

**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)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Dalam
Ekonomi dan Bisnis Islam (S.E)**

Oleh:

Nama: Akbar Andhika

NPM: 1851040373

Program Studi: Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing I: Fatih Fuadi, M.S.I

Pembimbing II: Adib Fachri, M.E.Sy.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2022 M**

**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)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Dalam
Ekonomi dan Bisnis Islam (S.E)**

Oleh:

Nama: Akbar Andhika

NPM: 1851040373

Program Studi: Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing I: Fatih Fuadi, M.S.I

Pembimbing II: Adib Fachri, M.E.Sy.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2022 M**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan teknologi informasi dapat mendorong pertumbuhan ekonomi digital karena akan lebih efektif dan efisien dari segi waktu. Salah satu bentuk implementasi antara teknologi informasi dengan pertumbuhan ekonomi digital adalah dengan adanya pembayaran transaksi non-tunai. Implementasi uang elektronik yang telah digunakan untuk pembayaran secara online maupun offline dapat memudahkan para pedagang untuk bertransaksi, khususnya pada UMKM. Adanya Kerjasama antara para UMKM dengan pihak penyelenggara uang elektronik akan dapat memajukan perekonomian Indonesia. Bank Indonesia sebagai regulator sistem pembayaran di Indonesia telah meluncurkan standar *Quick Response (QR) Code* pembayaran melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, atau mobile banking yang disebut QR Code Indonesia Standar (QRIS). *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* dalam penerapannya masih terdapat berbagai kendala salah satunya yaitu tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang masih rendah sehingga pemahaman masyarakat mengenai keuangan digital masih kurang dan belum merata. Menurut Kepala Kantor Perwakilan (KPw) Bank Indonesia (BI) Lampung Budiharto Setyawan Sebanyak 215 ribu *merchant* di Lampung telah terhubung dengan *Quick Response Code Indonesia (QRIS)* sebagai kanal pembayaran, angka tersebut telah melampaui target yang ditetapkan untuk Provinsi Lampung yakni sebesar 180 ribu *merchant*, penggunaan QRIS sebagai salah satu kanal pembayaran digital di Lampung mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan rata-rata *merchant* yang tumbuh sebanyak 150 persen, dari peningkatan 150 persen hampir 50 persen peningkatan berada di Kota Bandar Lampung, meskipun terjadi peningkatan pada jumlah pengguna QRIS, namun dari sisi transaksinya masih belum maksimal sehingga perlu adanya sosialisasi mengenai penggunaan QRIS agar transaksinya meningkat. Hal tersebut yang menjadi salah satu faktor masih banyak masyarakat khususnya di Bandar Lampung yang belum mengetahui dan memahami mengenai kemudahan penggunaan QRIS.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sifat penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku

UMKM di Kota Bandar Lampung. Sampel yang dilakukan menggunakan teknik *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 ini menunjukkan secara parsial atau individu variabel literasi keuangan (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS (Y), dengan nilai t_{hitung} pada variabel X_1 lebih kecil dari nilai t_{tabel} ($0,387 < 1,984$) atau nilai $sig > \alpha$ ($0,700 > 0,05$) dan variabel kemudahan penggunaan X_2 berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS (Y) dengan menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($4,202 > 1,984$) atau nilai $sig < \alpha$ ($0,000 < 0,05$). Sedangkan secara simultan atau bersama-sama variabel literasi keuangan (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS (Y), dengan diperolehnya nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y adalah ($0,000 < 0,05$) dan nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($9,125 > 3,09$). Hal ini mengidentifikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan kemudahan penggunaan akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan tinjauan perspektif ekonomi islam literasi keuangan memberikan dampak yang baik bagi setiap pelaku UMKM, dengan literasi yang baik maka akan berakibat dengan pengetahuan tentang ilmu yaitu berupa kemanfaatan dan kemudahan sebuah produk keuangan, dari pengetahuan tersebutlah maka akan timbul keputusan seseorang dalam menggunakan QRIS. 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.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Menggunakan QRIS.

