

PENGARUH TRANSAKSI DIGITAL PADA PENJUALAN KOPI ABIQU KOTA PALEMBANG

Ardela Dwiputri¹, Tedy Setiawan Saputra², Aidina Syafaroh Ramadini³
^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Aprin Palembang
Jalan Baladewa, Jalan Padang Selasa, Bukit Lama Kota Palembang
e-mail: Ardeladwiputri24@gmail.com, tdyfaith@gmail.com,
aidinasyafaroh.ramadini@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh penerapan transaksi digital pada penjualan kopi serta mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas transaksi digital tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (Field Research) yaitu suatu penelitian yang mengumpulkan datanya dilakukan dilapangan. Penelitian ini dilakukan di Kopi Abiqu Kota Palembang. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara langsung kepada karyawan dan manajemen Kopi Abiqu dengan menggunakan kuesioner terbuka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi digital tidak berpengaruh dalam penjualan Kopi Abiqu. Meskipun menggunakan transaksi digital memiliki keuntungan seperti: 1) Kemudahan dalam Pembayaran, 2) Keamanan Transaksi.

Kata kunci: : *Transaksi Digital, Penjualan Kopi, E-commerce, Teknologi, Perilaku Konsumen*

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of the application of digital transactions on coffee sales and evaluate the factors that affect the effectiveness of digital transactions. The type of research used is field research (Field Research), which is a study that collects data in the field. This research was conducted at Abiqu Coffee Palembang City. In this study, the authors used qualitative methods. The research data was collected through direct interviews with Abiqu Coffee employees and management using an open-ended questionnaire. The results showed that digital transactions had no effect on the sales of Abiqu Coffee. Although using digital transactions has advantages such as: 1) Ease of Payment, 2) Transaction Security.

Keywords: *Digital Transactions, Coffee Sales, E-commerce, Technology, Consumer Behaviour*

1. PENDAHULUAN

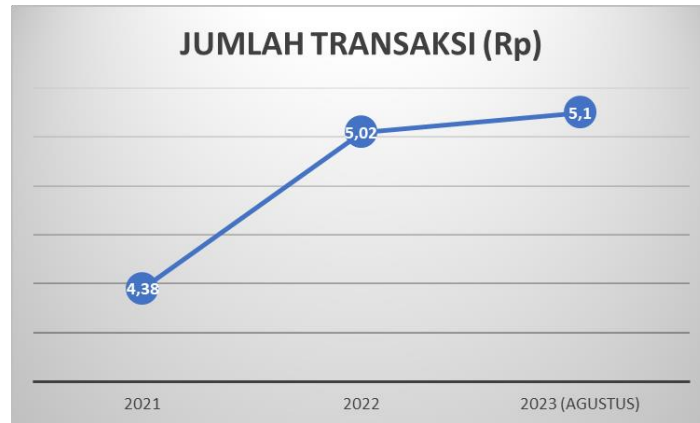
Era teknologi digital seperti saat ini, telah memberikan dampak pada seluruh aspek kehidupan, salah satunya cara manusia bertransaksi. Transaksi digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan bisnis modern. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan transaksi digital telah meningkat secara signifikan, terutama dengan adanya kemajuan teknologi dan peningkatan keterampilan masyarakat dalam menggunakan teknologi. (Simbolon and Waty 2024).

Bank Indonesia mencatat jumlah konsumen baru pengguna transaksi digital melesit hingga 21 juta selama pandemi covid 19 hingga 2022. Digitalisasi sistem pembayaran dinilai dapat menjadi kunci untuk mendorong pemulihan ekonomi nasional (Rohmawati et al. 2023). Cepatnya perkembangan teknologi informasi terutama di masa pandemi menyebabkan peningkatan yang signifikan pada transaksi digital yang dilakukan oleh masyarakat. Di era ekonomi digital, konsep-konsep sebagai "*e-business*", "*e-commerce*", "*e-marketing*", "*e-service*" telah muncul dan dengan mudah ditangkap (Era Purike et al. 2022).

