

SOSIALISASI SISTEM PEMBAYARAN NONTUNAI PENUMPANG PADA PELAYANAN *BUS RAPID TRANSIT* (Studi Kasus Bus Tayo Kota Tangerang)

Permana Surya Syahputra¹, Alamsyah², Mochammad Mirza³

¹ Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang, Indonesia; 2101030148@students.unis.ac.id

² Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang, Indonesia; alamsyah@unis.ac.id

³ Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang, Indonesia; m_mirza@unis.ac.id

Received: 16/08/2025

Revised: 30/09/2025

Accepted: 15/10/2025

Abstract

The development of digitalization in public transportation is driving a shift from cash to non-cash payment systems. Tangerang City, through the Trans Tangerang Bus Rapid Transit (BRT) or Tayo Bus, managed by PT. Tangerang Nusantara Global (Persero), has implemented a fully cashless payment system using Tap On Bus (TOB) based on the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) and electronic money cards since September 2023. This study aims to analyze the socialization process of the cashless payment system, assess passenger understanding and responses, and identify obstacles that arise in its implementation. The research method used a qualitative descriptive case study approach with a constructivist paradigm. Data were obtained through interviews, observation, and documentation, then analyzed through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results show that PT. TNG has conducted socialization through social media, banners, flyers, applications, and interpersonal communication. Although some passengers with high digital literacy have accepted this system well, obstacles are still encountered among groups of people who are accustomed to using cash, have limited devices, or have low digital literacy. In conclusion, the successful implementation of a cashless payment system depends not only on technological infrastructure, but also on the effectiveness of an inclusive and sustainable communication strategy.

Keywords

Socialization; Non-Cash Payment; Public Transportation; Tayo Bus; Innovation Diffusion

Corresponding Author

Permana Surya Syahputra

Universitas Islam Syekh Yusuf (UNIS) Tangerang, Indonesia; 2101030148@students.unis.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam penyediaan layanan publik. Salah satu sektor yang paling terdampak oleh perkembangan tersebut adalah transportasi publik. Transportasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana mobilitas, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam mendukung pembangunan kota, memperlancar pergerakan barang dan manusia, serta menjadi indikator kualitas pelayanan publik yang



diberikan pemerintah daerah. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan transportasi yang efisien, aman, dan terjangkau, digitalisasi menjadi salah satu strategi utama yang diadopsi oleh pemerintah dan operator transportasi dalam upaya meningkatkan kualitas layanan.

Salah satu bentuk nyata dari digitalisasi dalam transportasi publik adalah penerapan sistem pembayaran nontunai. Konsep ini tidak hanya mendorong terciptanya efisiensi transaksi, tetapi juga menjadi bagian dari program transformasi menuju *cashless society*. Pemerintah Indonesia melalui berbagai kebijakan terus mendorong masyarakat untuk beralih dari sistem pembayaran tunai ke digital, baik melalui kartu uang elektronik maupun Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Transformasi ini sejalan dengan visi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan mengurangi ketergantungan terhadap uang fisik, meningkatkan transparansi, serta menekan risiko penipuan atau penyalahgunaan uang tunai (Mellani & Putri, 2024).

Dalam konteks ini, Bus Rapid Transit (BRT) Trans Tangerang atau yang lebih dikenal dengan sebutan Bus Tayo Kota Tangerang menjadi salah satu moda transportasi publik yang menerapkan sistem pembayaran nontunai. Layanan ini dikelola oleh PT. Tangerang Nusantara Global (TNG) (Persero), sebuah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kota Tangerang yang berdiri sejak 2016 berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2016 (PT. TNG, 2016). Kehadiran Bus Tayo memberikan alternatif transportasi yang lebih aman, nyaman, dan terjangkau bagi masyarakat, dengan fasilitas seperti AC, CCTV, musik, dan tarif Rp. 2.000 per perjalanan (Oktaviani, 2024). Tidak hanya menyediakan layanan transportasi, PT. TNG juga meluncurkan aplikasi *Trans Tangerang Tayo* yang memudahkan masyarakat memperoleh informasi terkait jadwal, rute, lokasi halte, hingga pembelian tiket.