ABSTRACT

The development of information technology is increasing along with the times. The development of information technology can encourage the growth of the digital economy because it will be more effective and efficient in terms of time. One form of implementation between information technology and digital economic growth is through non-cash transaction payments. The implementation of electronic money that has been used for online and offline payments can make it easier for traders to transact, especially for MSMEs. The existence of cooperation between MSMEs and the organizers of electronic money will be able to advance the Indonesian economy. Bank Indonesia as the payment system regulator in Indonesia has launched a standard Quick Response (QR) Code for payments through server-based electronic money applications, electronic wallets, or mobile banking called QR Code Indonesia Standard (QRIS). In its implementation, the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) still has various obstacles, one of which is the low level of financial literacy of the Indonesian people so that public understanding of digital finance is still lacking and uneven. According to the Head of the Representative Office (KPw) of Bank Indonesia (BI) Lampung, Budiharto Setyawan, 215 thousand traders in Lampung have been connected to the Quick Response Code Indonesia (QRIS) as a payment channel, this figure has exceeded the target set for Lampung Province, which is 180 thousand traders. , the use of QRIS as a digital payment tool in Lampung has increased every year with an average merchant growing by 150 percent, from a 150 percent increase, almost 50 percent of the increase was in Bandar Lampung City, although there was an increase in the number of ORIS users, but from the transaction side is still not maximized so there is a need for socialization regarding the use of QRIS so that transactions increase. This is one of the factors, especially in Bandar Lampung, which still knows and understands the ease of using QRIS.

This type of research is a quantitative research with the nature of this research is descriptive quantitative. Collecting data using a questionnaire method that has been tested for validity and reliability. The population in this study were MSME actors in Bandar Lampung City. The sample used was purposive sampling technique with a sample of 100 respondents. The analysis prerequisite test used normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test.

Hypothesis testing using multiple linear analysis test, analysis of the coefficient of determination (R²), analysis of partial significance test (T test) and analysis of simultaneous significant test (F test). The data obtained was then processed using IBM SPSS version 22.

The results of this study show that partially or individually the financial literacy variable (X1) has no effect on the decision to use QRIS (Y), with the tcount value on the X1 variable smaller than the ttable value ($0.387 < 1.984$) or the sig value $> (0.700 > 0, 05)$ and the ease of use variable X2 affects the decision to use QRIS (Y) by showing the tcount value is greater than the ttable value ($4,202 > 1,984$) or sig $< (0.000 < 0.05)$. Meanwhile, simultaneously or together, the variables of financial literacy (X1) and ease of use (X2) affect the decision to use QRIS (Y), with the obtained significance values for the effect of X1 and X2 simultaneously on Y are ($0.000 < 0.05$) and fcount value is greater than ftable ($9.125 > 3.09$). This indicates that the higher the level of financial literacy and ease of use, the higher the decision to use QRIS for MSMEs in Bandar Lampung City. Based on a review of the Islamic economic perspective, financial literacy has a good impact on every MSME actor, with good literacy it will result in knowledge of science in the form of the benefits and convenience of a financial product, from that knowledge, someone's decision will arise in using QRIS. The convenience offered by QRIS is related to the concept of Taysir or convenience in Islamic economics. Islamic economics has a fiqh rule which reads Masyaqqoh Tajlibu At-Taysir where the rule explains that difficulty requires ease.

Keywords: *Financial Literacy, Ease of Use, Decision to Use QRIS.*



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131, Tlp.(0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Waabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Akbar Andhika
NPM : 1851040373
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM di Kota Bandar Lampung)” Adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau Daftar Pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan pada karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Waabarakatuh

Bandar Lampung, 1 Agustus 2022



Akbar Andhika
NPM. 1851040373



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131, Telp.(0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM di Kota Bandar Lampung)

**Nama : Akbar Andhika
NPM : 1851040373
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI :

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

**Fatih Fuadi, M.S.I
NIP. 198512192015031006**

Pembimbing II

**Adib Fachri, M.E.Sy
NIP. 198910302019031013**

Mengetahui

Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

**Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E
NIP. 197905142003121003**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131, Telp.(0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM di Kota Bandar Lampung)” Disusun oleh, Akbar Andhika, NPM. 1851040373 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Senin, 11 Agustus 2022.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang : Dr. Hanif, M.M.

Sekretaris : Sania Nuraziza, M.B.A.

Penguji I : Suhendar, S.E., M.S.Ak.

Penguji II : Fatih Fuadi, M.S.I.

Penguji III : Adib Fachri, M.E.Sy.

