

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

Landasan teori dapat membantu peneliti dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS terhadap kepuasan pelaku UMKM. Bagian ini akan membahas mengenai teori yang mendasari penelitian ini.

##### **2.1.1 Sistem Pembayaran**

###### **A. Definisi Sistem Pembayaran**

Sistem pembayaran menurut UU Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia didefinisikan sebagai sebuah sistem yang didalamnya terdapat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana dalam memenuhi kewajiban yang muncul dari adanya suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran memiliki peran utama dalam perekonomian, terutama dalam memastikan kelancaran transaksi pembayaran oleh masyarakat dan bisnis (Seto, 2019). Selain itu, sistem pembayaran juga berperan penting dalam menjaga stabilitas sistem keuangan dan mendukung pelaksanaan kebijakan moneter.

Sebagai salah satu elemen dari infrastruktur keuangan, sistem pembayaran berkaitan dengan transfer dana secara signifikan berperan dalam mempercepat dan memperluas inklusi keuangan sebagai bagian dari pelaksanaan strategi keuangan inklusif nasional. Tujuan utama dari sistem pembayaran adalah untuk memfasilitasi pemindahan uang dari satu bank ke bank lain dengan cepat, aman dan efisien.

## **B. Sistem Pembayaran Tunai (*Cash*)**

Penggunaan sistem pembayaran tunai sudah ada sejak zaman dahulu. Metode pembayaran menggunakan uang tunai dalam transaksi masih menjadi salah satu cara yang umum digunakan di Indonesia. Meskipun teknologi pembayaran non-tunai seperti kartu debit, kredit, dan uang elektronik semakin populer, namun penggunaan uang tunai masih luas terutama di segmen masyarakat yang belum sepenuhnya terkoneksi dengan layanan keuangan modern.

Sistem pembayaran tunai masih banyak digunakan oleh individu dan pelaku usaha karena beberapa alasan seperti masih banyaknya orang yang tidak memiliki akses ke rekening bank atau fasilitas pembayaran non-tunai. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti kurangnya infrastruktur perbankan di daerah-daerah tertentu atau kurangnya literasi keuangan di kalangan masyarakat. Selain itu juga terdapat faktor kepercayaan dan kebiasaan yang mempengaruhi penggunaan uang tunai. Beberapa orang mungkin lebih percaya pada transaksi tunai karena merasa lebih langsung dan mudah dipahami. Ada juga faktor budaya yang masih melekat di masyarakat terkait dengan penggunaan uang tunai, seperti memberi uang dalam acara-acara tertentu seperti THR atau dalam memberikan hadiah seperti *bouquet money*. Namun demikian, pemerintah dan lembaga keuangan terus mendorong penggunaan pembayaran non-tunai untuk meningkatkan keamanan, efisiensi, dan inklusi keuangan termasuk program-program seperti Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) dengan tujuan untuk mengurangi ketergantungan pada uang tunai dan meningkatkan penggunaan layanan keuangan elektronik di masyarakat.

### **C. Sistem Pembayaran Non Tunai (*Cashless*)**

Sistem pembayaran non-tunai mengacu pada metode pembayaran di mana transaksi dilakukan tanpa melibatkan uang tunai secara fisik. Sebaliknya, transaksi ini dapat dilakukan melalui berbagai instrumen keuangan elektronik seperti kartu debit, kredit, transfer bank, *mobile banking*, *internet banking* dan teknologi pembayaran digital lainnya. Dalam konteks era digital, sistem pembayaran non-tunai telah memainkan peran yang semakin besar dalam memfasilitasi transaksi keuangan. Sistem pembayaran non-tunai menawarkan beberapa manfaat seperti kecepatan, kemudahan, dan keamanan transaksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan sistem pembayaran tunai.

Sebagai bank sentral, Bank Indonesia berkewajiban dan bertanggung jawab dalam menetapkan kebijakan moneter dan mengatur serta mengawasi seluruh kegiatan sistem pembayaran di Indonesia.

#### **2.1.2 Pembayaran Digital**

Digital Payment merupakan proses pembayaran yang dilakukan secara elektronik menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut (Rahma et al., 2021) pembayaran digital dilakukan dengan cara uang tersebut disimpan, diproses, dan diterima. Pembayaran digital adalah bentuk inovasi dari kemajuan dan perkembangan teknologi. Di Indonesia, pembayaran digital mengacu pada transaksi yang dilakukan secara digital atau melalui internet, tanpa melibatkan pertukaran uang tunai secara fisik. Meningkatnya penggunaan ponsel pintar dan

maraknya e-commerce di Indonesia mendorong pertumbuhan pembayaran digital. Jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia telah meningkat secara signifikan, menurut Bank Indonesia, dari Rp 106,78 triliun pada tahun 2018 menjadi Rp 1.177,8 triliun pada tahun 2022.

