

## **ANALISIS RESPON PEDAGANG KEKO KOPI DALAM TRANSAKSI PEMBELIAN DAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK**

**Nova Eliza, Zikriatul Ulya, Nasruddin**  
Institut Agama Islam Negeri Langsa  
[zikriatululya@iainlangsa.ac.id](mailto:zikriatululya@iainlangsa.ac.id)

### ***Abstract***

*This research aims to analyze the response of coffee shop traders to the use of Electronic Money (E-Money) in buying and selling transactions and identify the obstacles faced by coffee shop entrepreneurs in implementing a payment system using e-money. The method used is a qualitative method by gathering information with informants through direct observation and interviews. The research location was carried out at five leading coffee shops in Langsa City, namely SAMS Coffee, Kopi Sui, Kopi Kay, Sedotan Kopi, and Skala Coffee. The research results show that coffee shop traders have realized the importance of implementing a payment system using E-Money in coffee shops because it makes it easier for consumers to make payments without carrying cash. However, there are several obstacles faced by traders, namely electricity instability, unreliable internet network, and system maintenance problems. This situation means that E-Money cannot be used by both traders and customers when there is a power failure, poor internet network problem, or when the system needs maintenance. A reliable solution is needed to overcome these obstacles in order to increase the adoption and efficiency of using E-Money in buying and selling transactions in the coffee shop trading environment.*

**Keywords:** *Coffee Shop, Merchants, E-Money*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respon pedagang coffee shop terhadap penggunaan Electronic Money (E-Money) dalam transaksi jual beli serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi oleh pengusaha coffee shop dalam menggunakan penerapan sistem pembayaran menggunakan e-money. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggali informasi dengan informan melalui observasi dan wawancara langsung. Lokasi penelitian dilakukan di lima Coffee Shop terkemuka di Kota Langsa, yaitu SAMS Coffee, Kopi Sui, Kopi Kay, Sedotan Kopi, dan Skala Coffee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang coffee shop telah menyadari pentingnya menerapkan sistem pembayaran menggunakan E-Money di coffee shop karena lebih memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran tanpa membawa uang cash. Namun ada beberapa kendala yang dihadapi pedagang yakni ketidakstabilan listrik, jaringan internet yang tidak dapat diandalkan, dan masalah perawatan sistem. Keadaan ini menyebabkan E-Money tidak dapat digunakan baik oleh pedagang maupun pelanggan saat terjadi gangguan listrik, masalah jaringan internet yang buruk, atau saat sistem perlu pemeliharaan. Diperlukan solusi yang dapat diandalkan untuk mengatasi kendala tersebut guna meningkatkan adopsi dan efisiensi penggunaan E-Money dalam transaksi jual beli di lingkungan pedagang coffee shop.

**Kata kunci:** *Pedagang, Kedai Kopi, e-money*

## Pendahuluan

Pedagang coffee shop memberikan fasilitas pembayaran untuk memudahkan konsumen dengan menggunakan teknologi berupa *electronic money (E-money)*. e-money merupakan suatu alat yang digunakan sebagai alat tukar yang untuk memperlancar transaksi pertukaran dan jual-beli tersebut semakin dirasakan perlunya benda tertentu yang dapat digunakan secara praktis sebagai pengganti uang. (Aksami & Jember, 2019) Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan oleh masyarakat sebagai suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik yang disebut dengan alat pembayaran elektronik. (Wajong & Putri, 2017)

Dengan adanya perkembangan teknologi yang serba canggih dan dituntut akan kecepatan serta efisiensi waktu, seperti dalam halnya kegiatan ekonomi yang memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi yang membantu untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli *online*, *transfer mobile*, atau juga pembayaran untuk pembelian dan tagihan melalui kartu kredit atau kartu debit yang dikeluarkan oleh bank. *E-Money* terdiri dari BRIZZI, *E-Money* Mandiri, Indomaret *card*, *E-Toll*, *True Money*, *Flazz*, *Tap Cash*, Dompetku, dan masih banyak lagi termasuk yang dikeluarkan oleh non bank. (Zubaidi & Suhartono, 2020) *E-Money* sudah di atur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*), yang mana peraturan tersebut menjelaskan tentang uang elektronik. (Basana *et al.*, 2024).

Saat ini terdapat dua bentuk *E-Money* yang beredar di masyarakat yaitu uang elektronik yang menggunakan media chip dan juga uang elektronik yang menggunakan media server. Dalam Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 dijelaskan bahwa ada dua jenis uang elektronik, yaitu uang elektronik *registered* dan uang elektronik *unregistered*. Uang elektronik yang menggunakan *chip* termasuk kedalam jenis uang elektronik yang tidak teregistrasi, karena memungkinkan yang memegang kartu dapat menggunakannya. Nominal uang yang disimpan dalam kartu dibatasi hanya dengan jumlah nominal sebesar Rp1.000.000 (satu juta rupiah). Uang elektronik jenis ini cocok digunakan untuk keperluan harian/ritel, dikarenakan transaksinya yang berjalan cepat dan mudah. (Shimokihara *et al.*, 2024)

