

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Landasan Teori

1. *Digital Payment*

a. Pengertian *Digital Payment*

Digital Payment menurut Gaol adalah sistem pembayaran yang khusus telah dikembangkan untuk menangani pembayaran barang-barang secara elektronik melalui internet. Sistem pembayaran digital atau biasa disebut *digital paymnet* atau *mobile payment* merupakan alat pembayaran dalam bentuk uang elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Pembayaran digital adalah pembayaran yang berbasis teknologi yang mana dalam alat transaksi yang mana tidak membutuhkan lagi uang kertas maupun cek sehingga memudahkan pengguna. Dalam transaksi pembayaran, pembayar dan penerima menggunakan metode digital untuk membayar dan menerima uang, semua transaksi pembayaran digital dilakukan secara online.²² Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *digital payment* adalah metode pembayaran dalam media elektronik yang tidak membutuhkan uang kertas

²² Yunita, Chandra Puspita “Analisis Kesesuaian Teknologi Penggun Digital Payment pada Aplikasi OVO.” Jurnal Manajemen Informatika, Vol. 9, No, 2, thn 2019, hlm. 121-128

atau cek dalam transaksinya.

Menurut Bank Indonesia instrumen pembayaran elektronik dengan menggunakan kartu telah berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis yakni dengan uang elektronik. Meskipun memuat karakteristik yang sedikit berbeda dengan instrumen pembayaran lainnya seperti kartu kredit dan kartu ATM/debit, namun penggunaan instrumen ini tetap sama dengan kartu kredit dan kartu ATM/debit yaitu ditunjukkan untuk pembayaran.²³

b. Indikator *Digital Payment*

Indikator Digital Payment menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati sebagai berikut: ²⁴

1) *Perceived Ease of Use* (Presepsi Kemudahan Penggunaan)

Presepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah untuk dipahami. Presepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha baik waktu dan tenaga seseorang dalam mempelajari teknologi informasi. Kemudahan yang diberikan layanan *digital payment* berupa kemudahan untuk dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Pengguna mempercayai bahwa teknologi informasi

²³ Siti Erna Purnama Wati, Skripsi: “ Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya”, (Surabaya, Universitas Islam Negeri Sunana Ampel, 20200 , hlm. 12

²⁴ Amadea Rahma Prambudi “ Analisa Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention Pada Aplikasi Digital Payment Ovo”, Jurnal Strategi Pemasaran, Vol. 6 No. 2, thn 2019, hlm. 1-10

yang lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah pengoprasiaannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

2) *Percieved Usefullness* (Presepsi Manfaat)

Prcieved Usefullness didefinisikan sebagai “ *the degree to wich a person berlieves that using particular system would enhance his her job performance*” (suatu tingkatan dimana seorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut). Konsumen dapat menggunakan *digital payment* setelah mereka percaya bahwa menggunakan sistem seperti ini dapat meningkatkan tabungan mereka atau meningkatkan efesiensi dalam cara mereka melakukan berbagai transaksi. Semakain besar manfaat yang diberikan maka semakin besar pula keinginan konsumen membelanjakan produk atau jasa dengan menggunakan *mobile payment*.

3) *Preceived Credibility*

Presepsi kredibilitas didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan penggunaan *digital payment*. Semakin tinggi tingkat kredibilitas dari suatu teknologi maka akan meningkatkan penggunaan layanan *digital payment*.

4) *Social Influence*

Social Influence menunjukkan perilaku individu dipengaruhi oleh cara mempercayai orang lain sebagai akibat dari penggunaan *mobile paymnet*.

5) *Behavior Intentions*

Intentitas penggunaan *mobile payment* akibat faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas dan pengaruh sosial mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan *mobile payment* guna mempermudah seseorang dalam bertransaksi dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakan uangnya.

c. **Jenis-Jenis *Digital Paymnet***

Di era Industri 4.0 atau yang lebih dikenal dengan era disrupsi dimana teknologi komunikasi informasi berkembang pesat. Pelaku usaha (penjual) pun harus mengikuti setiap perkembangan jaman dengan tujuan bisnis yang sedang dijalaninya berjalan dengan lancar.²⁵ Perkembangan industri ini juga memberikan dampak terhadap sistem pembayaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang beralih kepada sistem pembayaran secara digital. Salah satu sistem pembayaran digital yang digunakan oleh UMKM adalah penggunaan QRIS, berikut beberapa aplikasi sistem pembayaran digital yang dapat menggunakan QRIS:²⁶

²⁵ Leni Marlina, dkk., *Digital Marketing* (Bandung, Widina Bhakti Persada Bandung, 2020) hlm. 95

²⁶ Jefry Tarantang, dkk., “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia”, *Jurnal Al Qardh*, Vol. 4 No. 1, 2019, hlm.65

1) OVO

Perusahaan Lippo Group merupakan salah satu perusahaan yang mengembangkan sauti inovasi dalam sistem pembayaran digital, sebuah *smarth financial* digital diluncurkan yaitu OVO. OVO merupakan layanan dompet digital yang menawarkan berbagai transaksi di sejumlah mitra OVO. OVO membuat suatu strategi kerja sama dengan empat perusahaan besar di Indonesia, seperti Bank Mandiri, Alfamart, Grab dan Moka.²⁷

Implementasi QRIS di Indonesia secara nasional berlaku mulai 1 Januari 2020, guna memberikan masa transisi persiapan bagi Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Direktur OVO Harianto Gunawan merespon keputusan BI mengenai kewajiban PJSP, baik lokal maupun asing untuk menerapkan QRIS setelah diluncurkan. OVO memandang positif dengan adanya kebijakan yang telah dikeluarkan BI tersebut.²⁸

OVO berkomitmen untuk tetap memberdayakan dan mendukung para *merchant* modern maupun UMKM agar mereka dapat tetap dapat menjalankan usahanya masing-masing. Oleh karena itu OVO menerapkan pembayaran

²⁷ Nopy Ernawati, Lina Noersanti, "Pengaruh Presepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna pada Aplikasi OVO", *Jurnal Manajemen STEI*, Vo. 3 No. 2, 2020, hlm 28

²⁸ Mutia Fauziah, Go-Pay dan OVO Siap Terapkan QRIS Pada Transaksinya, <https://www.kompas.com> diakses pada tanggal 26 September 2023 pukul 10.43

QRIS kepada pengguna OVO melalui sosial media atau aplikasi *merchant*. Kemudian pengguna dapat menggunakan fitur tersebut dengan melakukan *login* terlebih dahulu dan memilih fitur *scan* untuk melakukan pembayaran.²⁹

2) Go-pay

Go-pay adalah uang elektronik yang diterbitkan oleh PT DAB yang terdaftar dan dimonitor oleh Bank Indonesia yang memiliki fungsi sama dengan uang tunai yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang sah. Nilainya pun sama dengan nilai uang tunai yang di depositkan terlebih dahulu di dalam akun Go-pay.³⁰ Berikut beberapa layanan yang disiapkan pada fitur Go-Pay: ³¹

a) Top-Up

Top-Up adalah layanan pengisian saldo akun Go-pay yang dapat dilakukan melalui pengemudi Go-jek, dapat pula dengan cara mentransfer dana melalui bank-bank tertentu di Indonesia atau melalui institusi lain yang ditentukan.

