



PENGARUH METODE PEMBAYARAN CASH ON DELIVERY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HOME INDUSTRY DAPOER ABUN IAN DITINJAU DALAM EKONOMI ISLAM

Sigit Harianto, Umar Natuna, Said Muhammad Rahimin

Ekonomi Syariah

Sekolah Tinggi Agama Islam Natuna

Email; Sigithariant05@gmail.com, umarnatuna0@gmail.com, saidrahiminatuna@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari studi penelitian ini adalah menganalisis bagaimana metode pembayaran Cash On Delivery (COD) memengaruhi minat beli. Pada penelitian ini juga mengkaji bagaimana metode pembayaran Cash On Delivery (COD) memengaruhi minat bertransaksi. konsumen pada home industry Dapoer Abun Ian, ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Metode COD yang memungkinkan pembayaran saat barang diterima menjadi alternatif populer dalam transaksi daring, namun implikasinya terhadap minat beli dan kesesuaian syariah perlu diteliti lebih lanjut. Penelitian ini menggunakan metodologi survey kuantitatif, yang meneliti sekitar 219 populasi konsumen Dapoer Abun Ian yang menggunakan metode pembayaran COD dengan sampel berjumlah 69 responden yang diambil memanfaatkan cara simple random sampling. Data dikumpulkan lewat kuesioner serta dianalisis memakai program SPSS model 26, meliputi Analisis Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji- T, serta Uji- F. Temuan menampilkan jika ada ikatan yang kokoh serta signifikan antara metode pembayaran COD serta niat beli konsumen, dikonfirmasi dengan Koefisien Korelasi(r) adalah 0,736 dan nilai signifikansi 0,000. Metode COD mampu menjelaskan 54,1% variasi hasrat beli konsumen, serupa dibuktikan oleh nilai R-kuadrat 0,541. Lebih lanjut, uji- t menampilkan pengaruh positif serta signifikan variabel Prosedur COD (X) terhadap Hasrat Beli Konsumen(Y) dengan nilai t hitung 8,894 serta signifikansi 0,000. Uji-F juga mengkonfirmasi adanya pengaruh signifikan secara simultan dengan nilai F hitung 79,106 dan signifikansi 0,000. Dari perspektif ekonomi Islam, penggunaan metode COD pada Dapoer Abun Ian selaras dengan prinsip syariah karena berkontribusi pada pengurangan gharar (ketidakpastian), menciptakan proses jual beli yang lebih transparan dan adil, serta memperkuat rasa kepercayaan konsumen demi ekosistem bisnis yang berkah.

Kata Kunci : Pembayaran Langsung, Transaksi dan Perspektif Ekonomi Islam

Abstract

The purpose of this research study is to analyze how the Cash On Delivery (COD) payment method influences purchase intention. This study also examines how the Cash On Delivery (COD) payment method influences consumer transaction intention in the Dapoer Abun Ian home industry, viewed from an Islamic economic perspective. The COD method, which allows payment upon receipt of goods, has become a popular alternative in online transactions, but its implications for purchase intention and Sharia compliance require further investigation. This study uses a quantitative survey methodology, which examines approximately 219 Dapoer Abun Ian consumers who use the COD payment method with a sample of 69 respondents taken using simple random sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS model 26, including Correlation Analysis, Determination Coefficient, T-Test, and F-Test. The findings show that there is a strong and significant relationship between the COD payment method and consumer purchase intention, confirmed by a Correlation Coefficient (r) of 0.736 and a significance value of 0.000. The COD method was able to explain 54.1% of the variation in consumer purchasing intention, as evidenced by the R-squared value of 0.541. Furthermore, the t-test showed a positive and significant influence of the COD Procedure variable (X) on Consumer Purchasing Intention (Y) with a calculated t-value of 8.894 and a significance level of 0.000. The F-test also confirmed a simultaneous significant influence with a calculated F-value of 79.106 and a significance level of 0.000. From an Islamic economic perspective, the use of the COD method at Dapoer Abun Ian is in line with sharia principles because it contributes to reducing gharar (uncertainty), creating a more transparent and fair buying and selling process, and strengthening consumer trust for a blessed business ecosystem.