Perkembangan *E-Money* sangat pesat, namun dalam implementasinya minat masyarakat untuk menggunakan *E-Money* masih tergolong rendah. Bank Indonesia mengakui bahwa masyarakat di Indonesia telah terbiasa memakai uang kertas, sehingga sulit untuk berpindah kesistem uang digital. Oleh karenanya, kesadaran dari masyarakat haruslah ditingkatkan agar penggunaan *E-Money* dapat terus dikembangkan atau pihak bank sendiri harus melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar bisa menggunakan *e-money* sebagai alat transaksi pembayaran.(Mothobi & Kebotsamang, 2024)

*Coffee shop* adalah usaha yang banyak diminati oleh golongan anak muda zaman sekarang, anak muda sekarang berbisnis juga sering menghabiskan waktunya di *coffee shop modern* untuk menyusun atau membahas rencana bisnis atau bertemu dengan rekan kerjanya. Di berbagai sudut kota di Kota Langsa banyak bermunculan *coffee shop* yang membuat persaingan semakin ketat. Keberadaan *coffee shop* di Kota Langsa semakin marak. Hampir tidak ada kecamatan maupun desa di Kota Langsa yang tidak ada tempat ngopi.(Salmiah et al., 2024). Terdapat beberapa *coffee shop* di Kota Langsa yang sangat populer dan memiliki banyak pengunjung yang dominannya adalah generasi milenial, seperti:

**Tabel 1. 1**

***Coffee Shop* Kota Langsa**

No	Nama <i>Coffee Shop</i>	Alamat <i>Coffee Shop</i>
1	Skala Coffe House	Jl. Teuku Chik Ditunong No. 23, Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh 24375
2	Kopikay Langsa	Jl. Lilawangsa No. 80, Paya Bujok Tunong, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa, Aceh 24415
3	Sedotan Kopi	Jl. Teuku Umar No. 15. Gampong Paya Bunuk, Paya Bujok Blang Pase, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh 24414

4	Sams Coffee & Roastery	Paya Bujok Tunong, Kec. Langsa Baro, Kota Langsa, Aceh 24354
5	Kopi Sui	Jl. Syiah Kuala, Gampong Daulat, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh 24375

Sumber: Data Diolah (2023)

Dari Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Kelima *coffee shop* merupakan usaha tempat nongkrong yang paling banyak diminati oleh generasi milenial dan juga generasi Z. Ramainya pengunjung yang datang ke *coffee shop* karena memiliki desain yang eksotik serta kualitas produk atau makanan yang lengkap dan juga kecepatan layanan serta memiliki fasilitas seperti wifi, AC dan lainnya. Sehingga, menjadikan pengunjung sangat nyaman dan santai ketika datang ke *coffee shop*. Selain desainnya yang menarik perhatian pelanggan, brandolan harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh kelima *coffee shop* ini juga cukup ramah di kantong. Kapan lagi bisa nongkrong dengan keluarga atau teman di tempat yang nyaman dan tawaran produknya yang tidak menjadikan kantong bolong kalau bukan di *coffee shop* ini.

Skala *Coffe House* menjadi *coffee shop* yang paling sering peneliti kunjungi yang beralamat di Jl. Teuku Chik Ditunong No. 23, Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh 24375. Biasanya peneliti mengunjungi Skala *Coffe House* bersama dengan teman-teman untuk nongkrong sambil menyelesaikan tugas kuliah. Selain minuman, terdapat juga makanan yang disediakan disana. Kemudian, selain dari tempatnya yang nyaman untuk berdiskusi, jaringan *Wi-Fi* yang disediakan juga lancar, itulah sebab peneliti sering berkunjung kemari. Konsumen ketika ingin membayar produk yang mereka tawarkan secara *cash*, jumlah uang yang dibawa ternyata kurang. Ketika menggunakan *E-Money*, Sinyal tidak stabil jika ingin melakukan transaksi dan ini menjadi penghambat dalam melakukan pembayaran. Karena *e-money* berbasis internet, maka ketika melakukan sebuah transaksi sinyal ponsel anda harus stabil. Kegagalan transaksi terkadang menimbulkan masalah baru apalagi pada saat mati lampu. Akan tetapi, Kemudahan melakukan transaksi menggunakan *handphone* ini memanjakan para pengguna untuk bisa melakukan transaksi di mana pun dan kapan pun. Jadi, para pengguna *e-money* bisa dengan mudah mengeluarkan uang tanpa harus bertransaksi melalui ATM. *e-money* juga salah satu elektronik yang kurang aman. Dari segi keamanan *e-money* hadir tanpa

dilengkapi dengan fitur keamanan. Jadi apabila kita kehilangan handphone, maka isi saldo tidak akan bisa dibekukan dan bisa dengan mudah digunakan orang lain. Dan tidak semua coffee shop bisa bertransaksi menggunakan e-money.

