontunai. Selain itu pihak Swalayan juga dapat melakukan penyesuaian SOP pada proses pembayaran tunai, misalnya dengan memastikan bahwa kasir selalu memiliki uang pecahan kecil, atau apabila memang tidak bisa, pihak Swalayan dapat mengkomunikasikan kebijakan pengembalian dengan jelas seperti menyampaikan: “mohon maaf ibu/bapak, untuk kembalian sebesar Rp300-nya apakah boleh ditukar dengan permen.?” Sebelum langsung menggantinya tanpa dikomunikasikan dengan baik terlebih dahulu.

Langkah sederhana seperti ini dapat menjadi nilai tambah bagi pelaku usaha karena menunjukkan perhatian Swalayan kepada konsumen sekaligus mencegah rasa tidak nyaman akibat kesan pelayanan yang kurang baik. Disisi lain hal ini juga dapat menumbuhkan loyalitas konsumen untuk jangka panjang. Berdasarkan hasil temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa kenyamanan merupakan faktor multidimensi yang sangat berperan dalam membentuk preferensi konsumen. Kenyamanan dinilai dari lancar tidaknya proses transaksi. Interaksi dengan kasir hingga tersedianya uang kembalian dan sinyal yang mendukung oleh karena itu, pelaku usaha perlu menciptakan lingkungan transaksi yang tidak hanya efisien secara teknis, tetapi juga nyaman secara emosional.

e. Kecepatan Transaksi

Kecepatan merupakan salah satu dimensi utama dalam membentuk pengalaman transaksi yang efisien dan memuaskan. Dalam konteks preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran, kecepatan tidak hanya merujuk pada waktu dan proses teknis, tetapi juga menyangkut persepsi konsumen terhadap seberapa lancar, tanpa kendala dan durasi proses transaksi tersebut berlangsung. Berdasarkan hasil analisis dan visualisasi yang peneliti lakukan, tampak bahwa aspek cepat

serta tidak ada kendala menjadi jawaban paling dominan yang dikeluarkan oleh informan dalam menanggapi persoalan mengenai indikator kecepatan transaksi. Hal ini mengidentifikasi bahwa kecepatan bukan dihitung dalam hitungan detik, tetapi juga berkaitan dengan seberapa mulus prosesnya berlangsung.

QRIS dinilai unggul karena cepat, terutama oleh pengguna yang akrab dengan teknologi. Namun, pembayaran tunai juga dianggap cepat oleh sebagian informan karena tidak tergantung pada aplikasi atau sinyal. Maka dari sini tampak bahwa kecepatan pada kasus ini bukan berbicara tentang digital versus konvensional, melainkan seberapa stabil dan langsung proses itu terjadi. Konsumen cenderung memilih metode pembayaran yang mempercepat aktivitas berbelanja mereka, terutama dalam kondisi yang terburu buru atau saat antrian yang panjang. Namun persepsi tentang kecepatan ini sangat subjektif dan tergantung pada kondisi eksternal, seperti stabilitas jaringan dan lain sebagainya.

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi terhadap kecepatan bisa masuk ke dalam *perceived usefulness*, karena teknologi dianggap bermanfaat jika mempercepat aktivitas pengguna. Namun dalam kenyataannya, kecepatan proses transaksi tidak hanya ditentukan oleh sistem, tetapi juga lingkungan dan kesiapan fasilitas pendukung. Selain itu sebagaimana dikutip dari (Ira Ningrum Resmawa, 2020) kecepatan transaksi merupakan bagian dari pengalaman fungsional yang sangat mempengaruhi loyalitas konsumen. Apabila konsumen merasa transaksi berjalan lambat, hal ini akan menurunkan persepsi terhadap efektivitas metode yang digunakan.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Satria Fadil Persada, Reny Nadlifatin dan Angelica Cintya Mannuela Wibowo yang menyatakan bahwa kecepatan proses transaksi merupakan salah satu atribut utama yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran (Persada et al., 2024). Dalam penelitian tersebut kecepatan dipahami secara fungsional

