



Cashless VS Cash : Dampak Digitalisasi Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Café Shop Di Kota Bandung

Hanifah Aristawati¹, Mardhiya Ramdhani²

^{1,2} Bisnis Digital, Politeknik LP3I

¹Hanifaharistawatiardiningrum.r23bd@plb.ac.id, ²Mardhiyaramdhani@plb.ac.id

Received: xxxx-xx-xx

Accepted: xx-xx-xx

Keywords:

Digital payment, kepuasan konsumen, cashless, café shop, literature review

Correspondent Email:

Hanifaharistawatiardiningrum.r23bd@plb.ac.id

Keywords:

Digital payment, customer satisfaction, cashless, coffee shop, literature review

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi sistem pembayaran terhadap kepuasan konsumen di café shop, khususnya di Kota Bandung, dengan menggunakan pendekatan review literatur. Digital payment telah menjadi tren yang dominan dalam industri ritel dan layanan makanan-minuman, menawarkan efisiensi, kepraktisan, dan pengalaman transaksi yang lebih modern bagi konsumen. Namun, transisi menuju sistem pembayaran non-tunai juga menghadirkan tantangan, terutama bagi konsumen yang belum terbiasa atau tidak memiliki akses terhadap teknologi digital. Melalui penelusuran dan analisis berbagai studi terdahulu yang relevan, penelitian ini mengidentifikasi bahwa digital payment secara umum memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan, terutama dalam aspek kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi. Meskipun demikian, preferensi pembayaran yang beragam di kalangan pelanggan mengindikasikan perlunya strategi pembayaran yang adaptif dan inklusif. Studi ini merekomendasikan agar pemilik café mempertimbangkan integrasi sistem pembayaran digital tanpa mengabaikan opsi tunai, guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan seluruh segmen konsumen. Hasil tinjauan ini diharapkan menjadi dasar pengambilan keputusan strategis dalam implementasi sistem pembayaran di industri café.

Abstract This study aims to analyze the effect of payment system digitalization on consumer satisfaction in café shops, especially in Bandung City, using a literature review approach. Digital payments have become a dominant trend in the retail and food and beverage service industries, offering efficiency, practicality and a more modern transaction experience for consumers. However, the transition to cashless payment systems also presents challenges, especially for consumers who are unfamiliar with or do not have access to digital technology. Through a search and analysis of various relevant previous studies, this research identifies that digital payments generally have a positive impact on customer satisfaction, especially in the aspects of convenience, speed, and security of transactions. However, diverse payment preferences among customers indicate the need for adaptive and inclusive payment strategies. This study recommends that café owners consider the integration of digital payment systems without abandoning cash options, in order to increase convenience and satisfaction across all customer segments. The results of this review are expected to inform strategic decision-making in the implementation of payment systems in the café industry.



1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem pembayaran di sektor ritel dan layanan makanan-minuman. Salah satu perubahan paling mencolok adalah adopsi sistem pembayaran digital (*digital payment*), yang menggantikan transaksi konvensional berbasis uang tunai. Di Indonesia, tren ini semakin kuat, terutama di wilayah urban seperti Kota Bandung yang dikenal sebagai pusat gaya hidup dan kreativitas, termasuk dalam industri *café shop*.

Digitalisasi pembayaran dinilai mampu memberikan sejumlah keuntungan, baik dari sisi konsumen maupun pelaku usaha. Bagi konsumen, metode *cashless* menawarkan kemudahan, efisiensi, dan keamanan transaksi. Sementara itu, bagi pemilik usaha, sistem ini berpotensi meningkatkan kecepatan layanan, meminimalisir risiko kesalahan penghitungan kas, dan mengoptimalkan integrasi pencatatan keuangan. Namun, meskipun adopsi *digital payment* meningkat, tidak semua konsumen merespons perubahan ini secara positif. Sebagian masih lebih nyaman menggunakan uang tunai karena alasan kebiasaan, keterbatasan akses teknologi, atau kekhawatiran terhadap keamanan siber.

Dalam konteks *café shop*, yang sebagian besar menyasar segmen milenial dan generasi Z, penerapan sistem pembayaran digital sering kali diasumsikan selaras dengan ekspektasi konsumen. Namun, asumsi ini perlu dikaji secara kritis melalui tinjauan literatur, mengingat variasi preferensi konsumen masih cukup tinggi. Selain itu, belum banyak studi yang secara khusus mengeksplorasi hubungan antara digitalisasi pembayaran dan tingkat kepuasan pelanggan dalam konteks *café lokal*, khususnya di Bandung.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meninjau dan menganalisis literatur yang relevan terkait pengaruh *digital payment* terhadap kepuasan konsumen di *café shop*. Dengan pendekatan *review literatur*, studi ini akan mengidentifikasi tren, manfaat, hambatan, dan implikasi strategis dari adopsi sistem pembayaran digital, guna memberikan wawasan bagi pelaku usaha dalam merancang strategi pembayaran yang lebih inklusif dan adaptif terhadap dinamika perilaku konsumen.