Penggunaan uang elektronik kadang-kadang bisa menyebalkan. Saat membayar misalnya, proses transaksi dengan uang elektronik justru lebih lama dibandingkan membayar tunai sebab belum semua coffee shop siap dengan pembayaran elektronik. Dan juga e-money ini apabila kita tidak mengingat password atau pin maka kita tidak dapat melakukan pembayaran. Penerapan sistem pembayaran digital ini dilakukan untuk meminimalisir uang kembalian pelanggan. Namun, masih banyak pelanggan yang sedikit menggunakan sistem pembayaran E-Money di coffee shop ini. Hal ini dikarenakan masih minimnya pengetahuan pelanggan terkait kemudahan sistem pembayaran pada saat ini. Padahal, penggunaan E-Money pada pelanggan dalam transaksi jual beli sangat diharapkan oleh coffee shop.

*E-Money* telah memberikan edukasi yang baik kepada pedagang *coffee shop* tentang manfaat menggunakan uang digital, maka tidak menutup kemungkinan pula dalam beberapa tahun kedepan *E-Money* dengan banyak kemudahan dan manfaat yang dimilikinya akan menjadi prioritas bagi pedagang melakukan transaksi jual beli. Namun yang harus diingat, pada dasarnya *E-Money* tidak bertujuan untuk mengganti fungsi uang tunai secara total.

## **Kajian Teori**

### **Pengertian Respon**

Respon berasal dari kata response yang berarti jawaban, balasan, atau tanggapan (*reaction*). Dalam kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa respon adalah tanggapan, reaksi dan jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi. (Depdiknas, 2014) Sedangkan menurut kamus lengkap Psikologi disebutkan bahwa respon adalah sebarang proses otot atau kelenjar yang dimunculkan oleh suatu perangsang, atau berarti satu jawaban, khususnya satu jawaban bagi pertanyaan tes atau satu kuesioner, atau bisa juga berarti sebarang

tingkah laku, baik yang jelas kelihatan atau yang lahiriah maupun yang tersembunyi atau tersamar. (Chaplin, 2016)

Menurut Ahmadi menyebut kata respon dengan kata *response* yaitu perilaku yang merupakan konsekuensi dari perilaku sebelumnya. Ia mendefinisikan respon seperti dalam kutipan berikut ini: “interaksi dengan perorangan atau kelompok masyarakat, terlihat dari adanya aksi dan reaksi serta mengandung rangsang dan respons.(Ahmadi, 2014) Menurut Khusniati Rofiah dalam bukunya Dakwah Jamaah Tabligh menyebutkan bahwa respon adalah istilah yang digunakan oleh psikologi untuk menamakan reaksi terhadap rangsang yang diterima oleh panca indera. Respon biasanya diwujudkan dalam bentuk perilaku yang dimunculkan setelah dilakukan perangsangan.(Rofiah, 2015)

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan respon adalah reaksi, jawaban, atau tanggapan yang bersifat terbuka dan cenderung datang lebih cepat dan langsung terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi. Respon itu terbentuk dari proses rangsang atau pemberian sebab akibat dari proses rangsang tersebut.

### **Faktor Terbentuknya Respon**

Respon yang dilakukan oleh seseorang dapat terjadi jika terpenuhi faktor penyebabnya. Hal ini perlu diketahui agar individu yang bersangkutan dapat menanggapi dengan baik. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi respon terbagi menjadi dua, yaitu:(Walgito, 2016)

1. Faktor Internal: yaitu faktor yang ada dalam diri individu manusia itu sendiri. Seseorang yang mengadakan respon terhadap stimulus dipengaruhi oleh unsur rohani dan jasmani. Apabila terganggu salah satu unsur saja, maka akan menghasilkan respon yang berbeda antara satu orang dengan orang lain.
2. Faktor eksternal: yaitu faktor yang ada pada lingkungan. Faktor ini intensitas dan jenis benda perangsang atau orang menyebutnya dengan faktor stimulus.

Rahmat (2015) menyebutkan bahwa yang mempengaruhi respon atau tanggapan seseorang terhadap objek adalah perbedaan individual yang memandang bahwa sikap dan organisasi personal dan psikologi individu akan menentukan bagaimana individu memiliki stimuli dari lingkungan. Selain itu, Melvin juga mengasumsikan bahwa pesan-pesan media berisi stimuli tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda dengan karakteristik personal setiap individu.

Karakteristik personal ini meliputi suku, bangsa, agama, pekerjaan, umur, pendapatan, pendidikan serta lingkungan tempat tinggal yang akan mempengaruhi perilaku mereka dalam merespon suatu objek tertentu. (Rakhmat, 2015). Menurut Walgito (2016), Respon atau tanggapan merupakan salah satu faktor kejiwaan yang perlu mendapat perhatian. Memahami dan mendalami respon merupakan tugas berat karena respon setiap orang berbeda-beda.

Dari pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa respon tidak langsung terbentuk melainkan ada factor yang menjadi penyebab terbentuknya respon. Setiap individu akan menghasilkan respon yang berbeda-beda sesuai hasil pengamatannya. Factor yang mempengaruhi terbentuknya respon ada dua, yaitu internal dan eksternal.