yaitu sebagai pengalaman penggunaan yang efisien dan tidak mengganggu alur kegiatan utama. Hasil penelitian ini bertentangan dengan kajian yang dilakukan oleh Stavins Joanna dan Huijia Wu yang justru menunjukkan bahwa kecepatan bukanlah determinan utama dalam keputusan memilih metode pembayaran, dalam penelitian tersebut mereka menemukan bahwa konsumen beralih menggunakan metode pembayaran bukan karena metode tersebut lambat, tetapi karena faktor logistik seperti tidak membawa uang tunai yang cukup (Stavins & Wu, 2017). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keputusan konsumen menggunakan metode pembayaran bukan karena persepsi efisiensi waktu, tetapi lebih pada ketersediaan mereka.

Temuan dari indikator kecepatan transaksi memperlihatkan bahwa setiap metode pembayaran memiliki kelebihan dan kekurangannya masing masing. Situasi ini memberikan pelajaran penting bahwa kecepatan transaksi bukan hanya bergantung pada metode, tapi pada kesiapan sistem pendukung dan pengelolaan yang baik. Maka, refleksi yang perlu dilakukan pihak Swalayan adalah bagaimana memastikan bahwa setiap metode pembayaran memiliki dukungan yang cukup agar performanya konsisten. Langkah praktis seperti memastikan koneksi internet yang stabil, memantau kecepatan transaksi tiap jalur pembayaran dan mempersiapkan tindakan cepat saat sistem digital melambat merupakan bentuk tanggung jawab manajerial dalam mencerminkan kelancaran transaksi. Pihak manajemen tidak boleh pasif apabila terjadi permasalahan seperti kecepatan transaksi mulai menjadi isu dan harus segera ditindak lanjuti.

f. Biaya Transaksi

Dalam dunia pemasaran modern, biaya transaksi bukan hanya sekedar nominal angka yang muncul pada struk belanja. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa biaya tambahan, sekecil apapun dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih metode pembayaran. Ketika konsumen merasa membawa metode pembayaran

tertentu memerlukan biaya lebih tinggi dibandingkan metode lain, persepsi negatif terhadap metode tersebut dapat muncul dan menghambat adopsinya. Hal ini juga berlaku untuk kondisi sebaliknya, sebagian besar konsumen mengatakan bahwa diskon atau potongan harga yang diberikan dengan syarat menggunakan metode tertentu juga dapat membuat konsumen beralih menggunakan metode pembayaran lain. Berdasarkan hasil analisis data dengan bantuan NVivo, ditemukan bahwa biaya transaksi menjadi faktor penentu dalam pemilihan metode pembayaran yang digunakan, terutama dalam pembayaran digital. Bahkan potongan kecil apa lagi promo khusus, menjadi penyebab konsumen beralih dan menggunakan metode yang lebih murah karena dinilai lebih menguntungkan. Namun ternyata ada beberapa konsumen yang menyatakan bahwa biaya transaksi tidak mempengaruhi mereka dalam memutuskan untuk beralih pada metode pembayaran lain. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi terhadap biaya transaksi ini bersifat pasif.

Sebagian besar konsumen lebih menyukai metode pembayaran yang tidak menimbulkan biaya tambahan. Setelah peneliti mencoba menggali lebih dalam tentang alasan pemilihan QRIS sebagai metode pembayaran nontunai yang mereka pilih, beberapa informan yang menggunakan pembayaran nontunai menceritakan bahwa mereka tidak dikenakan fee tambahan saat melakukan transaksi dengan QRIS, sedangkan kalau metode pembayaran seperti transfer terdapat fee tambahan.