Menurut (Nasution et al. 2021) Transaksi Digital adalah aktivitas tingkah laku yang dilakukan dengan menggunakan alat bantu berupa komputer baik menggunakan jaringan komputer sebagai alat komunikasi dengan bantuan media elektronik lainnya untuk mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari. Transaksi digital adalah jenis pembayaran yang dilakukan secara virtual menggunakan perangkat elektronik seperti aplikasi, website, atau jaringan internet. Dalam transaksi digital, pengguna tidak perlu membawa uang tunai dan dapat melakukan transaksi dari mana saja dan kapan saja, sehingga memudahkan pengelolaan keuangan pribadi dan meningkatkan kecepatan transaksi (Nurohman, Qurniawati, and Azhar 2022). (Era Purike et al. 2022) menyebutkan bahwa *Digital Payment* atau disebut sebagai pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti sms banking, internet banking, mobile banking dan dompet elektronik (Terttiaavini et al. 2023). Digital payment adalah pembayaran dengan mekanisme pemindahbukuan dari rekening pengeluaran secara elektronik dengan kartu debit atau pendebitan Kartu Kredit Pemerintah (KKP) ke Rekening Penyedia Barang/jasa, dalam rangka penggunaan uang persediaan melalui sistem marketplace (Mubarak, Akhmadi, and Wati 2022).

TAHUN	JUMLAH TRANSAKSI (Rp)	PERTUMUBUHAN (%)
2021	4.38 Kuadriliun	
2022	5.02 Kuadriliun	14.61%
2023	5.1 Kuadriliun (per Agustus 2023)	1.59%

Tabel 1. Persentase Penggunaan Transaksi Digital di Indonesia
Sumber: Bank Indonesia, 2021- 2023



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Transaksi Digital di Indonesia
Sumber: Bank Indonesia, 2021- 2023

Menurut Rahman (2022) Peningkatan transaksi digital ini tidak lepas dari peran Bank Indonesia yang terus mendorong ekonomi dan keuangan digital lebih inklusif dan efisien melalui kebijakan sistem pembayaran non tunai (Nurohman et al. 2022).

Kopi Abiqu adalah kedai kopi yang terletak di Jalan Padang Selasa Nomor 99A Kelurahan Bukit Besar Kota Palembang, Kopi Abiqu berdiri sejak tahun 2019, Kopi Abiqu termasuk salah satu kedai kopi yang menggunakan transaksi uang digital sejak tahun 2020 pada saat Pandemi Covid-19 sampai pada saat ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh transaksi digital pada penjualan kopi Abiqu serta mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas transaksi digital tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, data penelitian dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner terbuka terhadap manajemen dan karyawan Kopi Abiqu.

2. KAJIAN TEORI

Digital payment atau disebut sebagai pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti sms banking, internet banking, mobile banking dan dompet elektronik (Terttiaavini et al. 2023). Seluruh kegiatan tersebut dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu ponsel pintar (Unique 2019). Digital payment didefinisikan sebagai pembayaran yang dilakukan secara elektronik, dimana uang disimpan, di proses, dan diterima dalam bentuk informasi digital. Perkembangan digital payment dimulai pada tahun 1887 dan telah berkembang pesat sejak munculnya internet pada tahun 1969 (Tarantang et al. 2019). Menurut Danuari (2019) Di Indonesia, digital payment system yang sering digunakan oleh masyarakat terdiri dari Flip, OVO, Go-pay, DANA, Sakuku, Link Aja, Shopee pay, dan lain sebagainya. Adanya aplikasi pembayaran digital membuat transaksi lebih cepat dilakukan dan mampu memberikan kepuasan kepada masyarakat (Nurohman et al. 2022).