### **Macam-macam Respon**

Menurut Rakhmat (2015) macam-macam respon terbagi menjadi 3 bagian yaitu:

1. Respon kognitif, yaitu respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan keterampilan, dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap perubahan yang dialami khalayak.
2. Respon afektif, yang dimaksud dengan respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan yang disenangi khalayak terhadap sesuatu.
3. Respon psikomotorik, yaitu respon yang berhubungan dengan perilaku yang meliputi tindakan atau kebiasaan.

Sedangkan Ahmadi (2014) Adapun perilaku menurut Agus Sujanto, ada bermacam-macam tanggapan yaitu:

1. Tanggapan menurut indera yang mengamati.
2. Tanggapan menurut kejadian.
3. Tanggapan menurut lingkungan.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa respon merupakan kegiatan komunikasi yang akan menghasilkan efek. Efek tersebut yang nantinya akan menjadi respon. Respon memiliki tiga macam, kognitif, efektif, dan psikomotorik.

## ***E-Money***

*E-Money* merupakan suatu system transaksi dalam dunia perbankan yang cara kerjanya memanfaatkan teknologi untuk memudahkan kegiatan jual beli agar lebih efisien, singkat, dan tepat. *E-Money* ini sama halnya dengan kartu kredit dan debit, namun dalam penggunaannya, *E-Money* tidak membutuhkan rekening dalam kegiatan transaksi. Yang dibutuhkan konsumen ialah kartu elektronik yang dapat dibeli untuk kemudian mengisi saldo *E-Money* (*top-up*) dan *E-Money* sudah bisa untuk digunakan sesuai kegunaannya.(Chamboko, 2024)

BIS (*bank for international settlement*) mendefinisikan *E-Money* dalam salah satu publikasinya pada bulan oktober 1996, yaitu produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nominal uang disimpan di dalam suatu media elektronik yang dimiliki oleh seseorang. Nilai uang akan berkurang ketika dipakai untuk melakukan berbagai jenis transaksi pembayaran.(Khan & Ahmad, 2024)

## **Jual Beli**

Jual beli secara bahasa berasal dari dua kata yaitu jual dan beli. Kata jual untuk menunjukkan pada adanya kegiatan menjual. Sedangkan kata beli untuk menunjukkan adanya kegiatan pembeli. Dapat disimpulkan bahwa kata jual beli untuk menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu pihak penjual dan pembeli. Maka dari sinilah terjadinya rukun jual beli.(Ter Braak & van der Schans, 2024)

Jual beli pada istilah fikih disebut sebagai *al-bai'* yang memiliki arti menjual, menukar dan mengganti dengan sesuatu barang yang lain. Lafal dari kata *al-bai'* dalam bahasa arab kadang-kadang juga digunakan untuk pengertian dari lawannya sendiri, seperti kata *as-syira'* (beli). Maka kata *al-bai'* memiliki arti jual, akan tetapi juga dapat diartikan sekaligus dengan beli.(Hussin et al., 2021)

Dasar hukum jual beli yang pertama terdapat dalam Alquran surat Al-Baqarah ayat 282, Allah berfirman:

... وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ...

Artinya: "... Dan Persaksikanlah apabila kamu berjual beli..."

Allah juga berfirman dalam Alquran Surat An-Nisa ayat 29, yang artinya:

*"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha*

*Penyayang kepadamu”.*

Dari ayat di atas sudah jelas bahwa dasar dari perniagaan adalah harus dengan keridhaan dan kesukarelaan antara penjual dan pembeli. Penipuan dan pendustaan bahkan apalagi pemalsuan suatu barang adalah jenis perniagaan yang tidak dapat mencapai keridahaan dan rasa suka rela dari pihak penjual dan pembeli. (Syarifuddin, 2015) Perniagaan seperti ini dilarang dalam agama Islam. Dalam konteks *maqashid*, konteks dari jual beli harus diiringi dengan rasa suka rela antara penjual dan pembeli.

Dari salah satu bentuk transaksi dalam jual beli, ada beberapa hal yang harus dilakukan agar akad dalam kegiatannya dianggap sah/ halal dan mengikat. Hal tersebut dikenal dengan rukun. Dalam rukun jual beli ada beberapa perbedaan pendapat para ulama. Menurut pendapat dari ulama Hanafiyah menyatakan bahwa rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang nantinya akan menunjukkan pertukaran barang secara ikhlas tanpa ada keterpaksaan.

### **Metode Penelitian**

Pendekatan penelitian yang peneliti gunakan adalah pendekatan deskriptif, karena pendekatan tersebut dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini dimana peneliti akan turun langsung kelapangan berbaur dengan konsumen secara aktif, bertransaksi langsung dengan menggunakan *E-Money* sehingga peneliti dapat melihat, mendengarkan pendapat sehingga mudah menggambarkan bagaimana respon pedagang *Coffee shop* Kota Langsa terhadap penggunaan *E-Money* dalam transaksi jual beli dan dapat memperoleh hasil yang baik peneliti akan turun langsung kelapangan untuk melihat permasalahan tersebut secara mendalam, dan berupaya untuk mendapatkan data dan fakta secara luas (sugiono dalam Zubaidi dan Suhartono, 2020)

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada, berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah.