Dalam perspektif *technology acceptance model* (TAM), aspek biaya transaksi ini secara tidak langsung berpengaruh terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. Jika konsumen merasa biaya yang muncul justru mengurangi nilai guna dan kemudahan, maka teknologi yang ditawarkan tidak akan dianggap sebagai solusi, melainkan hambatan. Temuan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Stavins Joana dan Huijia Wu yang menunjukkan bahwa konsumen

cenderung merespons insentif biaya, terutama jika insentif tersebut relevan dengan konteks biaya transaksi. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa konsumen cenderung menyesuaikan metode pembayaran demi menghindari beban biaya guna mendapatkan manfaat finansial (Stavins & Wu, 2017). Temuan ini mendukung gagasan bahwa biaya menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran. Namun terdapat perbedaan pendapat mengenai hasil temuan ini, sebagaimana hasil temuan yang dilakukan oleh Carlos Arango dan Nicolas F, mereka menyatakan bahwa biaya transaksi bukanlah faktor utama dalam mengadopsi metode pembayaran. Studi tersebut menjelaskan bahwa perubahan perilaku konsumen dalam menggunakan metode pembayaran lebih banyak dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur yang mendukung proses pelayanan transaksi, seperti mudah di akses atau tersedia saat dibutuhkan, bukan karena biaya (Arango & SuárezAriza, 2020).

Berdasarkan hasil temuan yang telah divisualisasikan, dapat disimpulkan bahwa biaya transaksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumen dalam memilih metode pembayaran. Semakin rendah biaya yang dibebankan atau bahkan tidak adanya biaya tambahan yang dikenakan. Maka akan semakin besar pula kecenderungan konsumen untuk menggunakan metode tersebut secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mempertimbangkan aspek biaya ini sebagai salah satu faktor penting dalam merancang strategi pembayaran yang inklusif dan ramah konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan simpulan yang mencerminkan preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran saat bertransaksi di Swalayan 90 Batusangkar. Hasil temuan menunjukkan bahwa kenyamanan merupakan jawaban yang paling dominan muncul sebagai indikator yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan metode pembayaran, selain itu indikator manfaat yang dirasakan berada pada urutan kedua. Indikator kemudahan penggunaan berada di posisi ketiga, diikuti dengan beberapa indikator lain seperti kecepatan transaksi dan biaya transaksi. Temuan ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen bersifat multidimensional dan dipengaruhi oleh kombinasi faktor fungsional maupun psikologis konsumen. Preferensi konsumen dalam memilih metode pembayaran ternyata tidak hanya didorong oleh aspek teknis, tetapi juga melalui pengalaman personal, kebiasaan dan persepsi yang sangat kontekstual. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memilih metode pembayaran karena tersedia, tetapi karena sesuai dengan kebutuhan mereka dan harapan konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa preferensi konsumen bukan sekedar data statistik, melainkan cerminan dari harapan dan kebutuhan mereka terhadap layanan dalam melakukan transaksi pembayaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan dan refleksi dari penelitian ini, peneliti ingin memberikan saran dengan harapan bisa menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi berbagai pihak terlibat, khususnya pelaku usaha di sektor ritel seperti Swalayan:

1. Bagi pihak Swalayan 90 Batusangkar dan pelaku usaha ritel sejenisnya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen membawa ekspektasi dalam memilih metode pembayaran saat melakukan transaksi pembayaran.

Oleh karena itu, pihak Swalayan disarankan untuk tidak hanya menyediakan berbagai opsi transaksi, tetapi juga melakukan evaluasi menyeluruh terhadap kualitas layanan yang mengiringi setiap metode. Hal hal kecil seperti batasan minimal belanja agar bisa menggunakan QRIS, uang kembalian yang diganti permen serta lain sebagainya dapat berdampak besar terhadap persepsi dan kepuasan konsumen. Proses evaluasi dapat dilakukan melalui penyusunan SOP pelayanan kasir yang lebih adaptif, memberikan pelatihan layanan berbasis empati serta meninjau kebijakan transaksi rutin dapat menjadi langkah nyata dalam menjawab preferensi konsumen yang terus berkembang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini masih bersifat eksploratif dan terbatas pada satu lokasi. Peneliti selanjutnya dapat memperluas dan memperdalam pengetahuan dengan mengubah metode yang digunakan serta menambahkan topik bahasan baru atau yang berhubungan dengan aspek yang sama untuk mengetahui apa saja aspek yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam melakukan transaksi. Penelitian juga dapat diperluas pada jenis usaha kafe, umkm atau e-commerce lokal, serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti tingkat literasi digital atau preferensi berdasarkan usia.