²⁹ Winda, Cara Bayar Pakai QRIS OVO, Nikmati Beragam Penawaran Cashback Menarik, <https://cerdasbelanja.grid.id> diakses pada tanggal 26 September 2023 pukul 11.15

³⁰ Hendra Wijaya, "Takyif Fiqih Pembayaran Jasa Transportasi Online Menggunakan Uang Elektronik (Go-pay dan OVO)", *Jurnal Bidang Kajian Islam*, Vol. 4, no. 2, 2018, hlm. 191

³¹ *Ibid.*, hlm. 191

b) Pembayaran

Go-Pay dapat digunakan untuk melakukan tagihan transaksi kepada pelaku usaha yang menawarkan layanannya. Setiap pembayaran akan secara otomatis mengurangi saldo Go-pay dengan jumlah dan nominal yang sama.

c) Transfer Dana

Transfer dana merupakan layanan untuk mengalihkan dana ke akun Go-pay lainnya yang akan secara otomatis mengurangi saldo yang tertera dalam akun Go-pay asal.

d) Penarikan Tunai

Penarikan tunai merupakan layanan untuk menarik dana yang terdapat dalam akun Go-Pay melalui bank yang telah terdaftar, yang akan secara otomatis mengurangi jumlah saldo Go-pay dengan jumlah yang sama. Penyedia jasa uang elektronik, Go-pay mengharapkan bahwa QRIS dapat mendorong transaksi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) lebih baik. Adanya pengguna QRIS merupakan salah satu rangka dalam inklusi keuangan dan ekonomi di Indonesia. Go-pay sendiri sedang gencar melakukan sosialisasi QRIS kepada UMKM melalui forum “Pedagang Baik”. Dengan

begitu, mitra Go-pay siap menerapkan QRIS sesuai arahan Bank Indonesia.³²

3) Link Aja

Pada bulan Januari tahun 2019 PT. Telkom Bersama Himpunan Bank Milik Negara (HIMBARA) memutuskan untuk meluncurkan platform pembayaran elektronik baru berbasis QR yang bernama Link Aja. Keputusan tersebut membuat Telkomsel *Cash* harus melebur menjadi Link Aja mulai awal Februari 2019. Link Aja beroperasi dibawa PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) yang merupakan bentukan 7 BUMN yaitu PT Telkomsel, Pt Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, PT Bank Nasional Indonesia (persero) Tbk, PT Bank Mandiri (persero) Tbk, PT Bank Tabungan Negara (persero) Tbk, PT Pertamina (persero) Tbk, dan PT Asuransi Jiwasraya (persero). Link Aja memiliki misi untuk memberikan akses layanan keuangan kepada masyarakat Indonesia, serta diharapkan bisa meningkatkan inklusi keuangan dan meyukseskan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Saat ini Link Aja menjadi salah satu aplikasi pembayaran digital yang banyak diminati.³³

³² Antara, Go-Pay Berharap Penerapan QRIS dapat Mendorong Transaksi UMKM, <https://www.antarnews.com> diakses pada tanggal 26 September 2023 pukul 12.03

³³ Rayhan Ar Rasyud, dkk., "Anlisis Minat Mengunnakan Mobile Payment Dengan Pendekatan Technology Accpetance Model Pada Pengguna Link Aja Sukabumi," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2, 2020, hlm.116

PT Fintek Karya Nusantara (Link Aja) bekerja sama dengan PT Jalin untuk memperluas implementasi layanan QRIS yang menghubungkan pembayaran antarnegara (*cross-border*) melalui interkoneksi kode QR antara Malayasia dan Indonesia. Sehingga pada Agustus 2022, jalin dan Link Aja telah mengimplementasikan layana QRIS antar negara di Thailand. Dengan adanya perluasan implementasi QRIS ini dapat meberikan sistem pembeyaran regional yang aman, efesien, canggih dan kolaboratif.³⁴

4) Dana

DANA merupakan salah satu dompet elektronik untuk mempermudah sistem pembayaran *cashless* yang mudah dan cepat. DANA sebagai dompet elektronik yang bersifat *Open Source* dimana setiap pengguna dapat mengunduh secara gratis dan digunakan untuk mendukung setiap aktivitas ekonomi di Indonesia terutama pada sistem pembayaran. Dengan melakukan pembayaran dengan DANA tercipta sebuah sistem pembayaran yang cepat dan praktis. DANA turut serta dalam menghemat biaya produksi dan distribusi uang fisik untuk membantu pemerintah. DANA terus meningkat serta mengembangkan teknologi infrastruktur

³⁴ Lida Puspaningtyas, Jalin dan Link Aja Perluas Implementasi QRIS Hingga Ke Malayasia, <https://www.ekonomila.republika.co.id> diakses pada tanggal 26 September 2023 pukul 12.33

ekonomi digital yang cepat, aman dan praktis sehingga diminati oleh masyarakat di Indonesia.³⁵

DANA menjadi salah satu Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) pertama di Indonesia yang telah 100% menuntaskan penerapan QRIS. Dengan tuntasnya penerapan DANA QRIS, masyarakat kini dapat menggunakan dompet digital DANA untuk melakukan transaksi di *merchant* yang menyediakan kode QR bertanda QRIS dari PJSP manapun. Bagi DANA, QRIS menjadi jembatan yang efektif dalam mengedukasi masyarakat untuk mengenal konsep dompet digital secara utuh melalui penggunaan dompet digital DANA setiap transaksi.³⁶

5) ShopeePay

ShopeePay adalah layanan dompet digital yang ditawarkan oleh Shopee, sehingga dapat melakukan transaksi online pada situs shopee, transaksi online yang dilakukan diluar shopee seperti diaplikasi atau situs *merchant*, transaksi online dengan *merchant* yang menerima pembayaran melalui QRIS.³⁷ ShopeePay sudah mendapat lisensi bank Indonesia pada bulan Agustus 2018 dan resmi didirikan di

³⁵ Aji Suryana, dkk., "Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompet Digital Menggunakan Kerangka Kerja COBIT 5.0 Domain DSS (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dana)", *Jurnal SENAMIKA*, Vol. 2, No. 2, 2021, hlm 543.