Penentuan informan dalam penelitian ini berdasarkan objek yang diteliti dan berdasarkan keterkaitan informan tersebut dengan penelitian. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 5 *coffee shop* di Kota Langsa.

**Tabel 3. 1 Informan Penelitian**

No	Nama <i>Coffee Shop</i>	Alamat <i>Coffee Shop</i>
1	Skala Coffe House	Jl. Teuku Chik Ditunong No. 23, Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh 24375
2	Kopikay Langsa	Jl. Lilawangsa No. 80, Paya Bujok Tunong, Kec. Langsa Baru, Kota Langsa, Aceh 24415
3	Sedotan Kopi	Jl. Teuku Umar No. 15. Gampong Paya Bunuk, Paya Bujok Blang Pase, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh 24414
4	Sams Coffee & Roastery	Paya Bujok Tunong, Kec. Langsa Baru, Kota Langsa, Aceh 24354
5	Kopi Sui	Jl. Syiah Kuala, Gampong Daulat, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh 24375

Data ini diperoleh dari lapangan yaitu dari kelima *coffee shop* di Kota Langsa, sumber data primer dalam penelitian ini di dapat dari data hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan terhadap informan. Pengambilan data primer dilakukan dengan wawancara yang mengajukan pertanyaan-pertanyaan lisan terstruktur secara langsung kepada pemilik *coffee shop* terhadap penggunaan *E-Money* dalam transaksi jual beli. Data sekunder ini diperoleh melalui sejumlah buku, jurnal, dan bacaan lainnya yang ada hubungannya dengan judul skripsi ini, yang dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok.

Penelitian ini menggunakan analisis data induktif. Analisis data induktif adalah metode dengan mengambil kesimpulan dari data-data yang bersifat khusus, berfikir induktif berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan peristiwa-pristiwa yang kongkrit kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum. Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan, dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan dan studi dokumentasi, maka penyusun mengangkat fakta-fakta yang khusus, peristiwa kongkrit kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum. Hal ini dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang ada mengenai bagaimana respon pedagang *coffee shop* Kota Langsa terhadap penggunaan *E-Money* dalam transaksi jual beli.

## Hasil dan Pembahasan

### **Analisis Respon Pedagang *Coffee Shop* dalam Transaksi Jual Beli dengan Menggunakan *Elektronic Money (E-Money)* di Kota Langsa**

Penggunaan uang tunai oleh masyarakat secara umum lebih banyak digunakan untuk keperluan bertransaksi dengan nominal kecil (retail). Namun saat ini hanya beberapa orang yang mengenal metode pembayaran non-tunai di tanah air kita, sebelum exsisnya isitilah *E-Money* atau uang elektronik ini masyarakat kita sudah terlebih dahulu di kenalkan dan telah akhrab dengan sistem pembayaran secara non tunai via kartu kredit dan Debit, bagi masyarakat kalangan atas sangatlah mudah mendapat kepercayaan dari pihak perbankan, namun tidak dengan kalangan masyarakat menengah kebawah.(Purba et al., 2021)

Dengan kehadiran *E-Money* ini mungkin adalah sarana solusi untuk seluruh lapisan masyarakat dapat menggunakannya. Tapi karena ketidaktahuannya masyarakat masih jarang dan bahkan tidak tahu apa itu uang elektronik, selain karena kurangnya pengetahuan pada masyarakat Indonesia, menganggap uang kertas lebih mudah dan lebih efektif untuk mencukupkan kebutuhan transaksi sehari-hari, terlebih lagi hanya sebagian kecil pengusaha yang memiliki mesin *electronic data capture* (EDC) di tempat usahanya, bahkan ada pengusaha yang sudah memiliki mesin EDC namun para pekerjanya tidak bisa mengoperasikan alat tersebut.(Eko Sudarmanto, Muhammad Syaiful et al., 2021)

Saat ini banyak pelaku usaha yang telah menerapkan sistem pembayaram digital melalui *E-Money*. Salah satunya adalah bisnis *coffee shop* yang ada di Kota Langsa seperti Skala Coffe House, kopikay Langsa, Sedotan Kopi, Sams Coffee & Roastery dan Kopi Sui. Menurut hasil wawancara peneliti dengan kelima pedagang *coffe shop* di Kota Langsa tersebut, diketahui bahwa, kelima pedagang tersebut mengetahui sistem pembayaran pada jual beli dengan menggunakan *E-Money*.

Transaksi jual beli dengan menggunakan *e-money*, diketahui bahwa bahwa pedagang *coffee shop* di Kota Langsa merespon bahwa mereka mengetahui bagaimana sistem pembayaran dalam transaksi jual beli dengan menggunakan *e-money*. Dan sistem pembayaran dengan *e-money* juga sudah diterapkan oleh pedagang *coffee shop* di Kota Langsa.