C. Implikasi

Temuan penelitian ini memberikan beberapa implikasi yang dapat dijadikan dasar bagi pihak Swalayan dan pelaku usaha ritel lainnya untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan, khususnya dalam mendukung preferensi konsumen terhadap metode pembayaran. Diantara implikasi yang dapat diterapkan adalah:

1. Pemetaan ulang preferensi konsumen

Preferensi konsumen bersifat dinamis, artinya preferensi konsumen selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, Swalayan dapat secara berkala melakukan survei sederhana atau mengamati

pola transaksi untuk menyesuaikan strategi pelayanan. Hal ini juga bisa menjadi bahan evaluasi dalam menentukan strategi promosi atau inovasi pembayaran.

2. Evaluasi layanan pengembalian tunai

Keluhan terkait uang kembalian pecahan kecil yang diganti oleh permen, kondisi uang yang lusuh dan lain sebagainya menunjukkan adanya celah yang dapat menyebabkan permasalahan pada kepuasan pelanggan. Manajemen dapat mengevaluasi ulang sistem pengelolaan uang kecil di kasir serta membekali petugas kasir dengan SOP yang lebih transparatif dan solutif bagi konsumen.

3. Optimalisasi sistem pembayaran nontunai

Konsumen menyukai metode pembayaran digital seperti QRIS karena alasan efisiensi dan kepraktisan. Namun, pembatasan minimal belanja atau kurangnya sosialisasi teknis dapat menghambat penggunaannya. Pihak manajemen perlu melakukan pertimbangan ulang untuk merevisi kebijakan minimum transaksi selain itu pihak manajemen bisa menyediakan papan informasi kecil yang menjelaskan tata cara pembayaran digital di area kasir.

DAFTAR PUSTAKA

- Arango, C. A., & Suárezariza, N. (2020). Digital Payments Adoption And The Demand For Cash: New International Evidence. *Journal Of Payments Strategy And Systems*, 14(4), 392–410.
- Bagnall, J., Bounie, D., Huynh, K. P., Kosse, A., Schmidt, T., Schuh, S., Stix, H., Bagnall, J., Bank, D. N., Schmidt, T., & Schuh, S. (2014). *Wo R K I N G Pa P E R S E R I E S Consumer Cash Usage A Cross-Country Comparison With Payment Diary Survey Data* (Nomor 16).
- Bucko, Jozef Kakalejčík, L., & Ferencová, M. (2018). Online Shopping: Factors That Affect Consumer Purchasing Behaviour. *Cogent Business And Management*, 5(1), 1–15.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Mis Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339.
- Djamhari, S. I., Mustika, M. D., Sjabadhyni, B., & Ndaru, A. R. P. (2024). Impulsive Buying In The Digital Age: Investigating The Dynamics Of Sales Promotion, Fomo, And Digital Payment Methods. *Cogent Business And Management*, 11(1).
- I Wayan Kayun Suwastika, Se., M. M., Marce Sherly Kase, S.E., M. S., Nur Bayti, S.I.Kom., M. E., & Diana Wangania, Se., M. M. (2023). Kewirausahaan Di Era Digital Berinovasi Dan Bertumbuh Dalam Dunia Teknologi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Ira Ningrum Resmawa. (2020). Preferensi Konsumen. In *Cerdasco*.
- Irawan, B., Sani, I., Febrian, W. D., Setiawan, Z., Abdullah, A., Aprizal, Wasil, M., Suseno, D. A. N., Rahayu, N., Soeharjoto, Umar, N., Chasanah, S., Bilgies, A. F., & Harinie, L. T. (2022). *Konsep Dasar E-Business*.
- Islamiyah, R. N., Amaliah, I., & Riani, W. (2016). *Preferensi Masyarakat Indonesia Dalam Melakukan Transaksi Konsumsi Dengan E-Wallet Dan Tunai*. 103–107.
- Jonker, Renselaar, V. (2010). Working Paper Series Justus. *Journal Of Banking & Finance*.
- Karim, N. K., Atikah, S., & Lenap, I. P. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Pembayaran Elektronik Non-Bank. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 39–59. <https://doi.org/10.29303/Jaa.v7i1.147>