Terdapat beberapa metode Pembayaran Digital yang Populer di gunakan masyarakat Indonesia :

- **Kartu Debit** : Bank mengeluarkan kartu debit yang terhubung langsung dengan saldo di rekening bank pengguna. Kartu ini dapat digunakan untuk pembayaran dan penarikan di ATM.
- **Kartu Kredit** : Pengguna memiliki kartu kredit yang diberikan oleh bank atau lembaga keuangan yang mewajibkan mereka untuk melunasi tagihan dan biaya secara teratur.
- **Mobile Banking** : *Mobile banking* adalah metode pembayaran digital yang paling populer di Indonesia karena memungkinkan pelanggan untuk mentransfer uang di antara bank yang sama atau antar bank yang berbeda melalui aplikasi ponsel pintar.
- **Dompot Elektronik** : Dompot elektronik adalah dompet digital yang memungkinkan nasabah menyimpan uang dan dapat digunakan untuk berbagai pembayaran.

Beberapa keuntungan dan manfaat dari pembayaran digital yang dapat dirasakan:

- Kenyamanan
- Keamanan

- Aksesibilitas
- Tingkat keberhasilan tinggi

### **2.1.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi dan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang memiliki basis dari masyarakat dengan keterjangkauan modal yang sangat minim. Menurut (Sofyan, 2017) UMKM merupakan salah satu penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Tidak hanya berkontribusi terhadap PBB, secara umum UMKM juga berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Pada tahun 2014, UMKM mampu mengurangi jumlah pengangguran sebanyak 114,14 juta orang. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro merupakan usaha produktif milik badan usaha perorangan dan/atau orang perseorangan.

Pasal 1 dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang UMKM mendefinisikan UMKM sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro adalah usaha berkembang yang dimiliki dan dijalankan oleh badan usaha kecil atau perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro dan diatur dalam undang-undang.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi kreatif yang berdiri sendiri. Usaha ini dimiliki dan dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan bagian dari cabang

perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Besar.

- c. Usaha Menengah adalah entitas ekonomi produktif yang beroperasi secara independen, baik sebagai usaha orang perorangan maupun badan usaha, dan bukan anak perusahaan baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar, baik dari segi kepemilikan, pengendalian, atau keanggotaan. Kriteria untuk menjadi Usaha Menengah termasuk jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang yang berlaku.
- d. Usaha Besar adalah entitas ekonomi produktif yang dijalankan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang melebihi standar yang berlaku untuk Usaha Menengah. Ini mencakup perusahaan nasional yang dimiliki oleh negara atau swasta, usaha patungan antara beberapa pihak, dan entitas usaha asing yang beroperasi di Indonesia dalam berbagai sektor ekonomi.

Bentuk permodalan UMKM diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang No.20

Tahun 2008 tentang permodalan dalam UMKM adalah sebagai berikut :

- 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang UMKM menjelaskan terkait kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Adapun klasifikasi UMKM adalah sebagai berikut :

- a. *Livelihood Activities* mengacu pada kegiatan yang dilakukan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) yang termasuk dalam sektor informal, seperti pedagang kaki lima, dan penjual makanan keliling.

- b. *Micro Enterprise* merujuk pada UKM yang termasuk dalam kategori pengrajin, seperti pengrajin kemasan bekas pakai.
- c. *Small Dynamic Enterprise* menggambarkan usaha kecil menengah yang berkolaborasi satu sama lain dan bahkan mampu melakukan subkontrak serta ekspor, seperti pengrajin mebel dan pengrajin batik.
- d. *Fast Moving Enterprise* menunjukkan usaha kecil menengah yang masuk dalam subsektor besar dan telah mampu melakukan ekspor dalam jumlah lebih banyak, seperti restoran siap saji.

#### **2.1.4 Kepuasan**

Kepuasan merupakan hasil yang dirasakan oleh pembeli ketika suatu perusahaan berhasil memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Pelanggan akan merasa puas ketika harapan mereka terpenuhi, bahkan merasa sangat puas jika perusahaan dapat melebihi harapan tersebut. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007), kepuasan konsumen adalah respons emosional seseorang yang timbul setelah membandingkan hasil yang diberikan oleh suatu produk dengan ekspektasi yang dimilikinya. Menurut Tjiptono (2012), kepuasan konsumen adalah kondisi di mana konsumen merasa puas ketika mereka menyadari bahwa produk atau layanan yang mereka terima telah memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang telah mereka tentukan sebelumnya. Menurut Delima et al. (2019), banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk kualitas produk dan kualitas



layanan, terbukti bahwa kepuasan pelanggan dalam jangka panjang dapat ditingkatkan melalui layanan, promosi, biaya, dan citra merek.