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

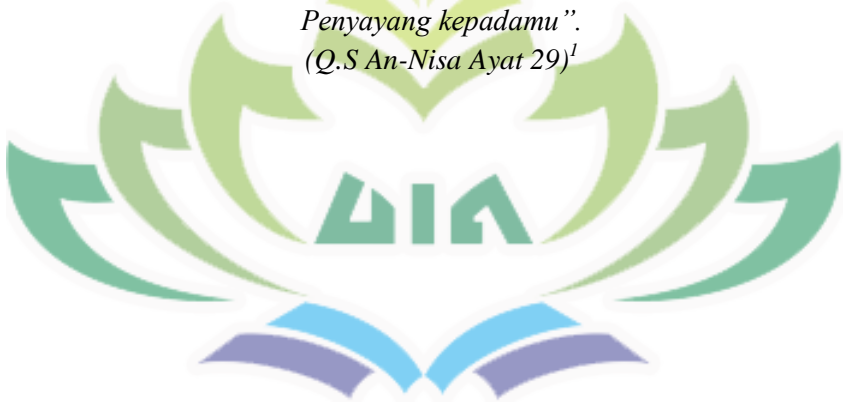
**Prof. Dr. Fulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A
NIP. 197009262008011008**



MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢١﴾

*“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta
sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa
perdagangan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah
kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha
Penyayang kepadamu”.*
(Q.S An-Nisa Ayat 29)¹



¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*,
(Bandung: PT. Syamil Cipta Media, 2019), 65.

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang saya sayangi dan hormati. Sebagai bukti hormat dan kasih sayang kepada mereka, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Eryadi dan Ibu Deny yang sangat saya sayangi, yang senantiasa mendokan serta menyayangi dan mencintai saya, mendidik dengan sepenuh hati, mendukung semua kegiatan dan keputusan saya, memberikan dukungan moral serta material, terimakasih atas semua pengorbanan yang telah Bapak dan Ibu berikan, semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan keberkahan di dunia maupun di akhirat.
2. Teruntuk adik-adik saya Naya Dwi Andhini, Rani Dean Pertiwi dan Muhammad Ikhlas Hidayat yang telah mendukung dan memberikan saya semangat untuk selalu berusaha dan bersabar dalam menyelesaikan pendidikan saya.
3. Almamater UIN Raden Intan Lampung tercinta yang selama ini telah mendidik baik dari segi ilmu pengetahuan dan agama.

RIWAYAT HIDUP

Akbar Andhika adalah nama penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 30 Agustus 1999 di Kota Batu Raja. Penulis merupakan putra pertama dari pasangan Eryadi dan Deny. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara.

Riwayat pendidikan yang telah diselesaikan oleh penulis adalah TK Aisyiyah Bustanul Athfal selesai pada tahun 2005. Kemudian melanjutkan pendidikan ke SDN 1 Sidodadi yang diselesaikan pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan ke SMPN 2 Bandar Surabaya yang diselesaikan pada tahun 2014. Selanjutnya melanjutkan pendidikan ke SMAN 1 Seputih Surabaya yang diselesaikan pada tahun 2017. Pada tahun 2018 melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan mengambil Program Studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM di Kota Bandar Lampung)”**

Bandar Lampung, 11 Agustus 2022
Penulis

Akbar Andhika
NPM. 1851040373

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullaahi Waabarakatuh

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM di Kota Bandar Lampung)”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi dan melengkapi salah satu persyaratan unruk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung dalam program studi Manajemen Bisnis Syariah. Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, serta tidak mengurangi rasa terimakasih atas bantuan semua pihak, hanya secara khusus penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap masalah-masalah akademik mahasiswa.
2. Dr. Ahmad Habibi., M.E selaku Ketua Jurusan prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang membimbing kami selama masa studi S1 di jurusan Manajemen Bisnis Syariah dengan baik dan lancar.
3. Suhendar, S.E., M.S.Ak. selaku Sekretaris Jurusan prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang membimbing kami selama masa studi S1 di jurusan Manajemen Bisnis Syariah dengan baik dan lancar.
4. Fatih Fuadi, M.S.I. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan dengan sabar memberi arahan dan membimbing serta memberikan motivasi kepada penulis.

5. Adib Fachri, M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan dengan sabar memberi arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen, para staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang dengan penuh pengabdian telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis selama di bangku kuliah.
7. Kepada para pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner guna untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Kedua orang tua saya Bapak Eryadi dan Ibu Deny, terimakasih atas doa dan pengorbanan yang tiada habisnya, serta kasih sayang yang selalu menjadi penyemangat setiap hari.
9. Terimakasih untuk adik-adikku tersayang Naya Dwi Andhini, Rani Dean Pertiwi dan Muhammad Ikhlas Hidayat yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan setiap saat.
10. Terimakasih kepada teman-teman angkatan 2018 khususnya MBS kelas F yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selama ini telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
11. Dan seluruh teman, sahabat, serta keluarga yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa, kasih sayang, motivasi, dan semangat yang kalian berikan banyak memberikan pelajaran hidup dan tidak dapat penulis lupakan.