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Hal. 45).
- Krah, R., Tetteh, L. A., Boateng, A., & Amankwa, R. F. (2024). Financial Technology Adoption Among Small And Medium Enterprises In Ghana. *Cogent Business And Management*, 11(1).
- Listiyono, H., Sunardi, S., Wahyudi, E. N., & Diartono, D. A. (2024). Dinamika Implementasi Qris: Meninjau Peluang Dan Tantangan Bagi Umkm Indonesia. *Ikra-Ith Informatika : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 8(2), 120–126.
- Manglo, B. S. Dkk. (2021). *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja*.
- Mashamba, T., & Gani, S. (2023). Fintech, Bank Funding, And Economic Growth In Sub-Saharan Africa. *Cogent Economics And Finance*, 11(1).
- Muh David Balya Al. (2023). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 26–53.
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran*.
- Perkasa, R. S. (2023). Transformasi Pembayaran Konsumen: Preferensi Dan Perilaku Dalam Pembayaran Tunai Dan Nontunai. *Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 9.
- Persada, S. F., Nadlifatin, R., Wibowo, A. C. M., Setiyati, E. A., Belgiawan, P. F., Tri Prasetyo, Y., Ong, A. K. S., & Young, M. N. (2024). Indonesia Consumer Preferences On Attributes Of Marketplace Platform: A Conjoint Analysis Approach. *Cogent Business And Management*, 11(1).
- Pohan, A. (2008). Kerangka Kebijakan Moneter Dan Implementasinya Di Indonesia. *Sistem Pembayaran*, 17–52.
- Pohan, A. (2011). *Sistem Pembayaran Strategi Dan Implementasi Di Indonesia. Edisi Revisi*.
- Pranatha, I. P. E. (2023). *Modul Pembelajaran Analisis Tematik Dalam Metode Kualitatif*. 1–15.
- Purwanto, E. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model(Tam)*.
- Rochmathullah, M. Z. (2024). Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Yang Efektif (Studi Kasus Pada

Wilayah Kota Surabaya). *Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*.

Rosyad, S., & Harsono, M. (2021). Pentingnya Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use: Dalam Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(1), 86–92.

Sari, M. A., Aminah, I., & Redyanita, H. (2021). Preferensi Generasi Milenial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Jabodetabek). *Ekonomi & Bisnis*, 20(2), 132–141.

Silva, P. (2015). Davis' Technology Acceptance Model (Tam) (1989). In *Information Seeking Behavior And Technology Adoption: Theories And Trends*.

Stavins, J., & Wu, H. (2017). *Payment Discounts And Surcharges : The Role Of Consumer Preferences*. 17.

Subari, S. M. T., & Ascarya. (2003). Kebijakan Sistem Pembayaran Di Indonesia. In *Pusat Pendidikan Dan Studi Kebansentrakan (Ppsk) Bank Indonesia* (Nomor 8).

Sugiyono, D. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.

Sumber, R. (2020). *Transaksi Pembayaran*. May, 9425254.

Suseno, I. S. (2014). Sistem Dan Kebijakan Nilai Tukar: Seri Kebanksentralan No. 12. *Bank Indonesia - Bi*, 12, 46.