Sejak September 2023, PT. TNG resmi memberlakukan sistem pembayaran nontunai secara penuh pada Bus Tayo melalui mekanisme *Tap On Bus* (TOB). Sistem ini dapat digunakan dengan QRIS maupun kartu uang elektronik dari berbagai bank, seperti Flazz (BCA), e-Money (Mandiri), Brizzi (BRI), dan TapCash (BNI). Kebijakan ini tidak hanya mendukung kemudahan transaksi, tetapi juga merupakan bentuk dukungan terhadap GNNT dan digitalisasi pelayanan public (Irfan & Buchori, 2024). Meskipun demikian, penerapan sistem pembayaran nontunai ini tidak sepenuhnya berjalan mulus. Berbagai kendala masih ditemui, seperti keterbatasan pengetahuan masyarakat, resistensi terhadap teknologi baru, hingga keterbatasan perangkat pendukung, khususnya bagi kelompok masyarakat yang belum memiliki smartphone atau belum memahami penggunaan QRIS.

Permasalahan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi ideal yang diharapkan pemerintah dengan kondisi faktual di lapangan. Idealnya, sistem pembayaran nontunai mampu meningkatkan efisiensi layanan, mempercepat proses transaksi, dan memberikan kenyamanan lebih bagi penumpang. Namun kenyataannya, sebagian masyarakat masih menghadapi hambatan dalam

adopsi teknologi ini, baik karena faktor literasi digital, kebiasaan menggunakan uang tunai, maupun keterbatasan akses teknologi. Dengan demikian, permasalahan utama yang perlu diteliti bukan hanya terkait aspek teknis sistem pembayaran, melainkan juga proses komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan oleh penyelenggara layanan.

Komunikasi memiliki peranan kunci dalam mendorong penerimaan inovasi. Berdasarkan teori Difusi Inovasi Rogers, keberhasilan suatu inovasi ditentukan oleh bagaimana proses informasi disampaikan kepada masyarakat, karakteristik sosial budaya, serta kesiapan teknologi yang dimiliki pengguna. Proses komunikasi yang efektif memungkinkan masyarakat memahami manfaat, cara penggunaan, serta keamanan dari inovasi yang diperkenalkan. Dalam kasus Bus Tayo, meskipun PT. TNG telah melakukan sosialisasi melalui berbagai media seperti media sosial, banner, flyer, hingga komunikasi interpersonal, adopsi sistem pembayaran nontunai tetap belum merata di kalangan penumpang. Kondisi ini mengindikasikan adanya celah dalam strategi sosialisasi yang diterapkan (Hidayah, 2022).

Fenomena ini tidak hanya terjadi di Kota Tangerang. Studi kasus serupa dapat dilihat pada implementasi sistem e-ticketing oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sejak 2013 untuk layanan Kereta Rel Listrik (KRL). Hingga kini, KAI Commuter telah menyediakan berbagai metode pembayaran digital, mulai dari Kartu Multi Trip (KMT), kartu bank elektronik, hingga QR Code. Data terkini menunjukkan mayoritas transaksi dilakukan dengan KMT sebesar 63,60%, diikuti kartu bank 31,88%, dan QR Code 1,54% (Commuter, 2024). Begitu pula dengan TransJakarta yang mulai menerapkan sistem pembayaran nontunai secara penuh pada 2015, setelah sebelumnya melalui tahap bertahap sejak 2013 (Rumadaul, 2023). Keberhasilan implementasi di kedua moda transportasi tersebut dapat dikaitkan dengan strategi sosialisasi yang masif dan berkesinambungan, serta adanya dukungan infrastruktur digital yang memadai (Susilo & Loentan, 2019).

Jika dibandingkan dengan KRL dan TransJakarta, penerapan sistem pembayaran nontunai pada Bus Tayo relatif baru. Hal ini menimbulkan tantangan tersendiri, karena selain keterbatasan infrastruktur, literasi digital masyarakat Tangerang juga beragam. Sebagai kota penyangga Ibu Kota Jakarta, Tangerang menghadapi dinamika sosial ekonomi yang kompleks. Sebagian masyarakat mungkin sudah terbiasa dengan transaksi digital, tetapi sebagian lain masih bergantung pada pembayaran tunai. Kondisi ini memperkuat urgensi penelitian tentang strategi sosialisasi yang dilakukan PT. TNG dalam memperkenalkan sistem pembayaran nontunai.