Kepuasan adalah kondisi di mana seseorang merasa puas, senang, atau lega. Ini berkaitan dengan perasaan puas, kebahagiaan, atau rasa lega seseorang setelah mengonsumsi suatu barang atau layanan yang baik. Konsumen, di sisi lain, adalah orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lainnya daripada untuk kepentingan perdagangan. Secara umum, kepuasan pelanggan terjadi setelah membandingkan apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan (Ahmad Zikri, 2022). Meningkatkan kepuasan pelanggan dan memenuhi ekspektasinya adalah cara untuk membangun kesetiaan pelanggan. Ketika apa yang mereka terima sesuai dengan harapan mereka, konsumen akan merasa puas. Memenuhi kebutuhan pelanggan adalah prioritas bagi setiap bisnis. Memenuhi kebutuhan pelanggan adalah bagian penting dari kelangsungan hidup bisnis dan dapat memberikan keunggulan dalam persaingan.

### **2.1.5 QRIS**

*Quick Response Code Indonesian Standard* atau yang biasa kita sebuta QRIS merupakan sebuah pembayaran menggunakan aplikasi uang elektronik *server based, e-money dan mobile banking*. QRIS ini diluncurkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), menggunakan standar internasional yang disusun oleh EMV Co, sebuah lembaga yang mengembangkan standar internasional untuk QR Code dalam sistem pembayaran. Dalam QRIS,

konsumen dapat melakukan pembayaran dengan memindai kode QR yang tersedia di merchant dan memasukkan nominal transaksi. Transaksi kemudian akan diotorisasi, dan konfirmasi pembayaran akan dikirimkan kepada penyedia barang dan/atau jasa (Mustafa Kamal Rokan, 2022). QRIS bertujuan untuk menstandarkan pembayaran agar memudahkan siapapun untuk melakukan transaksi. Bank Indonesia sebagai Bank sentral menerbitkan QR Code pertama kali pada tanggal 17 agustus 2019 bertepatan dengan HUT Kemerdekaan Republik Indonesia ke-74. QRIS juga ikut mendukung Gerakan Nasional Non Tunai yang dikenal sebagai program GNNT, yang bertujuan untuk mengarahkan masyarakat Indonesia menuju *Less Cash Society* (LCS), suatu upaya yang diperjuangkan oleh Bank Indonesia. Keberadaan QRIS memungkinkan semua aplikasi pembayaran dari penyedia layanan transaksi digital, baik itu lembaga keuangan bank maupun non-bank, dapat diakses dengan luas di berbagai sektor, termasuk UMKM, industri kuliner, layanan parkir, pembelian tiket wisata, donasi dengan menggunakan logo QRIS, dan bidang lainnya (Musa F. Silaen et al., 2021).

Menurut Bank Indonesia, pembayaran non-tunai dibagi menjadi dua teknik, yakni *e-money* dan *e-wallet*. *E-money*, atau uang elektronik, adalah cara pembayaran yang menggunakan chip (offline), sedangkan *e-wallet*, atau dompet digital, adalah teknik pembayaran yang menggunakan server (online), seperti OVO, Dana, Go-Pay, i-saku dan LinkAja . Keuntungan menggunakan dompet digital ini terletak pada kepraktisan, kenyamanan, dan keamanannya. Proses pembayaran dilakukan dengan mudah melalui beberapa langkah, hingga transaksi selesai dan bukti transaksi secara otomatis tercatat dalam riwayat transaksi konsumen. Tujuan

utama QR adalah untuk menyediakan layanan pembayaran berbasis QR dengan satu kode QR tunggal. Artinya, meskipun pelanggan menggunakan berbagai aplikasi pembayaran digital, toko hanya perlu menyediakan satu QR Code. Meskipun demikian, saat ini terdapat sejumlah aplikasi pembayaran yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Faktanya, saat ini terdapat 38 e-wallet yang memiliki izin resmi pemerintah. Hal ini membuat masyarakat enggan menggunakan uang elektronik yang dapat difasilitasi dengan satu kode QR nasional (Imron, 2021).