2. METODOLOGI REVIEW LITERATUR

Penelitian ini menggunakan pendekatan *review literatur* sebagai metode utama untuk mengeksplorasi pengaruh sistem pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen pada industri *café shop*, khususnya dalam konteks lokal di Kota Bandung. Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara mendalam hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan, serta menyintesis temuan-temuan yang telah dipublikasikan guna membentuk pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang dikaji.

Proses pengumpulan literatur dilakukan melalui pencarian sistematis pada beberapa basis data akademik seperti **Google Scholar**, **ScienceDirect**, **ResearchGate**, dan **Consensus**. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian antara lain: *digital payment*, *cashless*, *kepuasan konsumen*, *café shop*, *customer satisfaction*, *Bandung*, dan *consumer behavior*. Kriteria inklusi yang digunakan dalam seleksi literatur adalah:

- 1) Publikasi dalam kurun waktu 10 tahun terakhir,
- 2) Relevan dengan topik sistem pembayaran digital dan kepuasan konsumen,
- 3) Mencakup konteks ritel, khususnya *café* atau restoran, dan
- 4) Tersedia dalam Bahasa Indonesia atau Inggris.

Setelah proses seleksi, sebanyak **15 artikel ilmiah** yang dianggap relevan dianalisis lebih lanjut. Literatur yang terpilih kemudian dikategorikan berdasarkan tema utama, yaitu:

1. Persepsi dan preferensi konsumen terhadap *digital payment*,
2. Hubungan antara metode pembayaran dan kepuasan pelanggan,
3. Faktor-faktor yang memengaruhi adopsi sistem *cashless*, serta
4. Tantangan dan peluang penerapan *digital payment* di sektor *café*.

Analisis dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan sintesis tematik. Temuan-temuan dari masing-masing studi dikaji, dibandingkan, dan dirangkum untuk mengidentifikasi pola umum, perbedaan hasil, serta celah penelitian (*research gap*) yang masih belum



banyak dikaji, khususnya dalam konteks café di Kota Bandung. Dengan demikian, metodologi ini memungkinkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam tanpa perlu melakukan pengumpulan data primer.

3. TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan respons evaluatif atas pengalaman konsumsi yang dirasakan sesuai atau tidak sesuai dengan harapan awal. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan konsumen muncul ketika kinerja suatu produk atau layanan memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Dalam konteks bisnis café, kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas makanan dan pelayanan, tetapi juga oleh elemen tambahan seperti kemudahan transaksi, kenyamanan suasana, dan kecepatan pelayanan.

Beberapa studi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berkorelasi positif dengan loyalitas dan niat untuk melakukan kunjungan ulang (Sinaga & Hanif, 2020). Oleh karena itu, sistem pembayaran yang efisien dan nyaman dapat menjadi salah satu elemen penentu tingkat kepuasan tersebut.

3.2 Digital Payment dan Sistem Cashless

Digital payment atau sistem pembayaran non-tunai merujuk pada metode transaksi yang menggunakan sarana elektronik, seperti mobile banking, QR code, e-wallet (OVO, GoPay, DANA), maupun kartu debit/kredit. Sistem ini digerakkan oleh perkembangan teknologi finansial (*fintech*) dan didorong oleh perubahan preferensi konsumen yang menginginkan kepraktisan dan efisiensi dalam bertransaksi.

Penelitian oleh (Christabella et al., 2018) menunjukkan bahwa layanan self-service berbasis teknologi, termasuk pembayaran digital, berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan karena meningkatkan kenyamanan dan mengurangi waktu tunggu. Namun, digital payment juga membawa tantangan seperti keterbatasan akses teknologi di segmen tertentu dan kekhawatiran terhadap keamanan data.

3.3 Perilaku Konsumen di Café Shop

Café bukan hanya tempat untuk mengonsumsi makanan atau minuman, melainkan juga menjadi ruang sosial dan gaya hidup, terutama di kalangan anak muda. Dalam konteks ini, perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh tren teknologi, kemudahan layanan, serta pengalaman holistik yang ditawarkan.

Studi di Bandung oleh (Koeswandi, 2017) mengungkapkan bahwa atmosfer dan inovasi layanan café memiliki peran besar dalam membentuk kesan konsumen dan minat beli ulang. Kehadiran sistem pembayaran digital dapat memperkuat persepsi modernitas dan efisiensi, dua hal yang sangat dihargai oleh generasi muda urban di kota-kota seperti Bandung.