³⁶ DANA, Tuntaskan Implementasi QRIS, DANA Perkuat Sinergi Ekosistem Ekonomi Digital, <https://www.dana.id> diakses pada tanggal 26 September 2023 pukul 12.58

³⁷ Shopee, Apa itu ShopeePay dan bagaimana aktivasinya?, <https://www.help.shopee.co.id> diakses pada 26 September 2023 pukul 13.24

bulan November 2018. Awalnya aplikasi pembayaran ShopeePay hanya bisa dipakai untuk metode pembayaran pada aplikasi Shopee saja. Namun saat tahun 2019, ShopeePay lebih meningkatkan performanya sehingga bisa diaplikasikan jika bertransaksi diberbagai jenis *merchant* yang bekerjasama dengan Shopee.³⁸

6) *Mobile Banking*

Mobile Banking adalah tindakan melakukan transaksi keuangan online dengan bantuan perangkat keungan online dengan bantuan perangkat telekomunikasi *mobile* seperti ponsel atau tablet. Melalui ponsel, pengguna perbankan dapat mengakses layanan keuangan dan non keuangan seperti manajemen rekening, informasi saldo, pemindahan, pembayaran tagihan, perubahan PIN dan permintaan buku cek.³⁹

2. *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

a. *Pengertian Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

Menurut Bank Indonesia QRIS merupakan gabungan dari kode QR yang berbeda dari Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Membuat transaksi yang melibatkan QR Code menjadi lebih sederhana, cepat dan aman. Bank Indonesia dan penyelenggara

³⁸ Jessica Djaja,dkk., “Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Transaksi Menggunakan Kode QR Terhadap Kepuasan Pengguna ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Makasar”, *Jurnal JESIT*, Vol. 3, No. 1, 2022, hlm. 37

³⁹ Abi Fadhlán, Rizki Yudhi Dewantaram “Pengaruh Presepsi Kemudahan Dan Presepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking”, *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, Vol. 3, No. 1, 2021, hlm. 83

sistem pembayaran mengembangkan QRIS. QRIS harus diterapkan oleh seluruh penyedia jasa sistem pembayaran yang menerima pembayaran kode QR.⁴⁰ Menurut Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) QRIS merupakan pembayaran digital menggunakan *scan* QR Code yang dapat dibaca oleh penyelenggara sistem pembayaran dengan minimal transaksi mulai dari Rp 1-Rp.1.000.⁴¹

Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) adalah *satandard QR Code* pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI).⁴² QRIS juga diartikan sebagai transaksi pembayaran secara digital, sehingga lebih memudahkan masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator dari satu pintu. Maksudnya adalah satu sistem untuk semua modal pembayaran QRIS bisa digunakan disemua *merchant* yang kerja sama dengan PJSP seperti OVO, LinkAja, DANA, Bukalapak, dan lainnya.⁴³

Bank Indonesia menetapkan batas maksimum transaksi menggunakan QRIS dibatasi paling banyak sebesar Rp. 10.000.000 (Sepuluh Juta Rupiah) per transaksi. Penerbit dapat menetapkan

⁴⁰ Wahyu Widiana, dkk., *Keuangan Bisnis Digital*, (Padang Sumatra Barat, PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm.74

⁴¹ Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia, QRIS, <https://www.aspi.indonesia.or.id> diakses pada 17 September 2023 pukul 16.57

⁴² Ana Srikaningsih, *QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*, (Yogyakarta, Penerbit Andi, 2020), hlm. 45

⁴³ *Ibid.*, hlm.45

batas nominal kumulatif harian dan/atau bulanan atas transaksi QRIS yang dilakukan oleh setiap pengguna QRIS, yang ditetapkan berdasarkan manajemen Penerbit.⁴⁴

Transaksi QRIS menggunakan sumber dana berupa simpanan dan/atau instrumen pembayaran berupa kartu kredit, kartu debit, dan/atau uang elektronik yang menggunakan media penyimpanan *server based*. Penggunaan sumber dana atau instrumen pembiayaan diterapkan berdasarkan usulan dari Lembaga Standard yang disetujui Bank Indonesia.⁴⁵

b. Jenis Pembiayaan Menggunakan QRIS

Jenis pembiayaan menggunakan QRIS tentunya tidak hanya terpaku pada satu metode saja, terdapat dua jenis pembiayaan secara tidak langsung dengan menggunakan QRIS, yaitu:⁴⁶

1) Merchant Presented Mode

Mekanisme *QR Code Merchant Presented Mode* ini merupakan sebuah jenis pembiayaan dengan QRIS, dimana pelanggan akan menggunakan *Code* yang telah disediakan *merchant*. Ada 2 bentuk *QR Code Merchant Presented Mode*, yaitu:

⁴⁴ Bank Indonesia, Sistem Pembayaran Ritel , <https://www.bi.go.id> , diakses pada tanggal 17 September 2023 pukul 18.37

⁴⁵ Bank Indonesia, Kanal Layanan, <https://www.bi.go.id> , diakses pada tanggal 18 September pukul 10.13

⁴⁶ Josev Evan Sihalodo, Atifa Ramadani dan Suci Rahmayanti, “Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard”, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, No. 2, 2020, hlm. 287-297

- a) *QR Code Merchant Presented Mode Statis*, yaitu:
 - a. Mesin EDC akan mencetak struk pembayaran dengan tertera juga QR Code.
 - b. Setiap transaksi dicetak dengan QR Code yang berbeda.
 - c. Nominal pembayaran telah tertera pada QR Code.
- b) *QR Code Merchant Presented Mode Dinamis*, yaitu:
 - a. Mesin EDC akan mencetak struk pembayaran dengan tertera juga QR Code dan monitor akan menunjukkan nominal pembayaran.
 - b. Setiap transaksi dicetak QR Code yang berbeda.
 - c. Nominal pembayaran telah tertera pada QR Code.

2) *Customer Presented Mode*

Pembayaran secara tidak langsung dengan menggunakan mekanisme *QR Code Customer Presented Mode* ini dapat digunakan oleh setiap orang. Konsumen dapat memilih dan mengunduh aplikasi pembayaran yang terpasang pada ponsel dan mempunyai saldo untuk bertransaksi. *Merchant* akan menscan QR Code yang ditampilkan melalui *smartphone* pelanggan.

c. Karakteristik QRIS



Gambar 2.1 QRIS UNGGUL

Sumber :bi.go.id ⁴⁷

Bank Indonesia menerapkan karakteristik UNGGUL pada QRIS, yang merupakan kepanjangan dari : ⁴⁸

1) Universal

Maksud dari Universal disini bahwasannya QRIS dapat menerima pembayaran aplikasi apapun yang menggunakan *QR Code*, jadi masyarakat tidak perlu memiliki macam-aplikasi pembayaran.