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75.

Tri Priyatni, E., Wilujeng Suryani, A., Fachrunnisa, R., Supriyanto, A., & Zakaria, I. (2020). Pemanfaatan Nvivo Dalam Penelitian Kualitatif. *2020*, 3–100.

Wardhana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0* (P. . Mahir Pradana (Ed.)).

Wardhana, A. (2024). *Preferensi Konsumen* (Nomor August).

Wicaksono, S. R. (2023). *Acceptance* (Nomor March).

Wiwesa, N. R. (2021). User Interface Dan User Experience Untuk Mengelola Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 3(2), 17–31.

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Metode Pembayaran Saat Bertransaksi Di Swalayan 90 Batusangkar

No	Topik Pembahasan	Sub Variabel	Pertanyaan	Nomor Pertanyaan
1.	Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Metode Pembayaran Saat Bertransaksi Di Swalayan 90 Batusangkar	Metode Pembayaran yang Digunakan Konsumen.	1. Metode Pembayaran Apa Yang Paling Sering Anda Gunakan?	1
		Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Menggunakan Metode Pembayaran	2. Mengapa Anda Memilih Menggunakan Metode Pembayaran Tersebut? 3. Apa Aspek Mendasar Yang Menjadi Pertimbangan Anda Dalam Memilih Metode Pembayaran Saat Melakukan Transaksi Pembayaran? (Apakah Itu Di Sebabkan Oleh Faktor Kebudayaan/ Faktor Harga Atau Tarif/ Pengalaman/ Faktor Psikologis/ Faktor Ekonomi/ Pengetahuan/ Proses Dan Pelayanan.)	2, 3
		Manfaat Yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>)	4. Apa Manfaat Yang Anda Rasakan Saat Menggunakan Metode Pembayaran Tersebut? 5. Apakah Metode Pembayaran Yang	4, 5

			Anda Pilih Membantu Membuat Transaksi Terasa Lebih Efisien?	
		Kemudahan Penggunaan (Perceived Easy Of Use)	6. Seberapa Mudah Anda Memahami Cara Kerja Metode Pembayaran Saat Pertama Kali Menggunakannya? 7. Apakah Anda Membutuhkan Bantuan Saat Menggunakan Metode Pembayaran Tersebut?	6, 7
		Keamanan	8. Apakah Anda Pernah Merasa Ragu Atau Takut Untuk Menggunakan Metode Pembayaran Karena Alasan Keamanan? 9. Apakah Anda Pernah Mengalami Masalah Keamanan Saat Melakukan Transaksi Pembayaran?	8, 9
		Kenyamanan	10. Apakah Ada Fitur Atau Kelebihan Tertentu Dari Metode Pembayaran Yang Anda Pilih, Yang Membuat Metode Tersebut Terasa Nyaman Untuk Digunakan? 11. Pernahkan Anda Memiliki Pengalaman Yang	10,11

			Kurang Nyaman Saat Menggunakan Metode Pembayaran Ini? Apa Itu?	
		Kecepatan Transaksi	<p>12. Seberapa Cepat Proses Pembayaran Saat Menggunakan Metode Yang Anda Pilih? Apakah Penggunaan Metode Pembayaran Mempengaruhi Lamanya Proses Pelayanan?</p> <p>13. Pernahkah Anda Mengalami Keterlambatan Proses Pelayanan Saat Melakukan Transaksi Pembayaran? Kenapa?</p>	12,13
		Biaya Transaksi	<p>14. Apakah Biaya Transaksi Menjadi Salah Satu Faktor Yang Membuat Anda Mempertimbangan Menggunakan Metode Pembayaran?</p> <p>15. Apakah Anda Pernah Beralih Menggunakan Metode Pembayaran Yang Lain, Karena Biaya Yang Ditawarkan Lebih Menarik?</p>	14, 15