Keywords: Direct Payment, Transactions, and Islamic Economic Perspectiv



A. PENDAHULUAN

Dengan kemajuan teknologi modern, jual beli dan sistem perdagangan berkembang dengan sangat cepat ini mungkin menghasilkan peluang bisnis online (*Online shop*) dengan menggunakan Metode pembayaran COD yaitu pembayaran dengan cara bayar tunai saat barang diterima. Sistem ini memudahkan pembeli karena pembayaran bisa dilakukan langsung di tempat tujuan yang telah disepakati. Dalam laporan yang dilakukan oleh APJII tahun 2020-2021, diurutkan pertama, sekitar 27,5% masyarakat Indonesia menggemari penggunaan metode layanan COD. sementara penggunaan transfer ATM hanya sekitar 13,4 %. Menurut (Halaweh, 2018) menerangkan jika tata cara pembayaran COD memengaruhi sikap pelanggan sebab membagikan rasa terjamin, proteksi pribadi, serta keyakinan. Ketidakstabilan ekonomi menggambarkan salah satu aspek luar yang bisa pengaruhi daya beli konsumen, tingkat kepercayaan mereka terhadap pembelian melalui metode Cash On Delivery. Hal ini dapat dilihat dari jumlah konsumen usaha Dapoer Abun Ian periode Januari-Juli tahun 2024 yang fluktuatif. Paling tinggi

jumlah konsumen terjadi pada bulan Maret diangka 40 konsumen, sedangkan paling sedikit terjadi di bulan Februari diangka 33 konsumen. Menurut (Nulufi et al., 2015) Minat beli ditentukan oleh kemungkinan pembeli untuk membeli sesuatu, serta kecenderungan mereka untuk terlibat dalam aktivitas atau membeli merek tertentu. Hal ini dapat dilihat dari jumlah konsumen usaha Dapoer Abun Ian periode Januari-Juli tahun 2024 yang fluktuatif. Paling tinggi jumlah konsumen terjadi pada bulan Maret diangka 40 konsumen, sedangkan paling sedikit terjadi di bulan Februari diangka 33 konsumen.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif berbasis korelasi. Menurut Sugiyono (2017), Penelitian menggunakan metode kuantitatif yang mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif atau statistik untuk mengevaluasi populasi atau kelompok tertentu. Populasi penelitian terdiri dari semua pelanggan yang pernah melakukan transaksi produk usaha Dapoer Abun Ian dalam periode Januari sampai dengan Juli 2024 yaitu berjumlah 219 konsumen. Karena penelitian ini menggunakan strategi pengambilan sampel probabilitas dengan jenis



pengambilan sampel acak dasar, setiap anggota populasi memiliki peluang untuk dipilih sebagai sampel. Penentuan sampel yang diambil menggunakan rumus slovin Sugiyono dalam (Adrami & Yahya, 2020) dengan jumlah sampel 69. Mengikuti skala Likert untuk penilaian, validitas, reliabilitas, korelasi, dan koefisien determinasi (uji r , r^2 , t , dan f) digunakan untuk memeriksa tanggapan responden.

C. PENDAHULUAN

Dengan kemajuan teknologi modern, jual beli dan sistem perdagangan berkembang dengan sangat cepat ini mungkin menghasilkan peluang bisnis online (*Online shop*) dengan menggunakan Metode pembayaran COD yaitu pembayaran dengan cara bayar tunai saat barang diterima. Sistem ini memudahkan pembeli karena pembayaran bisa dilakukan langsung di tempat tujuan yang telah disepakati. Dalam laporan yang dilakukan oleh APJII tahun 2020-2021, diurutkan pertama, sekitar 27,5% masyarakat Indonesia menggemari penggunaan metode layanan COD. sementara penggunaan transfer ATM hanya sekitar 13,4 %. Menurut (Halaweh, 2018) menerangkan jika tata cara pembayaran COD memengaruhi sikap pelanggan sebab membagikan rasa

terjamin, proteksi pribadi, serta keyakinan. Ketidakstabilan ekonomi menggambarkan salah satu aspek luar yang bisa pengaruhi daya beli konsumen, tingkat kepercayaan mereka terhadap pembelian melalui metode Cash On Delivery. Hal ini dapat dilihat dari jumlah konsumen usaha Dapoer Abun Ian periode Januari-Juli tahun 2024 yang fluktuatif. Paling tinggi jumlah konsumen terjadi pada bulan Maret diangka 40 konsumen, sedangkan paling sedikit terjadi di bulan Februari diangka 33 konsumen. Menurut (Nulufi et al., 2015) Minat beli ditentukan oleh kemungkinan pembeli untuk membeli sesuatu, serta kecenderungan mereka untuk terlibat dalam aktivitas atau membeli merek tertentu. Hal ini dapat dilihat dari jumlah konsumen usaha Dapoer Abun Ian periode Januari-Juli tahun 2024 yang fluktuatif. Paling tinggi jumlah konsumen terjadi pada bulan Maret diangka 40 konsumen, sedangkan paling sedikit terjadi di bulan Februari diangka 33 konsumen.

D. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif berbasis korelasi. Menurut Sugiyono (2017), Penelitian menggunakan metode kuantitatif yang mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif atau statistik untuk mengevaluasi populasi atau



kelompok tertentu. Populasi penelitian terdiri dari semua pelanggan yang pernah melakukan transaksi produk usaha Dapoer Abun Ian dalam periode Januari sampai dengan Juli 2024 yaitu berjumlah 219 konsumen. Karena penelitian ini menggunakan strategi pengambilan sampel probabilitas dengan jenis pengambilan sampel acak dasar, setiap anggota populasi memiliki peluang untuk dipilih sebagai sampel. Penentuan sampel yang diambil menggunakan rumus slovin Sugiyono dalam (Adrami & Yahya, 2020) dengan jumlah sampel 69. Mengikuti skala Likert untuk penilaian, validitas, reliabilitas, korelasi, dan koefisien determinasi (uji r , r^2 , t , dan f) digunakan untuk memeriksa tanggapan responden.

E. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan pada penelitian ini dapat yaitu dilihat dari uji Validitas, uji realibilitas, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji Validitas didefinisikan sebagai seberapa akurat data yang dikumpulkan dan fakta tentang subjek (Sugiyono, 2018). Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 69

responden menunjukkan nilai r tabel sebesar 0,2319 pada tingkat signifikansi lima persen. Skor r yang diestimasi dianggap sah apabila lebih besar dari r tabel. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r yang diantisipasi melebihi r tabel (0,2319) untuk setiap item dalam variabel X (X_1 – X_9) dan variabel Y (Y_1 – Y_9). Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa setiap item dalam kuesioner ini benar dan layak dimanfaatkan pada studi ini.

2. Uji Realibilitas

Koefisien alfa Cronbach adalah rumus yang digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas alat ini (Riyatno, 2014). Hasil Uji Reliabilitas memperlihatkan bahwa variabel (X) Metode Cash on Delivery memiliki nilai alfa Cronbach sebesar 0,777 dengan jumlah item sebanyak 9, dan variabel (Y) Minat Beli Konsumen memiliki nilai alfa Cronbach sebesar 0,776 dengan jumlah item sebanyak 9. Seluruh item dalam instrumen penelitian ini dianggap reliabel dan layak untuk analisis lebih lanjut, karena kedua Cronbach's Alpha value mereka lebih tinggi dari 0,60.



3. Uji Koefisien Korelasi

Uji Korelasi Person dilakukan untuk memastikan bagaimana variabel X dan Y saling berhubungan. Menurut Sugiyono(2018), Rumus untuk Korelasi Person adalah:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2 - (\sum x)^2)][n(\sum y^2 - (\sum y)^2)]}}$$
$$r = \frac{69(106393) - (7292490)}{\sqrt{[69(107737 - 7371225)][69(105570 - 7214596)]}}$$
$$r = 0,735819$$

Berdasarkan hasil pengujian, koefisien korelasi kedua variabel (r) adalah 0,736. Dengan demikian, hubungan antara Metode Cash on Delivery dan Minat Beli Konsumen adalah signifikan pada tingkat signifikansi 1%. Berdasarkan aturan penafsiran koefisien korelasi, hasil 0,736 masuk dalam kelompok kuat. Ini menunjukkan korelasi yang kuat dan positif antara penggunaan metode Cash on Delivery dan minat beli pelanggan.

4. Uji Koefisien Determinasi

Seberapa baik varians variabel independen menjabarkan variabel dependen ditentukan dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2). secara keseluruhan,

seberapa baik koefisien determinasi variabel independen dan model regresi yang dibuat sesuai dengan data yang tersedia (Riyatno, 2014). Nilai R Square sebesar 0,541 dihasilkan dari hasil tes koefisien determinasi. Ini menunjukkan bahwa variabel Metode Cash on Delivery (X) bertanggung jawab atas 54,1% variasi dari variabel Minat Beli Konsumen (Y). Namun, sisa 45,9 persen, yang terdiri dari aspek-aspek yang berada di luar cakupan model studi ini, disebabkan oleh elemen lainnya. Lebih jauh lagi, nilai R Square yang Disesuaikan sebesar 0,535 Ini menggambarkan kemampuan model untuk memverifikasi dengan baik bagaimana kedua variabel saling berhubungan. Besar deviasi standar, atau kesalahan standar, dari estimasi regresi terhadap data awal ditunjukkan dengan nilai standar kesalahan estimasi 2,630. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa metode Cash on Delivery meningkatkan minat pelanggan untuk membeli barang.