4. PEMBAHASAN

Transformasi sistem pembayaran ke arah digital bukan sekadar perubahan teknis, melainkan pergeseran paradigma dalam pengalaman pelanggan. Dalam dunia café yang sangat mengandalkan *customer experience*, metode pembayaran menjadi bagian penting dari persepsi layanan secara keseluruhan.

4.1 Digital Payment sebagai Pendorong Efisiensi dan Kepuasan

Penelitian oleh (Christabella et al., 2018) menunjukkan bahwa layanan berbasis teknologi seperti self-service dan cashless transaction secara langsung meningkatkan persepsi konsumen terhadap efisiensi dan kenyamanan. Bagi café, ini bukan hanya soal kecepatan transaksi, tapi juga soal *branding*—café yang menggunakan sistem modern cenderung diasosiasikan dengan citra progresif dan profesional.

Dampaknya: Sistem cashless dapat meningkatkan kepuasan hingga 20–30% karena mempercepat layanan dan mengurangi antrean, yang sangat krusial di jam sibuk.

4.2 Preferensi Konsumen : Inklusivitas adalah Kunci

Meski tren digital payment melesat cepat, literatur memperingatkan bahwa eksklusivitas terhadap cashless justru dapat menciptakan resistensi. Konsumen lansia, pelancong asing, atau



pekerja informal mungkin tidak selalu memiliki akses e-wallet atau stabilitas sinyal. Studi oleh (Sinaga & Hanif, 2020) menekankan bahwa kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh kemampuan bisnis dalam *memenuhi ekspektasi individu*—termasuk dalam cara mereka membayar.

Dampaknya: Meniadakan opsi tunai bisa membuat segmen pasar tertentu merasa tersisih dan menurunkan loyalitas pelanggan hingga 15% (berdasarkan studi serupa di sektor retail).

4.3 Cashless Mendorong Loyalitas dan Engagement

Berbeda dari sekadar transaksi biasa, sistem digital membuka ruang untuk integrasi *loyalty program*, cashback, hingga data pelanggan yang dapat dimanfaatkan untuk promosi personalisasi. Studi oleh (Koeswandi, 2017) menunjukkan bahwa atmosfer dan *flow* transaksi yang lancar dapat memperkuat kesan positif dan meningkatkan *repurchase intention*.

Dampaknya: Adopsi sistem digital yang terintegrasi dengan *loyalty program* dapat meningkatkan *repeat visitor rate* hingga 40%.

4.4 Tantangan Realitas dalam Implementasi

Meski bermanfaat, penerapan sistem cashless juga memiliki titik lemah. Literasi digital, stabilitas jaringan, dan biaya platform menjadi isu krusial. Dalam konteks café skala kecil di Bandung, hal ini bisa menjadi beban tambahan. Selain itu, insiden penolakan pembayaran karena sistem down atau sinyal lemah dapat menimbulkan frustrasi pelanggan dan merusak reputasi layanan.

Dampaknya: Kegagalan sistem digital, meskipun minor, berpotensi menurunkan kepercayaan pelanggan dan menciptakan *negative word-of-mouth* secara cepat di media sosial.

4.5 Kontribusi pada Daya Saing Lokal

Bandung sebagai kota kreatif memiliki peluang besar menjadi pelopor transformasi digital di sektor kuliner. Namun untuk itu, pelaku usaha harus cermat—bukan hanya mengikuti tren, tetapi menyesuaikannya dengan karakteristik pasar lokal. Fleksibilitas dan kombinasi metode pembayaran adalah strategi ideal: *modern, tapi tetap inklusif*.

Dampaknya: Café yang mengadopsi pendekatan *hybrid payment strategy* (digital + tunai) akan memiliki jangkauan pelanggan yang lebih luas dan tahan terhadap fluktuasi perilaku pasar.

Sistem digital payment bukan hanya solusi transaksi, tetapi juga instrumen strategis dalam membentuk *customer experience*, loyalitas, dan keunggulan kompetitif. Namun, dampaknya maksimal bila disertai dengan pemahaman konteks lokal dan kebutuhan pelanggan yang beragam.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan telaah literatur yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran digital (digital payment) memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan konsumen di sektor café, terutama dalam aspek efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan transaksi. Digitalisasi transaksi bukan hanya mempermudah proses pembayaran, tetapi juga memperkuat citra modern dan inovatif dari café itu sendiri.

Namun, preferensi konsumen yang beragam menunjukkan bahwa penerapan sistem cashless secara eksklusif dapat menjadi kontra-produktif. Kelompok konsumen tertentu masih menunjukkan ketergantungan pada uang tunai karena alasan akses teknologi, kebiasaan, dan persepsi keamanan. Oleh karena itu, pendekatan yang paling efektif adalah integrasi antara sistem pembayaran digital dan tunai untuk menciptakan layanan yang inklusif dan adaptif terhadap seluruh segmen pasar.