2) Gampang

Gampang disini memiliki dua tujuan yaitu:

- a) Masyarakat : Mudah, tinggal *scan* dan klik bayar.
- b) *Merchant*: Mudah, tidak perlu memajang banyak QR Code, cukup satu QRIS yang dapat dipindai menggunakan aplikasi pembayaran QR apapun.

⁴⁷ Bank Indonesia, Kanal dan layanan, <https://www.bi.go.id> diakses pada tanggal 20 September 2023 pukul 18.30

⁴⁸ Bank Indonesia, QR Code Indonesian Standard (QRIS), <https://www.bi.go.id> diakses pada tanggal 20 September 2023 pukul 18.58

3) Untung

Untung memiliki dua tujuan yaitu:

- a) Pengguna : Dapat menggunakan akun pembayaran *QR* apapun untuk membayar.
- b) *Merchant*: Cukup punya satu akun untuk menerima semua pembayaran *QR Code*.

4) Langsung

Pembayaran dengan QRIS langsung diproses seketika. Pengguna dan *merchant* langsung mendapatkan notifikasi transaksi.

d. Manfaat QRIS

Manfaat QRIS sendiri adalah sebagai berikut: ⁴⁹

- 1) Bagi Penggunaan aplikasi pembayaran
 - a) Cepat dan kekinian.
 - b) Tidak perlu repot lagi membawa uang tunai.
 - c) Tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang.
 - d) Terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia.

⁴⁹ Bank Indonesia, Apa Itu QRIS? Pengertian dan Manfaat, <https://www.bi.go.id> diakses pada tanggal 20 September 2023 pukul 07.46

2) Bagi Merchant

- a) Penjualan berpotensi meningkat karena pembayaran berbasis QR apapun
- b) Meningkatkan branding
- c) Kekinian
- d) Lebih praktis karena cukup menggunakan satu QRIS
- e) Mengurangi biaya pengelolaan kas
- f) Terhidar dari uang palsu
- g) Tidak perlu menyediakan uang kembalian
- h) Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat
- i) Terpisahnyaa uang untuk usah dan personal
- j) Memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah tindakan kecurangan dari pembukan transaksi tunai
- k) Membangun informasi *credit profile* untuk memudahkan kredit kedepan

Rasulullah mengisyaratkan bahwa jual beli itu halal selagi suka sama suka. Karena jual beli atau berbisnis seperti melalui online memiliki dampak positif karena dianggap praktis, cepat dan mudah. Allah Swt berfirman dalam QS Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.⁵⁰

Ayat diatas menjelaskan bahwa dalam jual beli melalui online memiliki dampak positif. Jika diartikan dengan penerapan QRIS pada pelaku UMKM dapat dipahami bahwa dampak positif yang diberikan QRIS pada pelaku UMKM sangat membantu baik bagi pelaku usaha atau konsumen karena dapat memudahkan bertansaksi.

3. Uang Elektronik dalam Perspektif Islam

Uang elektornik pada dasarnya sama seperti uang biasa karena memiliki fungsi sebagai alat pembayaran atas transaski jual beli barang atau jasa. Dalam perspektif syariah hukum uang elektronik adalah halal. Kehalalan ini berlandaskan kaidah, setiap transaksi dalam muamalah pada dasarnya diperbolehkan kecuali jika ada dalil yang

⁵⁰ Al Quran Kemenag Online. Quran Dan Terjemah. Diakses pada <https://quran.kemenag.go.id> pada tanggal 20 September 2023 pukul 08.00

mengharamkannya, maka saat itu hukumnya berubah menjadi haram. Faktor lain yang menjadi kehalalan uang elektronik adalah karena adanya tuntutan kebutuhan manusia akan uang elektronik, dan pertimbangan banyaknya kemaslahatan yang ada didalamnya.⁵¹

a. Fatwa tentang Uang Elektronik Syariah

Dalam ekonomi Islam, uang adalah uang, uang bukan capital. Sebaliknya konsep uang dalam ekonomi konvensional tidak jelas. Sering kali istilah uang dalam perspektif ekonomi konvensional diartikan secara bolak-balik (*interchange ability*), yaitu uang sebagai uang dan uang sebagai capital. Uang memiliki fungsi sebagai penyimpan nilai yang kemudian berkembang menjadi motif *money of demand for speculation*, yang merubah fungsi uang sebagai salah satu komoditi perdagangan. Sebagai komoditi, maka uang bisa menghasilkan uang. Uang dalam literatur fiqh disebut dengan *tsaman* atau *nuqud*. Uang (*naqd*) adalah segala sesuatu yang menjadi media pertukaran dan diterima secara umum, apapun bentuk dan dalam kondisi seperti apapun media tersebut. Dalam ekonomi Islam, uang merupakan sesuatu yang bersifat *flow concept* dan capital adalah sesuatu yang bersifat *stock concept*, sedangkan dalam ekonomi konvensional terdapat beberapa pengertian.⁵²

⁵¹ Sifwatir Rif'ah, "Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam Perspektif Islam", *Jurnal of Sharia Economics*, Vol. 2, No. 1, 2019, hlm. 12

⁵² Novia Nengsih, "Analisis Terhadap Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Tentang Uang Elektronik Syariah (Studi Kasus Flass BCA, Go-Pay, dan Grab-Pay)", *Jurnal Hukum dan Syariah*, Vol. 10, No.1, 2019, hlm. 59

Tijauan fiqh tentang elektornik syariah, landasan sistem pembayaran yang bersumber dari Q.S Al-Kahfi ayat 19 :

وَكذَلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِئْتُمْ قَالُوا لَبِئْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ قَالُوا
رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِئْتُمْ فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا
فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا

Artinya : Demikianlah, Kami membangunkan mereka agar saling bertanya di antara mereka (sendiri). Salah seorang di antara mereka berkata, “Sudah berapa lama kamu berada (di sini)?” Mereka menjawab, “Kita berada (di sini) sehari atau setengah hari.” Mereka (yang lain lagi) berkata, “Tuhanmu lebih mengetahui berapa lama kamu berada (di sini). Maka, utuslah salah seorang di antara kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini. Hendaklah dia melihat manakah makanan yang lebih baik, lalu membawa sebagian makanan itu untukmu. Hendaklah pula dia berlaku lemah lembut dan jangan sekali-kali memberitahukan keadaanmu kepada siapa pun.⁵³

Di Indonesia, uang elektronik diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*electronic money*). Dalam ketentuan pasal 1 ayat 3 PBI ini disebutkan bahwa Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:⁵⁴