Bank Indonesia mengusung tema UNGGUL (universal, gampang, untung, dan langsung) dalam pengadaan QRIS (Anam, 2020) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Universal, dapat digunakan di dalam dan di luar negeri.
- b. Gampang yang berarti transaksi dapat dilakukan dengan aman melalui smartphone
- c. Untung, satu kode QR dapat digunakan untuk semua aplikasi
- d. Langsung, transaksi dapat dilakukan dengan cepat.

#### **2.1.6 Merchant Discount Rate (MDR)**

Bank Indonesia Bank Indonesia (BI) menetapkan biaya *Merchant Discount Rate* (MDR) sebesar 0,3% kepada merchant untuk penggunaan sistem pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS). Tujuan dari biaya ini adalah untuk menutupi biaya pemeliharaan sistem dan memastikan kelangsungannya. MDR dikenakan kepada merchant atau pedagang yang menggunakan sistem QRIS

untuk bertransaksi. Artinya, pedagang bertanggung jawab untuk membayar biaya 0,3 persen kepada penyedia layanan pembayaran, seperti bank dan lembaga keuangan lainnya, untuk setiap transaksi yang diproses melalui sistem QRIS . Oleh karena itu, biaya MDR tidak boleh dikenakan kepada konsumen. Dikutip dari keuangan.kontan.co.id tahun 2024 Bank Indonesia menegaskan bahwa Merchant Discount Rate (MDR) sebesar 0,3 persen yang ditetapkan sejak 1 Juli 2023 dikenakan kepada pedagang dan bukan kepada konsumen.

Performance Manager di Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran (DKSP) BI Elyana Widyasari menyampaikan, MDR 0,3 persen ini merupakan biaya yang akan dikenakan kepada pedagang oleh Penyedia Jasa Pembayaran (PJP). Namun, pedagang tidak boleh membebankan balik ke konsumen atau pembeli. Biaya ini dirancang agar mudah dikelola oleh pedagang, karena dibatasi hanya sebesar 0,3 persen dari nilai transaksi, dan hanya berlaku untuk transaksi di atas Rp100.000. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa biaya tersebut tidak menjadi beban yang berat bagi pedagang, sehingga mereka dapat terus menggunakan sistem QRIS tanpa mengeluarkan biaya yang terlalu tinggi.

MDR bukanlah langkah untuk menghasilkan keuntungan bagi Bank Indonesia. Sebaliknya, MDR dimaksudkan untuk menutupi biaya operasional dan pemeliharaan sistem QRIS, termasuk pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur dan perangkat lunak yang diperlukan. Dengan kata lain, MDR 0,3 persen adalah biaya yang dikenakan oleh Bank Indonesia kepada pedagang untuk menggunakan sistem pembayaran QRIS, yang bertujuan untuk menutupi biaya pemeliharaan sistem dan memastikan kelangsungannya.

## 2.2 Studi Terkait

Penelitian yang dilakukan oleh (Kudu et al., 2023) yang berjudul “ Efektivitas Penggunaan Payment QRIS Pada Transaksi Penjualan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah” bertujuan untuk menganalisis efektivitas pengguna *Fintech Payment* QRIS pada transaksi penjualan usaha mikro, kecil dan menengah di Kecamatan Kota Waingapu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur dan teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu model analisis interaktif Miles & Huberman, data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari usaha mikro kecil dan menengah di Kecamatan kota Waingapu. Data yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 5 orang informan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan QRIS belum dapat dikatakan efektif karena tidak semua pelaku usaha paham dengan program QRIS. Kurangnya informasi tentang QRIS membuat pelaku usaha memilih tidak menggunakan QRIS. Pencairan dana yang lambat juga menjadi pertimbangan para pelaku untuk menggunakan QRIS sehingga mereka lebih memilih menggunakan transaksi tunai atau langsung transfer ke rekening pelaku usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nasution, 2021) berjudul “Analisis Persepsi Pedagang Pada Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi UMKM di Kota Medan” bertujuan untuk mengetahui sejarah Bank Indonesia *pertama* kali meluncurkan QRIS sebagai alat pemersatu QR Code Sistem Pembayaran Nontunai, *kedua*, Penerapan QRIS sebagai pendorong untuk mewujudkan visi Sistem Pembayaran Indonesia 2025, dan *ketiga* Persepsi Pedagang pada penggunaan QRIS sebagai alat

transaksi UMKM di kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data yaitu melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi serta studi pustaka. Hasil penelitian menyatakan bahwa *pertama*, Bank Indonesia meluncurkan QRIS untuk menyederhanakan pembayaran non tunai berbasis QR Code. *Kedua*, QRIS sebagai salah satu inisiatif untuk mewujudkan Sistem Pembayaran Indonesia 2025 dan *Ketiga* dengan adanya QRIS membantu merchant (UMKM) untuk melakukan pembayaran yang lebih praktis, cepat dan aman serta mendorong merchant untuk menabung sebagian penghasilan mereka namun menurut hasil wawancara penulis masih sedikit masyarakat yang menggunakan pembayaran non tunai dan masih banyak yang belum tau apa itu QRIS.