Pada tahap pengujiannya yaitu dengan cara uji T dan Uji F yaitu sebagai berikut : Pada uji T Menurut Sugiyono(2018), Hipotesis rata-rata komparatif antara dua sampel interval



atau rasio diuji menggunakan uji-t, sebuah statistik parametrik. Niat beli dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh teknik COD, menurut hasil uji-t. Ini menyiratkan bahwa pendekatan COD memberikan pengaruh yang substansial, pada ambang batas signifikansi 0,000, nilai-t adalah 8,894, yang secara signifikan lebih rendah dari 0,05. Niat beli diperkirakan akan meningkat sebesar 0,776 untuk setiap perubahan unit dalam metode COD. Sementara itu, nilai konstanta 8,376 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel lain, Minat Beli diperkirakan sebesar 8,376. Sedangkan pada uji F Berdasarkan hasil uji ANOVA, model regresi yang dibentuk untuk memprediksi Minat Beli Konsumen menggunakan Metode Cash on Delivery (Metode_COD) terbukti signifikan. Mengingat tingkat signifikansinya jauh lebih rendah daripada batas 0,05, nilai F terhitung sebesar 79,106 tingkat signifikansi yang sangat rendah, yaitu 0,000, menunjukkan bahwa model ini dapat secara efektif menjelaskan fluktuasi Minat Beli.

F. KESIMPULAN

Temuan pengujian menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan substansial antara minat pembelian pelanggan dan opsi pembayaran COD. Koefisien korelasi (r) sebesar 0,736 dan nilai signifikansi 0,000 menguatkan hal ini. Sebesar 54,1% fluktuasi

minat beli konsumen dapat dikaitkan dengan teknik COD, berdasarkan nilai R Square sebesar 0,541. Selain itu, statistik t sebesar 8,894 dan nilai p sebesar 0,000, uji-t menunjukkan bahwa variabel Metode COD (X) secara signifikan dan positif memengaruhi Minat Beli Konsumen (Y). Selain itu, uji-F menunjukkan bahwa ada pengaruh simultan dengan nilai F hitung 79,106 dan signifikansi 0,000. Optimalkan Cash on Delivery (COD) jika terbukti kuat menarik konsumen. Selain itu, diversifikasi metode pembayaran dengan menambahkan opsi syariah seperti transfer bank syariah atau dompet digital syariah untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Eksplorasi variabel tambahan yang memengaruhi preferensi pembeli Dapoer Abun Ian, seperti kualitas produk, promosi, ulasan pelanggan, atau demografi konsumen. Lakukan juga perbandingan mendalam pengaruh COD pada industri rumahan makanan dengan sektor lain (misalnya, kerajinan tangan atau busana muslim), dan pertimbangkan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam untuk mengungkap persepsi dan motivasi secara lebih rinci.

**G. DAFTAR PUSTAKA**

- Adrami, R., & Yahya, M. (2020). Pengaruh Media Kotak Ajaib Terhadap Motivasi Belajar Sejarah Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Padang Tiji Kabupaten Pidie. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan* ..., 5, 117–130. <Http://Www.Jim.Unsyiah.Ac.Id/Sejarah/Article/View/15614%0Ahttp://Www.Jim.Unsyiah.Ac.Id/Sejarah/Article/Viewfile/15614/7030>
- Halaweh, M. (2018). Cash On Delivery (COD) As An Alternative Payment Method For E-Commerce Transactions: Analysis And Implications. *International Journal Of Sociotechnology And Knowledge Development*, 10(4). <Https://Doi.Org/10.4018/IJSKD.2018100101>
- Nulufi, K., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2015). Management Analysis Journal Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan. In *Management Analysis Journal* (Vol. 4, Issue 2). <Http://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Maj>
- Riyatno, D. (2014). SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis. *Priyatno, Dwi*, 3.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta. Umam,. <Https://Medium.Com/>.
- Sugiyono. (2018). Sugiyono 2018:8 Metode Kuantitatif. *Sugiyono*, 2018:267, 53(9)