Di sisi lain, data Bank Indonesia menunjukkan bahwa transaksi uang elektronik di Indonesia terus meningkat dari Rp 38,7 triliun pada 2021 menjadi Rp 177,1 triliun pada 2022, dan melonjak hingga Rp 366,3 triliun pada 2023. Bahkan, pada paruh pertama tahun 2024 saja nilainya telah mencapai Rp 303,0 triliun (Irhamni, 2024). Fakta ini mengindikasikan bahwa tren pembayaran digital di Indonesia

sedang berkembang pesat. Namun peningkatan ini belum sepenuhnya tercermin pada penggunaan transportasi publik skala lokal seperti Bus Tayo. Hal ini menunjukkan perlunya strategi sosialisasi yang lebih tepat sasaran, yang mempertimbangkan segmentasi masyarakat berdasarkan usia, tingkat pendidikan, hingga akses terhadap teknologi.

Berdasarkan tinjauan pustaka, beberapa penelitian sebelumnya menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dalam mendukung keberhasilan transformasi digital. Suminar et al. (2020) menegaskan bahwa pembayaran nontunai tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga menjadi bagian dari inisiatif GNNT untuk menciptakan sistem transportasi publik yang transparan dan efisien. Sementara itu, Prasetyo et al., (2023) mengaitkan tren pembangunan kota modern dengan kemajuan teknologi informasi yang mendorong pengelolaan kota berbasis digital. Dengan demikian, penelitian mengenai sosialisasi sistem pembayaran nontunai pada Bus Tayo tidak hanya relevan dalam konteks transportasi, tetapi juga dalam wacana transformasi digital menuju *smart city*.

Rumusan masalah penelitian ini berfokus pada tiga hal utama: pertama, bagaimana proses sosialisasi sistem pembayaran nontunai dilakukan kepada masyarakat pengguna Bus Tayo; kedua, bagaimana pemahaman dan respon penumpang terhadap informasi yang disampaikan; dan ketiga, hambatan apa saja yang muncul dalam proses sosialisasi tersebut. Penelitian ini menitikberatkan pada aspek komunikasi, bukan aspek teknis sistem pembayaran. Dengan demikian, pendekatan kualitatif studi kasus dipandang tepat untuk menggali secara mendalam strategi komunikasi PT. TNG serta faktor sosial dan teknologi yang memengaruhi penerimaan inovasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis proses sosialisasi sistem pembayaran nontunai pada Bus Tayo, menilai pemahaman serta respon penumpang, dan mengidentifikasi hambatan yang dihadapi. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya penerapan teori Difusi Inovasi Rogers dalam konteks transportasi publik. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT. TNG dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif, serta menjadi referensi bagi pemerintah daerah dan pengelola transportasi publik lainnya dalam mengimplementasikan kebijakan serupa.

Dengan merujuk pada kondisi ideal dan faktual di lapangan, jelas terlihat adanya celah yang perlu dijabatani melalui penelitian ini. Idealnya, sosialisasi mampu menjangkau semua lapisan masyarakat, membangun pemahaman yang menyeluruh, dan meminimalkan resistensi terhadap perubahan. Namun kenyataannya, adopsi inovasi masih belum merata, sehingga strategi komunikasi yang lebih komprehensif dan inklusif menjadi kebutuhan mendesak. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya mengkaji efektivitas sosialisasi, tetapi juga menyoroti peran komunikasi dalam mengubah perilaku masyarakat, dari ketergantungan pada transaksi tunai menuju sistem pembayaran digital yang lebih modern, efisien, dan berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Tangerang, khususnya pada PT. Tangerang Nusantara Global (Perseroda) selaku pengelola Bus Tayo dan masyarakat pengguna Bus Tayo di Kota Tangerang. Penelitian berlangsung pada tahun 2025, meliputi tahapan observasi, pengumpulan data lapangan, analisis, penyusunan hasil penelitian, hingga publikasi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yang menekankan bahwa pengetahuan adalah hasil konstruksi aktif individu berdasarkan pengalaman dan interaksi sosial (Dr. Faustyna, S.Sos., M.M., 2023). Paradigma ini dipandang relevan karena penelitian berfokus pada pemaknaan proses sosialisasi sistem pembayaran nontunai oleh penumpang Bus Tayo serta bagaimana mereka merespons inovasi tersebut.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif studi kasus. Menurut Ismail Suardi Wekke (2019), pendekatan ini memungkinkan peneliti terlibat langsung di lapangan untuk mengamati fenomena secara alamiah. Dengan fokus pada pertanyaan “bagaimana”, penelitian ini bertujuan menggambarkan secara mendalam proses sosialisasi sistem pembayaran nontunai, respon masyarakat, serta hambatan yang terjadi. Metode yang digunakan adalah kualitatif. Creswell menegaskan bahwa penelitian kualitatif mengandalkan pandangan partisipan, dengan data berupa kata-kata, narasi, atau teks, yang kemudian dianalisis menjadi tema-tema (Safrudin et al., 2023). Dalam konteks ini, peneliti menjadi instrumen utama yang melakukan pengamatan, wawancara, dan analisis secara mendalam. Penelitian kualitatif dipilih karena mampu menggali makna dan pemahaman subjek secara komprehensif (Anggraeni & Hermawati, 2021).