Penelitian lain dilakukan oleh Buluati et al (2023) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo” bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kenyamanan, keamanan, kepercayaan dalam bertransaksi terhadap minat menggunakan QRIS pada pelaku UMKM. Penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari hasil pengisian kuisioner oleh 78 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dimana analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis dan menjawab permasalahan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi, keamanan transaksi dan kepercayaan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan QRIS.

Hutabarat et al (2022) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Produsen (Studi Kasus UKM Kota Medan)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan QRIS terhadap kepuasan produsen. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 40 dari populasi UKM kuliner di Kota Medan. Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu non probability dengan menggunakan sampling jenuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari penggunaan QRIS terhadap kepuasan produsen.

Penelitian lainnya yaitu Mahardika (2022) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS Pada UMKM Selama Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM di Kota Bandar Lampung)”. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sifat penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuisioner yang telah diuji validitas dan realibilitasnya. Dalam penelitian ini, populasinya adalah para pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung. Teknik sampel yang dilakukan adalah *purposive sampling* dengan sampel 100 responden. Uji prasyarat analisis menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Uji hipotesis menggunakan uji analisis linear berganda, analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ), analisis uji signifikan parsial (uji T) dan analisis uji signifikan simultan (uji F). Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan IBM SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa



secara parsial variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS dan variabel kemudahan QRIS berpengaruh terhadap penggunaan QRIS. Sementara itu, secara simultan variabel literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS dengan nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel ( $9,125 > 3,09$ ). Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan menggunakan QRIS pada UMKM. Kemudahan yang ditawarkan QRIS memiliki keterkaitan dengan konsep Taysir atau kemudahan dalam ekonomi islam. Ekonomi islam memiliki sebuah kaidah fiqh yang berbunyi Masyaqqoh Tajlibu At-Taysir dimana kaidah tersebut menjelaskan bahwa kesulitan itu mengharuskan kemudahan.

Natalina et al (2021) melakukan penelitian yang berjudul “Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi di Kota Kediri”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan QRIS pada pelaku UMKM dan untuk mengetahui kendala dan hambatan yang terjadi pada penerapan QRIS pada pelaku UMKM. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *interview* dan *focus group discussion* (FGD). Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang ada di 3 Kecamatan di Kota Kediri yaitu Kecamatan Kota, Kecamatan Pesantren, Kecamatan Mojoroto. Teknik sampel yang dilakukan adalah *purposive sampling* dengan sampel 15 pelaku



UMKM dengan masing-masing 5 pelaku UMKM yang mewakili setiap Kecamatan. Data yang digunakan juga didapatkan dari hasil *interview* kepada Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Kediri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan “melek teknologi” dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan distribusi dan pemasaran sehingga penjualan dapat meningkat. Keuntungan yang didapat dari QRIS adalah kemudahan bertransaksi dengan konsumen tanpa menggunakan uang tunai. Sementara itu, kendala yang terjadi adalah konektivitas internet yang tidak lancar, biaya data cukup mahal dan pelakunya tidak percaya diri. Dari Departemen Koperasi dan UKM Kota Kediri sudah banyak kebijakan yang dilakukan telah dilakukan untuk dapat mendukung kelangsungan hidup UKM di Kediri yaitu adanya pelatihan dan adanya koperasi untuk UKM. Dan QRIS masuk Kota Kediri menunjukkan sebanyak 53% persen menyatakan minatnya menggunakan QRIS untuk transaksi perdagangan mereka.

Penelitian lain dilakukan oleh (Purwinarti et al., 2022) berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Penggunaan QRIS sebagai Metode Pembayaran UMKM Kuliner di Kota Depok”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis deskriptif dan analisis SWOT. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa perlu adanya penambahan layanan pembayaran digital menggunakan QRIS oleh pelaku UMKM sebagai salah satu strategi promosi guna meningkatkan persaingan di era digital. Sebagai salah satu penyumbang PDB terbesar, perlu adanya pelatihan yang diberikan oleh

pemerintah guna meningkatkan kemampuan dan tekad bagi pelaku UMKM untuk terus berkembang dan beradaptasi sehingga hambatan seperti kurangnya pemahaman dan pengetahuan UMKM karena faktor usia dan pengetahuan dapat teratasi dengan baik.