⁵³ Al-Qur'an Kemenag Online. Qur'an Dan Terjemahan. Diakses pada <https://quran.kemenag.go.id> pada tanggal 20 September 2023 pukul 21.43

⁵⁴ Ibid., hlm. 62

- 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- 2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.
- 3) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- 4) Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Fatwa Dewan Syariah Nasional, Majelis Ulama Indonesia Nomor 116/DSN-MUI/1X/2007 tentang Uang Elektronik Syariah, Uang Elektronik (*electronic money*) ialah alat transaksi yang terpenuhi beberapa unsur sebagai berikut: ⁵⁵

- 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- 2) Jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam suatu media yang teregistrasi.
- 3) Jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

⁵⁵ Mulvib Aulia, “Uang Elektronik, Uang Digital (Cryptocurrency Dan Fatwa DSN-MUI No.116 Tentang Uang Elektronik”, *Jurnal Al Mizan*, Vol. 4 No. 1, 2020, hlm.18

- 4) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

Dalam fatwa tersebut juga dikemukakan bahwa uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ia boleh digunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan yang tercantum dalam fatwa.

b. Prinsip Syariah dalam Transaksi Pembayaran Uang Elektronik

Dalam transaksi pembayaran pada uang elektronik terdapat prinsip-prinsip syariah yang harus diterapkan pada media uang elektronik agar sesuai dengan ketentuan uang elektronik syariah, berikut prinsip yang harus diterapkan pada transaksi pembayaran uang elektronik:⁵⁶

1) Tidak Mengandung Masyir

Masyir yaitu transaksi yang didalamnya mengandung unsur perjudian atau untung-untungan. Penyelenggara uang elektronik harus didasarkan oleh kebutuhan pembayaran retail yang menuntut pada transaksi yang lebih cepat dan efisien, tidak untuk kebutuhan yang mengandung *masyir*.

⁵⁶ M Rizky Wady Abdulfattah, Rachmat Rizky Kurniawan, “Uang Elektronik Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 6, No. 1, 2018, hlm 95

2) Tidak mendorong *Israf*

Uang elektronik pada dasarnya digunakan sebagai alat pembayaran retail atau mikro, agar terhindar dari *Israf* (pengeluaran yang berlebihan) dalam konsumsi maka dilakukan pembatasan jumlah nilai uang elektronik dan batas maksimal total nilai transaksi.

3) Tidak digunakan untuk transaksi objek haram

Uang elektronik sebagai alat pembayaran dengan menggunakan prinsip syariah, maka uang elektronik tidak boleh digunakan untuk pembayaran transaksi objek yang mengandung unsur haram dan maksiat, yaitu barang yang dilarang digunakan atau dimanfaatkan menurut hukum islam.

c. Akad dalam Uang Elektronik

Dalam Uang Elektronik terdapat beberapa kerja sama. Dalam islam kerja sama anata satu dengan yang lain disebut *sirkah*. Dalam fatwa DSN MUI No 116 menjelaskan terkait jenis-jenis akad yang ada dalam uang elektronik. Diantaranya ialah antara penerbit dengan pemegang uang elektronik menggunakan akad *wadhi'ah* dan *qardh*. Sedangkan diantara penerbit dan pihak penyelenggara uang elektronik (*principal acquirer*) dan Pedagang (*merchant*), penyelenggara kliring dan penyelenggara penyelesai akhir adalah akad *ijarah*, akad *ju'alah* dan *akad wakalah bil ujah*. Selain itu akad yang digunakan oleh penerbit dengan agen layanan keuangan digital

adalah akad *ijarah*, *ju'alah* dan akad *wakalah bil ujarah*. Adapun ketentuan dari dan batasannya yaitu: ⁵⁷

- 1) Dalam akad *wadiah* dan *qard* antara penerbit kartu dan pemegang uang elektronik berlaku ketentuan dan batasan yaitu:
 - a) Jumlah nominal uang elektronik yang disetor bersifat titipan dan bukan simpanan sehingga bisa digunakan kapan saja.
 - b) Jumlah uang elektronik yang dititipkan tidak boleh digunakan oleh penerbit.
 - c) Dalam hal jumlah nominal uang elektronik yang dititipkan digunakan oleh penerbit dengan izin pemilik kartu, maka akad tersebut (*wadhiah*) berubah menjadi akad pinjaman (*qard*), dan tanggung jawab pada akad titipan sama dengan akad *qardh*.
 - d) Regulasi yang terkait harus membetasi penerbit atau issuer dalam menggunakan dana titipan dari pemilik kartu atau dana float.
 - e) Dana yang digunakan penerbit tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan undang-undang.

⁵⁷ Imam Kamaluddin,dkk., “ Keabsahan Uang Elektronik (E-Money) Perspektif Qawa'id Fiqyah: Sebuah Tinjauan Empiris Terhadap Kritik Uang Elektronik” , *Jurnal Muslim Heritage*, Vol.7, No. 1, 2022, hlm 242-243.

2) Sama halnya dengan akad *wadhi'ah*, dalam akad *qardh* juga berlaku ketentuan dan batasan yaitu:

- a) Jumlah nominal uang elektronik bersifat hutang yang dapat diambil dan digunakan kapan saja oleh pemilik *e-money*.
- b) Penerbit dapat menggunakan dan menginvestasikan uang hutang dari pemilik *e-money*.
- c) Regulasi yang bersangkutan harus membatasi penerbit dalam menggunakan dana pinjaman atau hutang dari pemegang kartu atau dana float.
- d) Dana yang digunakan oleh penerbit harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan undang-undang.

4. Peningkatan Penjualan

a. Pengertian

Penjualan dapat diartikan sebagai suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Peningkatan penjualan

dapat dijabarkan sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan.⁵⁸

b. Indikator

Indikator peningkatan penjualan menurut Kotler dalam Swastha dan Irwan :⁵⁹

1) Mencapai volume penjualan tertentu

Kotler menyebutkan peningkatan penjualan yaitu menunjukkan jumlah barang atau produk yang ditingkatkan dalam periode waktu yang positif. Pengusaha dan kelompok harus memperhatikan kombinasi pemasaran dan memiliki pendekatan periklanan yang tepat dalam mengiklankan barang atau barang dagangan mereka untuk mencapai penjualan yang tinggi.

2) Mendapat keuntungan tertentu

Perusahaan untuk dapat menghasilkan pendapatan harus mampu menarik pembeli untuk melakukan investasi sehingga dapat memperluas usahanya. Sebaliknya, tingkat profitabilitas yang rendah akan mendorong pedagang untuk menarik dananya.