Penulis menyadari bahwa hasil karya penelitian ini jauh dari kata sempurna. Akhir kata, jika penulis ada kesalahan dan kelalaian dalam penulisan skripsi ini, penulis mohon maaf dan kepada Allah SWT mohon ampun. Semoga karya penulis dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Waabarakaatuh

Bandar Lampung, 11 Agustus 2022
Penulis

Akbar Andhika
NPM. 1851040373

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	vii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	viii
PENGESAHAN	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	13
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	14
H. Sistematika Penulisan.....	21

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A Teori Yang Digunakan	23
1. Perilaku Konsumen.....	23
2. <i>Theory Of Behavior</i> (Teori Prilaku Terencana).....	27
3. Keputusan Menggunakan QRIS.....	29
4. Literasi Keuangan	34
5. Kemudahan Penggunaan.....	42
6. <i>Quick Response Code Indonesia Standard</i> (QRIS).....	46
7. Usaha Kecil Mikro Menengah UMKM.....	51
8. Perspektif Ekonomi Islam	56

B Pengajuan Hipotesis	62
-----------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	65
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	65
C. Populasi Sampel dan Teknik Pengumpulan Data	66
D. Definisi Oprasional Variabel	69
E. Instrumen Penelitian.....	70
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	71
G. Uji Prasarat Analisis	72
H. Uji Hipotesis.....	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	77
B. Hasil Analisis Data.....	81
1. Uji Validitas dan Reabilitas Data	81
2. Uji Prasarat Analisis	86
3. Uji hipotesis	91
C. Pembahasan	97
1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS.....	97
2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS.....	98
3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS	100
4. Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS dalam Perspektif Ekonomi Islam	101

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	58
B. Rekomendasi	59

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung	8
Tabel 1.2 Kajian Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Oprasional Variabel Penelitian	69
Tabel 3.2 Pola Skoring Skala Likert.....	71
Tabel 3.3 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	74
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan QRIS.....	79
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Informasi Menggunakan QRIS.....	80
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X_1).....	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2).....	83
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan (Y).....	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	85
Tabel 4.10 Uji Normalitas	87
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas	88
Tabel 4.12 Hasil Uji Glejser.....	89
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	93
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	94
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 1.1 Ilustrasi Penerapan QRIS	4
Gambar 1.2 Data Perkembangan Pedagang (<i>Merchant</i>) Dalam Penggunaan QRIS Sebagai Pembayaran Tahun 2021	5
Gambar 1.3 Tingkat Literasi Keuangan dan Inklusif Keuangan Nasional	6
Gambar 4.1 Grafik <i>Satterplots</i>	90



LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Jawaban Responden
3. Hasil Uji Validitas
4. Hasil Uji Reabilitas
5. Hasil Uji Normalitas
6. Hasil Uji Multikolinearitas
7. Hasil Uji Heterokedastisitas
8. Uji Regresi Linier Berganda
9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)
10. Uji T
11. Uji F
12. Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Pada kerangka awal mula untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan dengan mudah memahami skripsi ini maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan beberapa istilah yang terkait dengan judul. Pada Penegasan tersebut agar tidak terjadi penafsiran kesalahpahaman terhadap pemakaian judul dari beberapa istilah yang digunakan pada skripsi ini. Penelitian yang di lakukan dengan judul Skripsi, **“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)”**

Oleh karena itu, dijelaskan terlebih dahulu istilah-istilah secara terperinci yang terkandung pada judul tersebut.

1. **Pengaruh** adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹
2. **Literasi Keuangan** adalah Pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.²
3. **Kemudahan Penggunaan** adalah sebagai sejauh mana seseorang mempercayai bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan membebaskannya dari suatu usaha.³

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 1045.

²Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017), 77.

³Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 115.