Kemudian, diketahui bahwa sistem pembayaran dengan *e-money* ini rata-rata sudah diterapkan oleh pedagang *coffee shop* semenjak kedai kopi mulai di resmikan. Akan tetapi, ada juga yang menerapkannya setelah 6 bulan kedai kopi diresmikan.

Dari beberapa uraian respon pedagang *coffee shop*, diketahui bahwa dominan pedagang menerapkan pembayaran dengan sistem *e-money* adalah dari sejak kedai kopi mulai di resmikan. Terdapat beberapa alasan mengapa pedagang *coffee shop* menerapkan sistem pembayaran dengan *e-money*.

Dari beberapa respon pedagang *coffee shop* di Kota Langsa mengenai alasan pedagang tersebut menggunakan sistem pembayaran melalui *e-money* karena penggunaan *e-money* dinilai lebih praktis dan mudah terutama dalam hal uang kembalian pelanggan. Jika menggunakan *e-money* maka pedagang tidak akan repot untuk penyediaan uang kembalian. Selain itu pembayaran digital yang diterapkan oleh pedagang ini juga mengikuti perkembangan zaman. Apalagi dominan yang berkunjung di *coffee shop* dominannya adalah generasi milenial, jadi pembayaran dengan *e-money* dinilai sangat selaras dengan zamannya generasi milenial.

Terkait tingkat keseringannya pelanggan menggunakan sistem pembayaran dengan menggunakan *e-money*, pedagang *coffee shop* di Kota Langsa menyatakan bahwa masih sangat sedikit pelanggan yang menggunakan pembayaran digital. Hal ini dikarenakan masih banyaknya pelanggan yang melakukan pembayaran secara *cash*. Akan tetapi, walaupun masih sedikitnya jumlah pelanggan yang menggunakan *e-money*, untuk kedepannya pedagang *coffee shop* di Kota Langsa akan terus menerima pembayaran E-Money dari pelanggan.

Banyak sekali manfaat yang dirasakan pedagang *coffee shop* dengan menerapkan sistem pembayaran pada transaksi jual beli melalui *e-money*. Dari beberapa respon pedagang *coffee shop* mengenai manfaat yang mereka rasakan sejak menerima pembayaran menggunakan E-Money adalah lebih mudah, aman, praktis dan menghemat waktu. Karena hanya dengan sekali scan kode, pembayaran dapat dilakukan. Selain itu, pembayaran juga langsung dengan uang pas, jadi pedagang pun juga tidak terlalu sulit untuk menyediakan uang kembalian dalam jumlah yang besar.

Sebelum menggunakan E-Money sebagai alat untuk menerima pembayaran dari pelanggan, diketahui bahwasannya tidak ada satupun pedagang *coffee shop* yang melakukan proses registrasi.

Diketahui bahwa pedagang *coffee shop* mempercayai bahwa data (nama, alamat, no KTP, dan lainnya) yang pelanggan serahkan adalah miliknya pribadi dan terjaga keamanannya.

Manfaat dan Kelebihan yang paling disukai pedagang dalam menerapkan *e-money* pada sistem pembayaran di transaksi jual beli adalah tidak adanya biaya admin jika pedagang ingin menarik saldo dari hasil penjualannya.

*Coffee shop* yang ada mengadakan program seperti promosi, *cashback* dan diskon. Selain itu, dalam program tersebut juga sama sekali tidak ada dikenakan biaya admin. Program tersebut ada tanpa sepengetahuan dari pelanggan, karena ada secara dadakan. Jadi pelanggan hanya akan mengetahui ketika hendak melakukan pembayaran transaksi jual beli dengan menggunakan *e-money*.

*E-Money* merupakan output dari kebijakan perekonomian di negara tersebut sistem pembayaran yang bertujuan untuk meminimalkan jumlah uang yang masuk peredarannya sehingga laju inflasi dapat dikendalikan oleh Bank Indonesia. Sistem pembayaran menggunakan *E-Money* merupakan suatu proses modernisasi sistem pembayaran yang aman, nyaman, dan mudah yang telah dikembangkan di beberapa negara di dunia.

Selain itu, berdasarkan pada penelitian Mothobi & Kebotsamang (2024) menunjukkan adanya aturan-aturan yang dibentuk oleh DSN (Dewan Syariah Nasional) untuk *E-Money* agar selama uang elektronik ini digunakan tetap dalam koridor syariat Islam dan penggunaannya tidak menyimpang dan menyelisihi aturan yang sudah DSN tetapkan. Simpanan pada *E-Money* bukan lah Tabungan seperti pada perbankan. Terdapat dua Jenis akad dalam Islam ketika Pemegang *E-Money* menyetorkan kepada penerbit *E-Money*. Diantaranya adalah Akad Wadiah dan Akad Qardh. Akad Wadiah dapat berubah menjadi Akad Qardh apabila penerbit *E-Money* menggunakan uang milik Pemegang *E-Money* atas dasar izin Pemegang.