Beberapa faktor yang mendukung keberhasilan transaksi digital dalam meningkatkan penjualan meliputi kemudahan penggunaan aplikasi pembayaran, promosi yang menarik, serta kepercayaan konsumen terhadap teknologi digital. Faktor-faktor tersebut meliputi faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital payment menjadi cara pembayaran yang populer karena kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan (Nisak and Indarayani 2021). Dalam penelitian (Tarantang et al. 2019) Era revolusi industri 4.0 ini menunjukkan semakin meningkatnya teknologi

yang berpengaruh terhadap sistem pembayaran dengan beragam aplikasi yang digunakan masyarakat sebagai sarana pembayaran non-tunai. Aplikasi pembayaran digital yang sekarang sedang marak di masyarakat antara lain OVO, GO-PAY, dan DANA.

Aplikasi Pembayaran dapat didefinisikan sebagai sistem pembayaran non tunai yang menggunakan teknologi mobile untuk melakukan transaksi (Ii 2022). Beberapa aplikasi pembayaran yang sering digunakan: 1) E-Wallet, 2) Mobile Banking, 3) E-Money.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (Field Research) yaitu suatu penelitian yang mengumpulkan datanya dilakukan dilapangan. Penelitian ini dilakukan di Kopi Abiqu Kota Palembang. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah instrumen kunci. Studi lapangan yang dilakukan adalah wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner terbuka kepada narasumber Kopi Abiqu. Wawancara di lakukan dalam retan waktu bulan Maret – Mei tahun 2024 dengan narasumber manajemen dan pegawai Kopi Abiqu.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi digital tidak memiliki pengaruh terhadap peningkatan penjualan kopi Abiqu. Hal itu dapat dilihat dari tingkat penjualan Kopi Abiqu Per Maret- Mei 2024 dibawah ini :

TRANSAKSI	MARET	PERSEN	APRIL	PERSEN	MEI	PERSEN
CASH	11.359.250	77,49%	9.644.453	76,13%	8.041.750	78,59%
DIGITAL	3.300.000	22,51%	3.024.547	23,87%	2.190.250	21,41%
JUMLAH	14.659.250		12.669.000	-13,57%	10.232.000	-19,23

Tabel 2. Omzet Penjualan Kopi Abiqu Periode Maret – Mei 2024

Sumber: Kopi Abiqu

Tabel dan grafik penjualan kopi Abiqu diatas menunjukkan bahwa penggunaan transaksi digital tidak berpengaruh terhadap Tingkat penjualan kopi Abiqu. Hal ini ditunjukkan dengan penurunan omzet penjualan dari bulan Maret hingga Mei 2024 diatas 10%.

Penggunaan transaksi digital di Kopi Abiqu tidak memberikan dampak yang besar bagi penjualan kopi Abiqu, secara keseluruhan terjadi penurunan omzet diatas 10%. Meskipun transaksi digital mengalami ketidak stabilan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa factor, seperti kurangnya promosi dan sosialisasi fihak kopi Abiqu terhadap pelanggan lama dan baru akan penggunaan transaksi digital di Kopi Abiqu, serta kurangnya animo pelanggan menggunakan transaksi digital di kopi Abiqu.

Hasil penelitian ini tidak selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Nurohman et al. 2022), yang menyatakan bahwa transaksi digital dapat meningkatkan jumlah transaksi.

4. KESIMPULAN

Penggunaan transaksi digital di Kopi Abiqu tidak memberikan dampak yang besar bagi penjualan kopi Abiqu, secara keseluruhan terjadi penurunan omzet diatas 10%. Meskipun transaksi digital mengalami ketidak stabilan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya promosi dan sosialisasi pihak kopi Abiqu terhadap pelanggan lama dan baru akan penggunaan transaksi digital Kopi Abiqu, serta kurangnya animo pelanggan menggunakan transaksi digital di kopi Abiqu.