4. **Keputusan** adalah merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.⁴
5. **QRIS** adalah *Quick Response Code Indonesia Standar* merupakan standar kode QR Nasional untuk memfasilitasi pembayaran kode QR di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia⁵
6. **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)** adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor lain untuk berkembang.⁶
7. **Pandemi Covid-19** adalah epidemi penyakit atau sekumpulan virus yang menyebar luas di seluruh dunia yang berasal dari *subfamily Orthocoronavirinae* dalam keluarga *Coronaviridae* dan *ordo Nidovirales*. Virus ini dapat menyerang hewan dan juga manusia, dan pada manusia gejalanya berupa infeksi yang serupa dengan penyakit *SARS* dan *MERS*, hanya saja Covid-19 bersifat lebih masif perkembangannya.⁷
8. **Perspektif Ekonomi Islam** adalah pandangan tentang sistem ekonomi berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah yang menggambarkan nilai-nilai, prinsip dan tujuan yang diturunkan dari ajaran syariah di bidang ekonomi. Ekonomi Islam adalah studi tentang aturan agama Islam dan juga mempelajari tentang perilaku ekonomi manusia atas dasar tauhid yang terangkum

⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), 223.

⁵QRIS. 2020. "Quick Response Code Indonesian Standard" (<https://qris.id/>). Diakses pada 4 Jan. 2022).

⁶Yuli Rahmini Suci, "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, Vol. 6 No. 1 (Januari 2017): 7, <https://doi.org/https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627>.

⁷Idah Wahidah, Muhammad Andi Septiadi, dll, "Pandemik Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegaha," *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, Vol. 11 No. 3 (2020): 69, <https://doi.org/10.29244/jmo.v11i3.31695>.

dalam rukun iman dan rukun Islam. Islam mendorong umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis (berusaha) untuk memenuhi kebutuhan sosial-ekonomi mereka.⁸

B. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman. Teknologi menjadi sangat penting untuk membantu masyarakat dalam hal memudahkan kegiatannya. Di era globalisasi saat ini teknologi telah memberikan banyak manfaat dalam kemajuan di berbagai bidang. Penggunaan teknologi digunakan oleh manusia untuk mempermudah dalam penyelesaian pekerjaan. Perkembangan teknologi informasi dapat mendorong pertumbuhan ekonomi digital karena akan lebih efektif dan efisien dari segi waktu. Teknologi digital merupakan terobosan baru serta inovasi baru dalam seluruh kegiatan ekonomi. Hal tersebut dapat mempengaruhi sektor perdagangan, pertanian dan secara khusus pada sektor keuangan.⁹ Salah satu bentuk implementasi antara teknologi informasi dengan pertumbuhan ekonomi digital adalah dengan adanya pembayaran transaksi non-tunai. Implementasi uang elektronik yang telah digunakan untuk pembayaran secara online maupun offline dapat memudahkan para pedagang untuk bertransaksi, khususnya pada UMKM. Adanya Kerjasama antara para UMKM dengan pihak penyelenggara uang elektronik akan dapat memajukan perekonomian Indonesia.

Bank Indonesia sebagai regulator sistem pembayaran di Indonesia telah meluncurkan *standar Quick Response (QR) Code* pembayaran melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, atau mobile banking yang disebut QR Code Indonesia Standar (QRIS). Implementasi QRIS secara Nasional efektif berlaku mulai pada tanggal 1 Januari 2020. Menurut Gubernur Bank Indonesia, QRIS bertujuan mengusung semangat UNGGUL

⁸Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 69.

⁹Dodi Yarli, "Analisis Akad Tijarah Pada Transaksi Fintech Syariah dengan Pendekatan Maqhasid," *Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, Vol. 9No. 2 (Juli 2018): 245, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/yudisia.v9i2.4766>.

(Universal, Gampang, Untung dan Langsung), bertujuan untuk mendorong efisiensi transaksi mempercepat inklus keuangan, memajukan UMKM, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi.¹⁰

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah penyatuan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Dengan adanya standar QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari Penyelenggara manapun baik bank dan nonbank yang digunakan masyarakat, dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi (*merchant*) yang berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di *merchant* berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat.¹¹



Gambar 1.1 Ilustrasi Penerapan QRIS

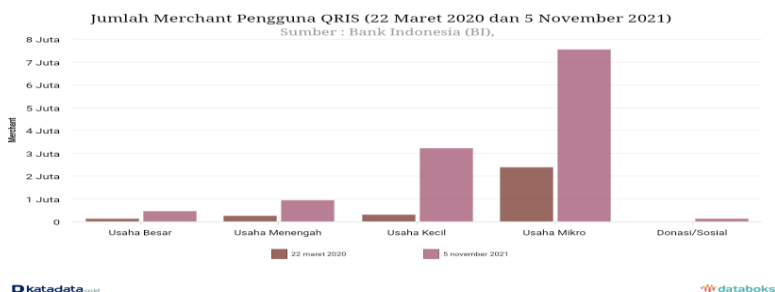
Sumber: qris.id, 2021

Berdasarkan laporan pertemuan tahunan Bank Indonesia pada tanggal 5 November 2021 jumlah pengguna QRIS telah mencapai 12,2 juta. Angka ini meningkat tajam hingga 297,1% dibandingkan 22 Maret 2020 yang sebanyak 3,08 juta pengguna. Merchant pada usaha mikro paling banyak terdaftar ORIS, yaitu

¹⁰Bank Indonesia. 2019. "QRIS, Satu QR Code untuk Semua Pembayaran". (https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx. Diakses pada 4 Jan. 2022).