⁵⁸ Rina Rachmawati, “Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran), *Jurnal Kompetensi Teknik*, Vol. 2, No. 2, thn 2011, hlm 147

⁵⁹ Sri Eka Wahyuni,dkk., “ Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bedak Dingin di Kabupaten Wajo”, *Jurnal Mirai Management*, Vol. 7. No. 3, thn. 2022, hlm 197

3) Mendukung pertumbuhan perusahaan

Jika perusahaan mampu mempromosikan produk, maka akan memperbesar penjualan perusahaan yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Dan sehingga bisa menunjang pertumbuhan suatu perusahaan serta tetap bertahan dengan persaingan yang semakin ketat.

c. Faktor yang mempengaruhi penjualan

Dalam praktek, kegiatan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:⁶⁰

1) Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Beberapa masalah yang harus dipahami penjual untuk mendapatkan maksud tersebut yaitu:

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b) Harga produk
- c) Syarat penjualan seperti; pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya

⁶⁰ Ibid., hlm 147

2) Kondisi pasar

Pasar, dapat diartikan sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi tujuan dalam suatu penjualan serta dapat mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan yaitu:

- a) Jenis pasarnya
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c) Daya belinya
- d) Frekuensi pembelian
- e) Keinginan dan kebutuhan

3) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam hal ini penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha seperti; alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini dapat dilakukan apabila penjual mempunyai modal yang cukup untuk keperluan tersebut.

4) Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

5) Faktor lain

Faktor-faktor lain, seperti; periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

5. Penelitian Terdahulu

Sebelum peneliti melakukan penelitian ini, telah ada penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan perbandingan dan referensi. Adapun hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak lepas dari topik penelitian mengenai Analisis Strategi Penggunaan QRIS dalam Peningkatan Penjualan Pada UMKM Kelurahan Kahuripan Kota Tasikmalaya.

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sri Anugrah Nataliana, Arif Zunaidi dan Risa Rahmah (2021)	<i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMK)</i>	Hasil penelitian ini diuji dengan memakai pendekatan kualitatif, dengan pewawancara untuk pelaku UMKM yang diawali oleh 5 (lima)

		<p>Di Nasa Pandemi Kota Kediri⁶¹</p>	<p>UMKM pelaku di tiap kecamatan yang terletak dikota kediri. Utilitas yang didapat yaitu mudahnya bertransaksi dengan konsumen tanpa memakai uang tunai serta jadi mudah, sebab menjalankan protokol kesehatan dengan konsumen. Sementara itu hambatan yang dirasakan yaitu konektivitas internet yang kurang baik, biaya data yang lumayan besar serta para pelakunya yang tidak yakin. Dari Departemen</p>
--	--	---	---

⁶¹ Sri Anugrah Natalina,dkk., “ Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Strategi Survive Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Di Kota kediri”, *Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, Vol. 5 No. 2, 2021, hlm. 43-58

			<p>Koperasi dan UKM Kota Kediri, sudah banyak kebijakan yang telah dicoba untuk bisa mendukung survive UKM di Kediri ialah terdapatnya pelatihan serta terdaptanya koperasi UKM. Serta QRIS di Kota Kediri ini menunjukkan kalau sebanyak 53% memberitahukan atensi memakai QRIS guna transaksi jual beli.</p>
	Persamaan	Topik yang sama yaitu QRIS dan usaha menengah.	
	Perbedaan	Penelitian ini fokus kearah QRIS sebagai stratgei survie sedangkan peneliti fokus kearah startegii penggunaan QRIS dalam peningkatan penjualan pada UMKM Kelurahan Kahuripan Kota Tasikmalaya.	

2.	Rifqi Alfalah Hutagaluh, Pinondang Naingolan, Pawer Darasa Panjaitan (2021)	Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum dan Saat Menggunakan QRIS di Kota Pemantangsiantar ⁶²	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwasannya faktor kemudahan menjadi pendorong meningkatnya penjualan pada UMKM.
	Persamaan	Penerapan <i>Quickresponse Indonesia Standard (QRIS)</i> .	
	Perbedaan	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif.	
3.	Oktaviana Banda Saputri (2020)	Preferensi Konsumen dalam Menggunakan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> Sebagai Alat Pembayaran Digital ⁶³	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua faktor persepsi berpengaruh terhadap prefensi konsumen memakai QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital

⁶² Rifqi Alfalah Hutagaluh, dkk., “ Analisis Perbandingan Sebelum dan Saat Penggunaan QRIS di Kota Pemantangsiantar”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 3, No. 2, thn. 2021. Hlm. 94-102

⁶³ Oktaviana Banda Saputri, “ Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 17, No. 2, 2020, hlm. 53-67

			<p>dan berdasarkan hasil pengujian individu, faktor persepsi kemanfaatan yang dirasakan berpengaruh relevan terhadap minat menggunakan QRIS, sedangkan faktor persepsi lainnya tidak berpengaruh relevan terhadap minat konsumen dalam memakai QRIS. Hal ini sesuai dengan hasil old ratio bahwa kecenderungan atau peluang persepsi kemanfaatan mempengaruhi minat konsumen dalam memakai QRIS sehingga 99,549 kali.</p>
--	--	--	---

	Persamaan	Topik yang sama yaitu menggunakan QRIS.	
	Perbedaan	Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif sedangkan peneliti bersifat kualitatif.	
4.	Siti Aisyah, Nia Andriani, Niken Rahmadyah, Deby Novriabsyah, Amelia Putei, Elsa Mayor (2023)	Implementasi Teknologi Financial Dalam QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Sektor UMKM Di Kota Binjai ⁶⁴	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Kota Binjai tidak tertarik dengan teknologi QRIS karena bagi mereka pembayaran menggunakan <i>cash</i> lebih simpel dan tidak mempersulit diri.
	Persamaan	Topik yang sama yaitu penggunaan QRIS, dan sama menggunakan penelitian kualitatif.	
	Perbedaan	Penelitian ini berfokus terhadap penerapan QRIS pada UMKM Kota Binjai yang sama sekali belum menggunakan QRIS, sedangkan peneliti berfokus pada strategi	

⁶⁴ Siti Aisyah,dkk., “ Implementasi Teknologi Financial Dalam QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital Pada Sektor UMKM Di Kota Binjai”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 1, 2023, hlm12-18

		penggunaan QRIS dalam peningkatan penjualan pada UMKM Kelurahan Kahuripan Kota Tasikmalaya.	
5.	Amir Salim dan Doly Nopiasyah (2023)	Efisiensi Penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard</i> (QRIS) Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Di Le Garden Palembang Indah Mall ⁶⁵	Hasil dari penelitian Efisiensi penggunaan QRIS terhadap peningkatan penjualan pada UMKM di Le Garden Palembang Indah Mall berdasarkan hasil wawancara dari pihak informan menyatakan efisiensi pada tolak ukur yang berupa hasil (output) diantaranya QRIS memberikan suasana baru bagi UMKM di Le Garden dengan adanya QRIS ini