Respon pedagang *coffee shop* Kota Langsa terhadap penggunaan *e-money* dalam transaksi jual beli diketahui bahwa seluruh pedagang mengetahui sistem tersebut dan telah menerapkannya di kedai kopinya. Akan tetapi masih sedikit jumlah pelanggan yang menggunakan sistem pembayaran melalui *e-money* di *coffee shop*. Padahal penggunaan *e-money* banyak sekali memberikan manfaat baik kepada pedagang ataupun penjual. Karena dengan menggunakan *e-money*, pedagang tidak akan merasa kesulitan untuk penyediaan uang kembalian dalam jumlah banyak, selain itu juga mudah, aman, praktis dan menghemat waktu daripada melakukan pembayaran secara *cash*. Harapan dari pedagang *coffee shop* adalah semoga semakin bertambahnya jumlah pelanggan yang melakukan transaksi jual beli dengan menggunakan *e-money* di *coffee shop* miliknya.

### **Kendala yang dihadapi Pedagang *Coffee Shop* dalam Transaksi Jual Beli dengan Menggunakan *Elektronic Money***

Dengan menggunakan sistem pembayaran melalui *e-money*, pedagang ataupun pelanggan tidak perlu mempunyai uang pas jika ingin bertransaksi atau harus menyimpan kembalian, sehingga hal tersebut juga dapat meminimalisir kesalahan dalam transaksi kembalian. Namun di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh pembayaran non tunai jenis *e-money* ini, pengguna *e-money* tetap harus memilih produk *e-money* yang sesuai dengan kebutuhan. Pendapatan, aspek manfaat, aspek kemudahan, dan faktor keamanan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan *E-Money*. Pendapatan, aspek manfaat, aspek kemudahan, dan faktor keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan *E-Money* (Aksami & Jember, 2019)

Salah satu kendala dalam penggunaan *e-money* adalah aplikasi atau sistem yang memerlukan koneksi internet kadang tidak stabil tentunya terdapat kendala sinyal atau pun kuota yang tiba-tiba habis, gangguan sistem ketika aplikasi sedang mengalami perbaikan, lupa password atau kata sandi, apabila lebih banyak konsumen yang menggunakan uang elektronik otomatis karyawan jadi kebingungan masalah belanja dan saldo uang elektronik konsumen serta belum banyaknya *merchant* (penyedia barang/jasa) yang menyediakan *Electronic Data Capture* (EDC) untuk menerima transaksi non tunai melalui *e-money*, dengan kata lain belum ada kartu *e-money* yang bisa memenuhi semua kebutuhan.

Respon pedagang *coffee shop* diatas mengenai kendala yang dihadapi pedagang *coffee shop* Kota Langsa terhadap penggunaan *e-money* dalam transaksi jual beli diketahui bahwa pedagang sama sekali tidak merasa kesulitan untuk melakukan registrasi atau validasi data diri dan sebagainya akan tetapi pedagang mengalami sedikit kendala yang memiliki pengaruh yang sangat besar dalam menerapkan pembayaran dengan *e-money*. Kendalanya adalah ketika listrik padam maka aplikasi tersebut pun menjadi offline maka aplikasi tersebut tidak bisa digunakan sehingga tidak bisa membayar minuman dan makanan di tempat coffee tersebut , jaringan internet tidak stabil juga tidak bisa melakukan pembayaran apapun. tidak bisa digunakan atau disebut dengan aplikasi yang sedang offline maka tidak bisa sama sekali digunakan maka mempersulit bagi pedagang maupun pembeli untuk menggunakannya dan *maintance system*.hal ini menyebabkan transaksi meggunakan uang elektronik mempunyai resiko gangguan teknologi seperti server error (down)ataupun listrik mati. Karena ketika pedagang berada di tiga kondisi tersebut, *e-money* benar-benar sama sekali tidak akan bisa di gunakan, baik dari pedagang ataupun dari pelanggan.

## **Kesimpulan**

Setelah melakukan kajian teoritis dan melakukan analisis data dari hasil penelitian mengenai “Analisis Respon Pedagang *Coffee Shop* dalam Transaksi Jual Beli dengan Menggunakan Elektronik Money di Kota Langsa”. Peneliti menyimpulkan beberapa hal, antara lain:

1. Respon pedagang *coffee shop* Kota Langsa terhadap penggunaan *e-money* dalam transaksi jual beli diketahui bahwa seluruh pedagang mengetahui sistem tersebut dan telah menerapkannya di kedai kopinya. Akan tetapi masih sedikit jumlah pelanggan yang menggunakan sistem pembayaran melalui *e-money* di *coffee shop*. Padahal penggunaan *e-money* banyak sekali memberikan manfaat baik kepada pedagang ataupun penjual. Karena dengan menggunakan *e-money*, pedagang tidak akan merasa kesulitan untuk penyediaan uang kembalian dalam jumlah banyak, selain itu juga mudah, aman, praktis dan menghemat waktu daripada melakukan pembayaran secara *cash*. Harapan dari pedagang *coffee shop* adalah semoga semakin bertambahnya jumlah pelanggan yang melakukan transaksi jual beli dengan menggunakan *e-money* di *coffee shop* miliknya