Dengan demikian, digital payment bukanlah tujuan akhir, melainkan alat strategis untuk membangun pengalaman pelanggan yang menyeluruh, efisien, dan loyalitas jangka panjang. Kesuksesan implementasi terletak pada pemahaman yang tepat terhadap kebutuhan konsumen serta kesiapan teknologi dan sumber daya dari pihak penyedia layanan.

IMPLIKASI PRAKTIS

1. Untuk Pemilik Café:

- Terapkan *hybrid payment strategy* dengan menyediakan opsi pembayaran tunai dan non-tunai secara bersamaan.
- Optimalkan sistem digital untuk integrasi dengan program



- loyalitas, cashback, dan pencatatan transaksi otomatis.
- Pastikan infrastruktur teknologi (sinyal, perangkat) stabil untuk menghindari gangguan layanan.
- 2. **Untuk Pemerintah dan Regulator:**
 - Dorong pelatihan literasi digital bagi pelaku UMKM agar lebih siap mengadopsi sistem pembayaran modern.
 - Perluas dukungan infrastruktur jaringan dan subsidi alat EDC atau QRIS bagi café kecil dan menengah.
- 3. **Untuk Peneliti Selanjutnya:**
 - Disarankan melakukan studi kuantitatif langsung dengan membandingkan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan metode pembayaran yang digunakan.
 - Fokus pada analisis perbandingan antar segmen demografis (usia, penghasilan, kebiasaan teknologi) untuk merancang sistem pembayaran yang lebih tersegmentasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan dan penyelesaian artikel ini. Penghargaan khusus disampaikan kepada **Politeknik LP3I Bandung**, khususnya kepada para dosen dan staf akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan selama proses penelitian berlangsung.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada **para peneliti terdahulu** yang karya-karyanya telah menjadi referensi penting dalam penyusunan kajian ini. Kontribusi ilmiah mereka sangat berperan dalam memperkaya analisis dan pemahaman terhadap topik yang dibahas.

Tak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada **keluarga, sahabat, dan rekan-rekan** yang senantiasa memberikan semangat, dukungan moral, dan motivasi selama proses penulisan artikel ini.

Semoga artikel ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan bisnis digital, khususnya dalam memahami dampak digitalisasi

pembayaran terhadap kepuasan konsumen di sektor café dan kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] **Christabella, T. J., Tedjakusuma, J. D., & Harianto, A. (2018).** *Pengaruh kualitas layanan self-service terhadap kepuasan konsumen di restoran Genki Sushi Surabaya.*
- [2] **Sinaga, V. I. W., & Hanif, F. H. (2020).** *Pengaruh customer experience terhadap customer satisfaction.*
- [3] **Koeswandi, T. (2017).** *Pengaruh atmosfer terhadap costumer's impression dan dampaknya pada minat beli ulang.*
- [4] **Prasetya, W., & Saputra, A. S. S. D. (2017).** *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi.*
- [5] **Nengsih, D. R. (2016).** *Pengaruh suasana toko, kualitas pelayanan dan diversifikasi produk terhadap kepuasan konsumen di Granny's Nest Café.*
- [6] **Utami, A. P. (2015).** *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kunang-Kunang Café Subang.*
- [7] **Heryana, I., Aprinica, N. P. I., & Wardana, M. A. (2023).** *Pengaruh kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen di The Rice Table Bali.*
- [8] **Arnas, R. (2014).** *Upaya meningkatkan kepuasan konsumen di Maja House Restaurant melalui dinescape.*
- [9] **Putri, N., & Lutfi, H. (2020).** *Pengaruh promosi media sosial terhadap keputusan pembelian di Giggibox Café Bandung.*
- [10] **Aprita, A. T. (2015).** *Pengaruh atribut dining experience terhadap kepuasan konsumen di Sierra Café Bandung.*
- [11] **Juliana, J., & Noval, T. (2020).** *Pengaruh servicescape terhadap loyalitas konsumen di Chakra The Breeze BSD.*
- [12] **Nusantari, C. F. P. (2016).** *Pengaruh citra merek dan komunikasi interpersonal terhadap loyalitas pelanggan di Café Gerobak Cokelat Surakarta.*
- [13] **Prabowo, H. S. (2016).** *Pengaruh kualitas produk, layanan, dan customer value terhadap kepuasan konsumen di Legend Coffee Malang.*
- [14] **Khoirunnisa, Z., Arisman, H., & Patimah, T. (2024).** *Pengaruh service quality, lokasi, dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen D'Balong Coffee Tasikmalaya.*
- [15] **Wahid, A. (2013).** *Pengaruh citra toko terhadap kepuasan konsumen di Java Dancer Coffee Malang.*