⁶⁵ Amir Salim, Doly Nopiasyah, “Efisiensi Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM di Le Garden Palembang Indah Mall”, *Jurnal Ilmiah dan Bisnis*, Vol.11, No. 2, 2023, hlm. 1385-1396

		<p>hanya dengan satu QR bisa bisa menerima berbagai pembayaran dari JSP lainnya, meningkatnya juga kepuasan konsumen karena dengan QRIS ketepatan waktu yang menjadikan pembayaran lebih efisien sehingga tidak lama untuk mengantri.</p>
	Persamaan	<p>Penerapan <i>Quickresponse Indonesia Standard</i> (QRIS).</p>
	Perbedaan	<p>Perbedaannya terletak pada objeknya yaitu dalam efisiensi QRIS terhdap peningkatan penjualan UMKM di Le Garden Indah Mall sedangkan peneliti menganalisis penggunaan QRIS dalam peningkatan penjualan pada UMKM Kelurahan Kahuripan Kota Tasikmalaya.</p>

6.	Abdul Mukti, Herwati, dan Putra Ilhamsyah (2022)	Optimalisasi <i>E-Payment</i> Bagi Pelaku UMKM ⁶⁶	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-payment</i> merupakan pilihan pembayaran yang cukup efektif. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyak <i>costumer</i> yang memilih pembayaran dengan menggunakan <i>e-payment</i> untuk pembayaran pembelian produk kerupuk mulieng. Tim manajemen “rencong mulieng”, dan “mulieng pidie” memiliki literasi keuangan <i>well literate</i> . Hal ini
----	--	--	---

⁶⁶ Abdul Mukti, dkk., “Optimalisasi E-Payment Bagi Pelaku UMKM”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 4, No. 2, 2022. Hlm 31-35

			terlihat dari pengetahuan literasi keuangan yang mereka miliki, keyakinan atas keamanan dan kerahasiaan data dan informasi dalam bertransaksi.
	Persamaan	Sama meneliti mengenai digital <i>e-payment</i>	
	Perbedaan	Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif sedangkan peneliti bersifat kualitatif.	
7.	Agung Edi Rustanto, Iis Kartini, dan Featy Octaviany (2019)	Efektivitas Pembayaran Non Tunai Pada UMKM Alirang Sungan Citarum ⁶⁷	Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, memerlukan suatu pengembangan untuk melihat secara lebih detail jenis UMKM dan jenis pembayaran non tunai yang digunakan oleh pengusaha

⁶⁷ Agung Edi Rustanto, dkk., “Efektivitas Pembayaran Non Tunai Pada UMKM Daerah Aliran Sungai Citarum”, *Jurnal Lentera Bisnis*, Vo. 3, No. 7, 2019, hlm 1-10

			UMKM sehingga perlu analisis pembayaran non tunai secara spesifik, diantaranya penggunaan OVO, Gopay, dan lainnya kemudian dilihat jenis pembayaran non tunai apa yang memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap volume penjualan.
	Persamaan	Jenis penelitian ini bersifat kualitatif.	
	Perbedaan	Pada penelitian ini tidak hanya berfokus pada penerapan QRIS saja.	
8.	Erlinda Sholihah, dan Risma Nurhapsaro	Perceptan Implementasi Digotal Payment pada UMKM Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan	Hasil penelitian ini mengidentifikasi pengaruh persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap intensi pelaku UMKM di pasar

		<p><i>Technology</i></p> <p><i>Acceptance Model</i>⁶⁸</p>	<p>tradisional Kota Semarang untuk menggunakan QRIS. Untuk mencapai tujuan penelitian ini, maka konsep <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) diaplikasikan dalam penelitian ini. Sebagaimana penelitian ini memiliki hasil statistik yang mendukung model konseptual dengan memprediksi 68,6% varians pada intensi untuk menggunakan QRIS. Hal ini menegaskan kembali bahwa persepsi</p>
--	--	--	---

⁶⁸ Erlinda Sholihah, Risma Nurhapsasi., “ Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM Itensi Pengguna QRIS Berdasrkan *Technology Accepment Model*”, *Jurnal Nominal*, Vol. 12, No, 1, 2023, hlm. 1-11

			<p>kemanfaatan dan kemudahan berperan penting dalam penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM pasar tradisional di Kota Semarang. Sehingga, hasil ini menegaskan bahwa semakin bermanfaat dan mudahnya penggunaan QRIS bagi pelaku UMKM, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakannya.</p> <p>Implikasi dari hasil temuan ini yakni bahwa para pelaku UMKM akan bersedia menggunakan QRIS dalam aktivitas</p>
--	--	--	--

			<p>bisnis mereka selama hal tersebut bermanfaat dan mudah dalam pengoperasiannya.</p> <p>Oleh karenanya, temuan ini dapat menjadi acuan bagi lembaga penyedia layanan QRIS agar dapat mengambil kebijakan yang tepat terkait pengembangan teknologi dan peningkatan kemudahan dalam penggunaan. Dengan memahami faktor-faktor pembentuk intensi para pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS, strategi yang lebih</p>
--	--	--	--

			<p>efektif diharapkan dapat dirumuskan untuk mendorong lebih jauh tentang penggunaan QRIS oleh UMKM. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan beberapa faktor lain untuk intensi penggunaan QRIS, seperti kebijakan pemerintah.</p>
	Persamaan	Topik yang sama yaitu menggunakan QRIS.	
	Perbedaan	Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan teori TAM sedangkan peneliti bersifat kualitatif.	
9.	Windy Brigita Carea, Diah Setyorini Gunawan, dan	Analisis Perbedaan Omset Penjualan UMKM Sebelum dan Sesudah Menggunakan	Omset penjualan pada UMKM sebelum penggunaan QRIS dan sesudah penggunaan QRIS di

	Pahrul Fauzi (2022)	QRIS Di Purwokerto ⁶⁹	Purwokerto mengalami perbedaan yang cukup signifikan. Hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis yang menerima adanya perbedaan omset penjualan UMKM sebelum dan sesudah penggunaan QRIS. Penggunaan QRIS pada UMKM dapat menjadi alternatif bagi pelaku usaha dalam menyediakan layanan pembayaran secara digital. Selain itu, dengan adanya QRIS membuat transaksi
--	------------------------	--	---

⁶⁹ Windy Brigita Carera,dkk., “ Analisis Perbedaan Omset Penjualan UMKM Sebelum dan Sesudah Menggunakan QRIS di Purwokerto”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.24, No.1, 2022, hlm. 48-57