DAFTAR NODES

Name	Files	References	Created On	Created By	Modified On	Modified By
Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Metode Pembayaran	0	0	26/06/2025 1933	A	26/06/2025 1933	A
Manfaat yang dirasakan	16	24	26/06/2025 2025	A	26/06/2025 2025	A
Kenyamanan	20	27	26/06/2025 2026	A	26/06/2025 2017	A
Kemudahan Penggunaan	16	19	26/06/2025 2026	A	26/06/2025 2017	A
Kecepatan Transaksi	6	6	26/06/2025 2027	A	26/06/2025 2017	A
Keamanan	0	0	26/06/2025 2027	A	02/06/2025 1303	A
Biaya Transaksi	2	2	26/06/2025 2027	A	26/06/2025 1958	A
Metode Pembayaran yang digunakan	0	0	02/06/2025 1221	A	02/06/2025 1256	A
Tunai	12	12	06/06/2025 1340	A	11/06/2025 1534	A
Non Tunai QRIS	8	8	02/06/2025 1221	A	11/06/2025 1531	A
Alasan Menggunakan Metode Pembayaran	0	0	02/06/2025 1224	A	02/06/2025 1255	A
Manfaat yang dirasakan	0	0	02/06/2025 1252	A	26/06/2025 2105	A
Tidak Repot	3	3	02/06/2025 1231	A	07/06/2025 0801	A
Praktis	15	18	02/06/2025 1231	A	11/06/2025 1534	A
Menyenangkan	2	2	02/06/2025 1328	A	11/06/2025 1523	A
Memudahkan	13	14	02/06/2025 1305	A	11/06/2025 1535	A
Efisien	20	21	02/06/2025 1306	A	11/06/2025 1535	A
Biaya yang Dibayarkan Sesuai	2	2	06/06/2025 1325	A	07/06/2025 0809	A
Kenyamanan	0	0	02/06/2025 1253	A	26/06/2025 2106	A
Uang Tersedia	4	4	07/06/2025 0804	A	07/06/2025 0903	A
Tidak Ada Masalah	12	13	02/06/2025 1330	A	11/06/2025 1536	A
Praktis	12	12	06/06/2025 1318	A	11/06/2025 1536	A
Mudah Digunakan	6	8	02/06/2025 1311	A	07/06/2025 0817	A
Masalah Uang Kembali	5	5	07/06/2025 0806	A	07/06/2025 0829	A
Masalah Jaringan	2	2	02/06/2025 1312	A	06/06/2025 1329	A
Harga Sesuai	4	4	06/06/2025 1328	A	11/06/2025 1533	A
Cepat	5	5	07/06/2025 0815	A	11/06/2025 1536	A
Belanja Melebihi Budget	1	1	07/06/2025 0905	A	07/06/2025 0905	A
Kemudahan Penggunaan	0	0	02/06/2025 1253	A	26/06/2025 2105	A
Tidak Butuh Bantuan	19	20	02/06/2025 1309	A	11/06/2025 1535	A
Mudah Digunakan	19	19	02/06/2025 1309	A	11/06/2025 1535	A
Kecepatan Transaksi	0	0	02/06/2025 1253	A	26/06/2025 2104	A
Tidak Ada Kendala	16	16	06/06/2025 1321	A	11/06/2025 1534	A
Masalah Jaringan	3	3	02/06/2025 1314	A	06/06/2025 1337	A
Cepat	20	21	02/06/2025 1313	A	11/06/2025 1536	A
Keamanan	0	0	02/06/2025 1253	A	02/06/2025 1303	A
Tetap Waspada	1	1	06/06/2025 1334	A	06/06/2025 1334	A
Aman	20	38	02/06/2025 1310	A	11/06/2025 1536	A
Biaya Transaksi	0	0	02/06/2025 1254	A	26/06/2025 2103	A
Tidak Berpengaruh	3	5	07/06/2025 0840	A	11/06/2025 1530	A
Biaya Transaksi Mempengaruhi Minat	18	35	02/06/2025 1315	A	11/06/2025 1537	A