Hasil penelitian ini tidak selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Nurohman et al. 2022), yang menyatakan bahwa transaksi digital dapat meningkatkan jumlah transaksi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transaksi digital tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan kopi Abiqu. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya promosi dan sosialisasi pihak kopi Abiqu terhadap pelanggan lama dan baru akan penggunaan transaksi digital di Kopi Abiqu, serta kurangnya animo pelanggan menggunakan transaksi digital di kopi Abiqu.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiduri, Ahmad Rafli. 2023. "BI Sumsel Catat Transaksi Non Tunai Pada PQN 2023 Capai Rp1,07 Miliar." *ANTARA*.
- Era Purike, Imas Wiwin Kurniasih, Fransiska Wuri Wulandari, and Ayulia Nirwani. 2022. "TRANSAKSI DIGITAL DAN PERKEMBANGAN E-TOURISM DI INDONESIA." *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata* 1(2):12–19. doi: 10.56910/nawasena.v1i2.157.
- Ii, B. A. B. 2022. "S_EIS_181410107_Bab II." 2(2):24–65.
- JATI, RHAMA PURNA. 2021. "Penyebaran Ekonomi Digital Di Sumsel Belum Merata."
- Mubarak, Dzakisyah Alyus, Muhammad Heru Akhmadi, and Erlita Nurma Wati. 2022. "Implementasi Sistem Aplikasi Pembayaran Digital Payment Dalam Pelaksanaan Pembayaran Berbasis Cashless Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Manajemen Keuangan Publik* 6(2):115–22. doi: 10.31092/jmkp.v6i2.1699.
- Nasution, Ade Parlaungan, Ibnu Rasyid Munthe, Bhakti Helvi Rambe, Fakultas Ekonomi, Universitas Labuhanbatu, Fakultas Sains, and Universitas Labuhanbatu. 2021. "September 2021 , Transaksi Uang Dan Dompot Digital Pada Saat Masa Pandemi Virus Corona (Covid-19). Transaksi Uang Dan Dompot Digital Pada Saat Masa Pandemi Virus Corona (Covid-19) Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi , ISSN : 2087-0868 , Volume 1." 12(September):1–6.
- Nisak, H., and L. Indarayani. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Digital Payment Di Singaraja." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3(1):37–46.
- Nurohman, Yulfan Arif, Rina Sari Qurniawati, and Fahri Ali Azhar. 2022. "Pembayaran Digital Sebagai Solusi Transaksi Di Masa Pandemi Covid 19: Studi Masyarakat Muslim Solo Raya." *Among Makarti* 15(2):260–75. doi: 10.52353/ama.v15i2.333.
- Rohmawati, Afifah, Universitas Bhayangkara, Jakarta Raya, Cris Kuntadi, Rachmat Pramukty, Jl Raya Perjuangan, Bekasi Utara, Kota Bekasi, and Jawa Barat. 2023. "Pengaruh E-Wallet, Mobile Banking, Dan E-Money Terhadap Transaksi Bisnis Digital Pasca Covid-19." *Bisnis Dan Akuntansi* 2(3):206–19.

- Rosana, Dolly. 2024. "Pengguna Baru QRIS Di Sumsel Melejit Hingga 530.000 Orang." *ANTARA*.
- Simbolon, Lois Van Jointa, and Lenita Waty. 2024. "Pengaruh Digital Marketing Dan Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Terhadap Minat Beli Pelanggan Restoran Cepat Saji D'besto Di Parongpong Bandung Barat." *Innovative : Journal Of Social Science Research* 4:5390–5403.
- Tarantang, Jefry, Annisa Awwaliyah, Maulidia Astuti, and Meidinah Munawaroh. 2019. "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia." *Jurnal Al-Qardh* 4(1):60–75. doi: 10.23971/jaq.v4i1.1442.
- Terttiaavini, Tedy Setiawan Saputra, Saputra2 Agustian Heryati, Evi Endang Sri Lestari, and Purnamasari. 2023. "Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Omset Penjualan Kain Tenun Songket Desa Burai." *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(1):543–51. doi: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2515>.
- Unique, Aflii. 2019. "DIGITAL PAYMENT." (0):1–23.