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, berupa kata, frasa, dan kalimat yang relevan dengan teori difusi inovasi terkait sosialisasi sistem pembayaran nontunai (Arviyanda et al., 2023). Sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi langsung dan data sekunder yang diperoleh dari literatur, buku, jurnal, berita, artikel, dan dokumen pendukung seperti catatan wawancara, materi sosialisasi (banner, flyer, unggahan media sosial), serta dokumen resmi terkait program PT. TNG (Sugiyono, 2019).

Teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu observasi dilakukan secara langsung di lapangan untuk melihat strategi sosialisasi PT. TNG serta respon penumpang (Ardiansyah et al., 2023). Wawancara mendalam, diterapkan pada manajemen PT. TNG, staf lapangan, dan penumpang untuk memperoleh pemahaman komprehensif (Herdayati, S.Pd. & Syahril, 2019). Dan dokumentasi, berupa analisis dokumen resmi, materi promosi, serta foto kegiatan penelitian (Dr. Naidin Syamsuddin, S.AG. et al., 2023).

Instrumen penelitian utama adalah peneliti itu sendiri sebagai pengumpul dan penganalisis data (Sugiyono, 2018). Untuk mendukung proses tersebut, digunakan instrumen tambahan berupa panduan wawancara dengan daftar pertanyaan terbuka bagi informan kunci dan pendukung, lembar observasi

untuk mencatat strategi sosialisasi dan respon masyarakat, dan dokumentasi berupa materi visual dan teks untuk melengkapi hasil wawancara dan observasi.

Analisis data dilakukan secara interaktif dengan tahapan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Reduksi data dengan merangkum, menyaring, dan mengelompokkan data ke dalam tema-tema utama seperti strategi sosialisasi, respon penumpang, dan hambatan (Rijali, 2019). Lalu, penyajian data yang disajikan dalam bentuk narasi maupun dokumentasi visual untuk memudahkan interpretasi. Dan penarikan Kesimpulan yang dilakukan secara bertahap dengan verifikasi berulang agar sesuai dengan teori difusi inovasi dan menjawab rumusan masalah penelitian (Alfansyur & Mariyani, 2020). Untuk meningkatkan validitas, penelitian ini menggunakan triangulasi metode, triangulasi antar-peneliti, triangulasi sumber, dan triangulasi teori. Triangulasi ini bertujuan memperkuat pemahaman fenomena yang diteliti serta mengurangi bias peneliti (Susanto et al., 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Tangerang Nusantara Global (TNG) telah melakukan berbagai strategi sosialisasi untuk mengenalkan sistem pembayaran nontunai pada Bus Tayo. Strategi tersebut meliputi penyebaran informasi melalui media sosial resmi PT. TNG, pemasangan banner di halte, pembagian flyer, hingga komunikasi langsung oleh petugas lapangan kepada penumpang. Sosialisasi juga dilakukan melalui aplikasi *Trans Tangerang Tayo* yang menyediakan informasi terkait pembayaran nontunai, jadwal keberangkatan, serta lokasi halte. Namun demikian, efektivitas sosialisasi ini masih beragam. Beberapa penumpang mengaku mengetahui informasi dari media sosial atau banner, sementara sebagian lainnya baru memahami sistem pembayaran setelah mendapatkan penjelasan langsung dari petugas. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal masih menjadi jalur utama dalam memperkenalkan inovasi kepada masyarakat.

Sebagian besar penumpang yang memiliki akses digital dan terbiasa dengan penggunaan QRIS atau kartu uang elektronik relatif mudah beradaptasi dengan sistem baru. Mereka menilai bahwa pembayaran nontunai lebih praktis, aman, dan mendukung efisiensi perjalanan. Namun, terdapat juga kelompok penumpang yang mengalami kendala, khususnya mereka yang belum terbiasa menggunakan aplikasi pembayaran digital atau tidak memiliki perangkat *smartphone* yang mendukung. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan literasi digital di kalangan pengguna Bus Tayo. Beberapa penumpang bahkan menyatakan lebih nyaman menggunakan uang tunai, sehingga menimbulkan resistensi terhadap perubahan sistem pembayaran.