			<p>pembayaran menjadi lebih higienis dan efisien terutama pada saat pandemi seperti saat ini. Penggunaan QRIS pada umumnya dapat membantu memudahkan pembeli dalam bertransaksi sehingga dapat meningkatkan omset penjualan oleh pelaku usaha UMKM.</p> <p>Berdasarkan simpulan dari penelitian ini maka penulis dapat mengambil implikasi bahwa dengan adanya QRIS telah membantu pelaku</p>
--	--	--	---

			<p>usaha untuk meningkatkan omset penjualan dalam rangka mengembangkan usaha khususnya bagi UMKM. Perkembangan penggunaan QRIS yang positif ini juga perlu dikembangkan lagi dengan kondisi serupa di daerah-daerah pelosok supaya digitalisasi pembayaran dapat merata di seluruh daerah. Digitalisasi pembayaran dalam bentuk QRIS ini juga telah terbukti memberikan efek yang positif terhadap peningkatan omset</p>
--	--	--	--

			penjualan UMKM di Kabupaten Banyumas khususnya wilayah Purwokerto sehingga layak untuk tetap dilanjutkan bahkan harus ditingkatkan kembali dalam mengaplikasikan kebijakan <i>cashless</i> oleh pemerintah.
	Persamaan	Topik yang sama yaitu penggunaan QRIS pada UMKM.	
	Perbedaan	Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan analisis SWOT sedangkan pada penelitian ini tidak.	
10.	Alis Santika, Ranti Aliyani, dan Ria Mintarsih	Presepsi dan Intensi Pelaku UMKM terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital	Hasil dari penelitian ini sistem pembayaran QRIS (<i>Quick Response Code Indonesian Standard</i>) telah dilakukan oleh

		Di Kota Tasikmalaya ⁷⁰	beberapa pelaku UMKM di Kota Tasikmalaya. Dengan adanya QRIS dapat membantu pelaku UMKM dalam melakukan proses transaksinya. Penelitian ini mengidentifikasikan bahwa intensi UMKM menggunakan QRIS dibentuk oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan dapat juga dibentuk oleh pengaruh pihak eksternal yaitu dari Bank Indonesia
--	--	-----------------------------------	--

⁷⁰ Alis Santika, dkk., “ Presepsi dan Intensi Pelaku UMKM Terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Digital di Kota Tasikmalaya”, *Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, Vol.2, No. 4, 2022, hlm. 61-70.

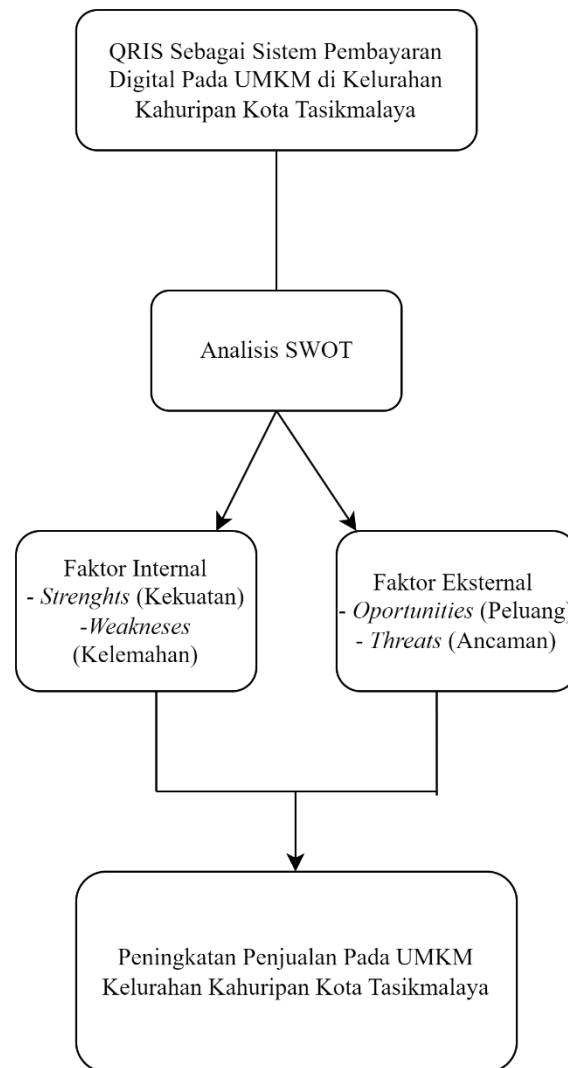
			<p>langsung, teman dekat, PJSP, saudara dekat, dan UMKM lainnya. Dari persepsi manfaat, para pelaku UMKM mengindikasikan bahwa QRIS memiliki banyak manfaat. Dari persepsi kemudahan, pelaku UMKM merasa bahwa penggunaan QRIS lebih praktis. Dari persepsi risiko, para pelaku UMKM mengungkapkan bahwa kendala yang terdapat pada QRIS tidak terlalu signifikan dan risikonya pun relatif kecil. Sehingga dapat</p>
--	--	--	---

			<p>disimpulkan bahwa terdapat persepsi positif dari pelaku UMKM terhadap QRIS yang dapat membentuk intensi kuat bagi pelaku UMKM untuk menerapkan sistem pembayaran mereka dengan menggunakan QRIS.</p>
	Persamaan	<p>Topik yang sama yaitu penggunaan QRIS pada UMKM dengan jenis penelitian kualitatif.</p>	
	Perbedaan	<p>Perbedaannya hanya pada objek yang diteliti jika dalam penelitian ini UMKM Kota Tasikmalaya sedangkan peneliti UMKM di Kelurahan Kahuripan Kota Tasikmalaya.</p>	

B. Kerangka Pemikiran

QRIS merupakan sistem pembayaran digital yang diterbitkan oleh Bank Indonesia, dengan tujuan untuk mempermudah transaksi baik bagi *merchant* maupun konsumen. UMKM merupakan suatu usaha yang dikelola oleh perorangan yang bukan merupakan anak usaha. Dengan adanya QRIS diharapkan dapat mempermudah UMKM dalam melakukan transaksi dengan konsumen sehingga dapat membantu peningkatan penjualan.

Pemilihan alternatif peningkatan tersebut disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal atau berdasarkan analisis IFAS dan EFAS yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi dalam penggunaan QRIS pada UMKM di Kelurahan Kahuripan. Kemudian dari data tersebut diolah melalui matriks SWOT untuk mengetahui posisi serta strategi penggunaan QRIS dalam peningkatan penjualan yang dapat diimplementasikan pada UMKM di Kelurahan Kahuripan



Gambar 2. 2
Kerangka Pemikiran