Hierarchy Chart Metode Pembayaran Yang Digunakan

Alasan Menggunakan Metode Pembayaran					
Manfaat yang dirasakan <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%; padding: 5px;">Efisien</div> <div style="width: 30%; padding: 5px;">Memudahkan</div> </div>			Kecepatan Transaksi <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 60%; padding: 5px;">Cepat</div> <div style="width: 5%;"></div> </div>		Kemudahan Penggunaan <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 90%; padding: 5px;">Tidak Butuh Bantuan</div> <div style="width: 5%;"></div> </div>
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%; padding: 5px;">Praktis</div> <div style="width: 30%; padding: 5px;">Tidak...</div> <div style="width: 30%; padding: 5px;">Menyen...</div> </div>			<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 60%; padding: 5px;">Tidak Ada Kendala</div> <div style="width: 5%;"></div> </div>		<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 90%; padding: 5px;">Mudah Digunakan</div> <div style="width: 5%;"></div> </div>
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%; padding: 5px;">Biaya ya...</div> <div style="width: 30%;"></div> <div style="width: 30%;"></div> </div>					
Kenyamanan <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 25%; padding: 5px;">Tidak Ada Masalah</div> <div style="width: 25%; padding: 5px;">Mudah Digunakan</div> <div style="width: 25%; padding: 5px;">Uang Te...</div> </div>			Biaya Transaksi <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 60%; padding: 5px;">Biaya Transaksi Mempengaruhi Min...</div> <div style="width: 5%;"></div> </div>		Keamanan <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 90%; padding: 5px;">Aman</div> <div style="width: 5%;"></div> </div>
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 25%; padding: 5px;">Praktis</div> <div style="width: 25%; padding: 5px;">Masalah Uang K...</div> <div style="width: 25%; padding: 5px;">Harga Se...</div> </div>					
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 25%; padding: 5px;">Cepat</div> <div style="width: 25%; padding: 5px;">Ma...</div> <div style="width: 25%;"></div> </div>					

Matrix Coding Query

	A. Adia Putri	B. Aida Wahdunissa	C. Bambang Anugrah Ikhli SP	D. Fahan	E. Fitri Okaviani	F. Julia asi	G. Khairunnisa Fatmiah	H. Lusi Putri Rahma Dini	I. Nadia Asri	J. Nelawati	K. Niko	L. Nilam Asrianti	M. Nopitasari, SPd, M.Pd	N. Novita	O. Nurrah	P. Nurwa azah	Q. Ro	R. Sri Rahm Dewi	S. Syahli Mawan, M.Pd	T. Ulia Diana
1: Metode Pembayaran yang digunakan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2: Tunai	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0
3: Non Tunai QRIS	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1
4: Alasan Menggunakan Metode Pembayaran	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5: Manfaat yang dirasakan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6: Tidak Repot	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
7: Praktis	1	0	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	0
8: Menyenangkan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
9: Memudahkan	1	2	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1
10: Efisien	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11: Biaya yang Dibayarkan Sesuai	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12: Kenyamanan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13: Uang Tersedia	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
14: Tidak Ada Masalah	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	2	1	0	1	0	1	0	1
15: Praktis	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1
16: Mudah Digunakan	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	0	1	0
17: Masalah Uang Kembalian	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
18: Masalah Jaringan	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
19: Harga Sesuai	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
20: Cepat	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0
21: Belanja Melebihi Budget	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22: Kemudahan Penggunaan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23: Tidak Butuh Bantuan	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
24: Mudah Digunakan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
25: Kecepatan Transaksi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26: Tidak Ada Kendala	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
27: Masalah Jaringan	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
28: Cepat	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29: Keamanan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30: Tetap Waspada	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31: Aman	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
32: Biaya Transaksi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
33: Tidak Berpengaruh	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
34: Biaya Transaksi Mempengaruhi Minat	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2

Dokumentasi Wawancara