Penelitian menemukan beberapa hambatan utama dalam penerapan sistem pembayaran nontunai pada Bus Tayo, yaitu keterbatasan literasi digital masyarakat, terutama pada kelompok usia lanjut, kebiasaan menggunakan uang tunai yang masih melekat pada sebagian besar pengguna

transportasi publik, keterbatasan perangkat dan infrastruktur, misalnya tidak semua penumpang memiliki smartphone dengan aplikasi pembayaran digital, serta terkadang terjadi gangguan teknis pada mesin *Tap On Bus* (TOB). Hambatan ini berdampak pada lambatnya adopsi sistem pembayaran nontunai secara menyeluruh di kalangan masyarakat Kota Tangerang.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa strategi sosialisasi memiliki peranan penting dalam keberhasilan implementasi sistem pembayaran nontunai. Temuan ini sejalan dengan teori Difusi Inovasi Rogers yang menekankan pentingnya komunikasi dalam mempercepat adopsi inovasi. Dalam kasus Bus Tayo, proses sosialisasi melalui media sosial dan banner memang efektif dalam menjangkau sebagian masyarakat, namun komunikasi interpersonal terbukti lebih berpengaruh dalam membangun pemahaman dan mendorong penerimaan pengguna.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu menunjukkan kesamaan pola. Studi pada implementasi e-ticketing KRL dan TransJakarta menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital dalam transportasi publik sangat dipengaruhi oleh konsistensi sosialisasi dan kesiapan infrastruktur (Rumadaul, 2023). Kondisi di Bus Tayo masih menghadapi hambatan karena keterbatasan literasi digital serta kebiasaan masyarakat menggunakan uang tunai, sehingga strategi komunikasi harus lebih inklusif dan disesuaikan dengan karakteristik sosial pengguna.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Suminar et al. (2020) bahwa penerapan sistem pembayaran nontunai dapat mendukung efisiensi layanan transportasi publik dan mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Namun, agar manfaat tersebut dapat dirasakan secara merata, diperlukan upaya edukasi yang berkesinambungan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh bagaimana strategi komunikasi mampu menjembatani kesenjangan antara kondisi ideal dan kondisi faktual di lapangan.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan bagi PT. TNG untuk memperkuat strategi sosialisasi melalui pendekatan langsung kepada penumpang, meningkatkan materi edukasi yang lebih sederhana dan mudah dipahami, serta memperluas akses informasi melalui berbagai saluran media. Pemerintah daerah juga diharapkan mendukung melalui kebijakan literasi digital masyarakat agar adopsi sistem pembayaran nontunai pada transportasi publik dapat berlangsung lebih cepat dan merata di Kota Tangerang.

4. KESIMPULAN

Penelitian mengenai sosialisasi sistem pembayaran nontunai pada layanan Bus Rapid Transit (BRT) Trans Tangerang atau Bus Tayo Kota Tangerang menunjukkan bahwa implementasi inovasi ini sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang diterapkan. PT. Tangerang Nusantara Global (TNG)

telah melaksanakan sosialisasi melalui pendekatan segmentatif yang menggabungkan komunikasi interpersonal dan komunikasi massa, baik melalui media digital, media cetak, maupun edukasi langsung kepada penumpang. Strategi ini sejalan dengan teori difusi inovasi yang menekankan pentingnya pembentukan pengetahuan dan sikap positif masyarakat dalam proses adopsi inovasi.

Pemahaman dan respon masyarakat terhadap sistem pembayaran nontunai bervariasi. Kelompok muda dengan literasi digital yang lebih tinggi menunjukkan penerimaan positif, sedangkan kelompok lanjut usia dan masyarakat yang kurang terpapar teknologi digital masih menghadapi hambatan. Variasi ini menegaskan perlunya strategi sosialisasi yang lebih inklusif dengan menyesuaikan saluran komunikasi pada karakteristik sosial penumpang.

Penelitian ini juga menemukan sejumlah hambatan dalam proses sosialisasi, meliputi kendala teknis (gangguan sistem dan keterbatasan kartu), kendala sosial (kebiasaan penggunaan uang tunai), serta kendala informasional (penyebaran informasi yang belum merata). Meski demikian, PT. TNG berhasil mengatasi sebagian hambatan melalui komunikasi interpersonal, pemanfaatan beragam kanal informasi, dan peran aktif petugas lapangan sebagai agen perubahan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan sosialisasi sistem pembayaran nontunai pada Bus Tayo tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan infrastruktur teknologi, tetapi juga oleh efektivitas strategi komunikasi yang digunakan dalam menjembatani kesenjangan literasi digital masyarakat. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis pada penerapan difusi inovasi dalam konteks transportasi publik, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola layanan transportasi untuk memperkuat sosialisasi, memperluas akses informasi, dan meningkatkan kesiapan infrastruktur dalam mendukung transformasi digital layanan publik di Kota Tangerang.