2. Kendala yang dihadapi pedagang *coffee shop* Kota Langsa terhadap penggunaan *e-money* dalam transaksi jual beli adalah ketika listrik padam, jaringan internet tidak stabil dan *maintance system*. Karena ketika pedagang berada di tiga kondisi tersebut, *e-money* benar-benar sama sekali tidak akan bisa di gunakan, baik dari pedagang ataupun dari pelanggan.
3. Pedagang *Coffe Shop* diharapkan selalu memberikan pelayanan prima untuk pelanggan dengan menggunakan transaksi non tunai (e-money) agar dapat membantu terhadap peningkatan pendapatan.
4. Pelanggan *coffee shop* diharapkan mulai menggunakan *e-money* sebagai media pembayaran dalam berbagai transaksi sehingga dapat meminimalisir kesalahan dalam transaksi kembalian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. (2014). *Psikologi Umum*. PT. Asdi Mahasatya.
- Aksami, N. M. D., & Jember, I. M. (2019). Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(1), 24.
- Basana, S. R., Malelak, M. I., & Tarigan, Z. J. H. (2024). The effect of excessive social networking sites on credit overuse behavior through money trust, money anxiety, and money power. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 655–666. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.8.020>
- Chamboko, R. (2024). Digital financial services adoption: a retrospective time-to-event analysis approach. *Financial Innovation*, 10(1), 40854. <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00568-1>
- Chaplin. (2016). *Kamus Lengkap Psikologi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Depdiknas. (2014). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Eko Sudarmanto, Muhammad Syaiful, N. F., Muhammad Hasan, A., & et al. (2021). Teori Ekonomi: Mikro dan Makro. In A. Karim (Ed.), *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

- Hikkaduwa Epa Liyanage, K., Hartarska, V., & Nadolnyak, D. (2024). Prepaid cards and the unbanked in the U.S.: financial innovations and financial inclusion. *Journal of Financial Economic Policy*, 16(1), 102–119. <https://doi.org/10.1108/JFEP-10-2023-0307>
- Hussin, M. F., Hussin, S. A. S., & Zahid, Z. (2021). Optimal Portfolio Construction of Islamic Financing Instrument in Malaysia. *Communications in Computer and Information Science*, 1489 CCIS, 121–132. [https://doi.org/10.1007/978-981-16-7334-4\\_9](https://doi.org/10.1007/978-981-16-7334-4_9)
- Khan, A., & Ahmad, U. (2024). Multi-criteria group decision-making based on 2-tuple linguistic q-rung picture fuzzy sets. *Granular Computing*, 9(1), 41066. <https://doi.org/10.1007/s41066-023-00441-7>
- Mothobi, O., & Kebotsamang, K. (2024). The impact of network coverage on adoption of Fintech and financial inclusion in sub-Saharan Africa. *Journal of Economic Structures*, 13(1), 40008. <https://doi.org/10.1186/s40008-023-00326-7>
- Purba, B., Purba, D. S., Purba, P. B., & dkk. (2021). *Ekonomi Internasional* (Ronald Watrionthos & A. Simarmata (eds.); 1st ed., pp. 109–118). Yayasan Kita Menulis. [press@kitamenulis.id](mailto:press@kitamenulis.id)
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Rofiah, K. (2015). *Dakwah Jamaah Tabligh*. STAIN Ponorogo Press.
- S.Brahmana, R., & Nasution, M. I. P. (2020). Penerapan Keamanan Keuangan dalam Aplikasi E-Money. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(1), 31.
- Salmiah, Sahir, S. H., & Fahlevi, M. (2024). The effect of social media and electronic word of mouth on trust and loyalty: Evidence from generation Z in coffee industry. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 641–654. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.8.021>
- Shimokihara, S., Ikeda, Y., Matsuda, F., & Tabira, T. (2024). Association of mobile device proficiency and subjective cognitive complaints with financial management ability among

community-dwelling older adults: a population-based cross-sectional study. *Aging Clinical and Experimental Research*, 36(1), 40520. <https://doi.org/10.1007/s40520-024-02697-8>

Syarifuddin, A. (2015). *Garis-Garis Besar Fiqh*. Kencana.

Talingdan, J. A., & Alunday, C. A. (2023). Students' Perspective on the New Normal Virtual Learning. *International Journal of Information and Education Technology*, 13(2), 392–398. <https://doi.org/10.18178/ijiet.2023.13.2.1818>

Ter Braak, L., & van der Schans, M. (2024). Optimal Order Routing with Reinforcement Learning. *Journal of Financial Data Science*, 6(1), 10–23. <https://doi.org/10.3905/jfds.2023.1.144>

Wajong, A. M. R., & Putri, C. R. (2017). Keamanan dalam Electronic Commerce. *ComTech*, 1(2), 86.

Walgito, B. (2016). *Pengantar Psikologi Umum*. UGM.

Zubaidi, M., & Suhartono. (2020). Penggunaan E-Money Brizzi Sebagai Alat Pembayaran Menurut Hukum Ekonomi Syariah (Studi Analisis Terhadap Produk E-Money Brizzi Pada Bank Bri Kantor Cabang Blora). *Ekonomika*, 1(1), 02.