REFERENSI

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Anggraeni, F. A. S., & Hermawati, T. (2021). Pola Komunikasi Jarak Jauh Orang Tua Dalam Membentuk Motivasi Berprestasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Jurnal Digilib UNS*.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Arviyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). Analisis Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 67. <https://doi.org/10.47256/jhnb.v1i1.338>
- Commuter, K. (2024). KAI Commuter Memberikan Pilihan Kemudahan-kemudahan Dalam Proses Pembayaran Tiket KRL. Commuterline.Id.
- Dr. Faustyna, S.Sos., M.M., M. I. K. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)* (M. S. Assoc. Prof. Dr. Rudianto S.Sos., A. P. D. P. Santoso, & M. Dr. Siti Hajar S.Sos. (eds.)). UMSU PRESS.

- Dr. Naidin Syamsuddin, S.AG., M. P. I., Ganda Agustina Hartati Simbolon, S.ST., M. K., M.Si., S. S. E., Resyi A. Gani, S.Kom., M. P., Halima Bugis, M. P., Mariana Marta Towe, M. P., Dr. Muhammad Guntur, M. P., Siti Maulidah, S.Pd.I, M. P., Dr. Muhammad Taufik, S.S., M. H., Marsela Renasari Presty, S.ST., M. K., & Ns. Angela Dwi Pitri, M. K. (2023). *Dasar-Dasar Metode Penelitian Kualitatif* (M. P. Irajuna Haidar, S.Pd., M. P. Siti Nurjanah, S.Pd., M. K. Santalia Banne Tondok, S.Kep., Ns., & M. E. Sudirman, S.Pd. (eds.); Cetakan Pe). Yayasan Hamijah Diha.
- Herdayati, S.Pd., M. P., & Syahrial, S. T. . (2019). *DESAIN PENELITIAN DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN*. 7.
- Hidayah, N. (2022). Analisis Penerimaan Sistem Pembayaran Non-Tunai pada Transportasi Umum di Kota Makassar. *Jurnal Transportasi*, 21.
- Irfan, A., & Buchori, A. (2024). *Bus Tayo Kota Tangerang tidak terima pembayaran tunai mulai September*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/4345739/bus-tayo-kota-tangerang-tidak-terima-pembayaran-tunai-mulai-september>
- Irhamni, M. A. F. (2024). *Nilai Transaksi Uang Elektronik Indonesia Capai Rp303 Triliun di 2024*. Good Stats. <https://data.goodstats.id/statistic/nilai-transaksi-transfer-uang-elektronik-indonesia-capai-rp303-triliun-di-2024-ghdmG>
- Ismail Suardi Wekke, D. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Gawe Buku.
- Mellani, A., & Putri, N. E. (2024). *SISTEM PEMBAYARAN NONTUNAI BERBASIS DIGITAL DI*. 2(1), 32–44.
- Oktaviani, T. (2024). *Rute Bus Tayo Tangerang, Jam Operasional dan Tarifnya*. Kompas.Com.
- Prasetyo, E., Badar, R., & Nuzullani, I. (2023). Analisis Kualitas Pengelolaan Bus Tayo Dalam Mewujudkan Kota Tangerang Sebagai Smart City. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 11(1), 14–28. <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v11i1.142>
- PT. TNG. (2016). *SEJARAH PT TANGERANG NUSANTARA GLOBAL*. Website PT. TNG.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rumadaul, M. T. (2023). *Menengok Lagi Perjalanan TransJakarta Mulai 2004, Lika-liku dan Tarif Awal Tiketnya?* Tempo.Co.
- Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1–15.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suminar, L., Hariani, D., & Nurcahyanto, H. (2020). Analisis Proses Inovasi Pembayaran Non Tunai Di Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang (Studi Kasus Dinas Perhubungan Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 49–58.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61.
- Susilo, B. H., & Loentan, A. (2019). Kajian Operasional Bus Rapid Transit Trans-Jakarta dan Transmilenio Bogota. *Jurnal Teknik Sipil*, 4(1), 87–104. <https://doi.org/10.28932/jts.v4i1.1299>