¹¹Bank Indonesia. 2019. "Kanal dan Layanan". (<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>. Diakses pada 4 Jan. 2022).

mencapai 7,53. Diikuti merchant usaha kecil sebanyak 3,2 juta dan usaha menengah sebanyak 928 ribu. Data tersebut bisa dilihat pada gambar grafik berikut:¹²

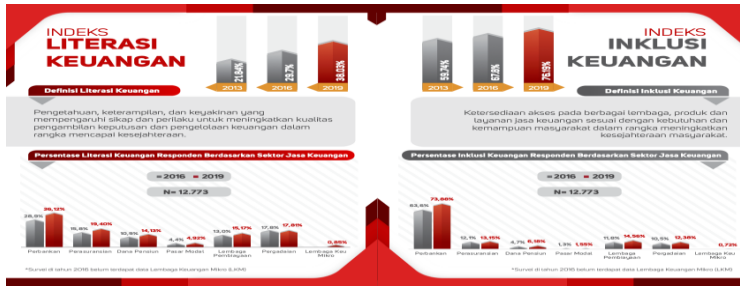


Gambar 1.2 Data Perkembangan Pedagang (*Merchant*) Dalam Penggunaan QRIS Sebagai Pembayaran Tahun 2021
Sumber: Bank Indonesia

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dalam penerapannya masih terdapat berbagai kendala salah satunya yaitu tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia yang masih rendah sehingga pemahaman masyarakat mengenai keuangan digital masih kurang dan belum merata. Berikut merupakan gambar data indeks literasi keuangan dan inklusi keuangan di Indonesia dari tahun 2013-2019:¹³

¹²Monavia Ayu Rizaty. 2021. “Jumlah Merchant Terdaftar QRIS Capai 12,2 Juta hingga November 2021”. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/jumlah-merchant-terdaftar-qr-is-capai-122-juta-hingga-november-2021> Diakses pada 4 Jan. 2022).

¹³Otoritas Jasa Keuangan. 2020. “Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019”. (<http://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>. Diakses pada 4 Jan. 2022).



Gambar 1.3 Tingkat Literasi Keuangan dan Inklusif Keuangan Nasional
Sumber: www.ojk.go.id, 2020

Berdasarkan data yang dihimpun dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) indeks literasi keuangan dari tahun 2013–2019, yaitu pada tahun 2013 sebesar 21,84% dan tahun 2019 sebesar 38,03%, dimana selama kurun waktu 6 tahun hanya naik sebesar 16,18%. Kendati mengalami peningkatan, menurut Anggota Dewan Komisioner OJK Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen menuturkan tingkat literasi keuangan yang baru mencapai 38,03 persen dinilai masih relatif rendah.¹⁴ Hal ini menunjukkan masyarakat Indonesia secara umum belum memahami dengan baik karakteristik berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan formal, padahal literasi keuangan merupakan keterampilan yang penting dalam rangka pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan individu, perlindungan konsumen, dan peningkatan inklusi keuangan.¹⁵

Menurut Kepala Kantor Perwakilan (KPw) Bank Indonesia (BI) Lampung Budiharto Setyawan Sebanyak 215 ribu *merchant* di Lampung telah terhubung dengan *Quick Response Code Indonesia* (QRIS) sebagai kanal pembayaran, angka tersebut telah melampaui target yang ditetapkan untuk Provinsi Lampung yakni

¹⁴Dionisio Damara. 2021. “Tingkat Literasi Keuangan Masih Rendah, OJK Pasang Target Tinggi pada 2024”. (<https://finansial.bisnis.com/read/20210928/90/1447954/tingkat-literasi-keuangan-masih-rendah-ojk-pasang-target-tinggi-pada-2024>. Diakses pada 4 Jan. 2022).

¹⁵Otoritas Jasa Keuangan. 2021. “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025”. (<http://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>. Diakses pada 14 Jan. 2022).

sebesar 180 ribu *merchant*, penggunaan QRIS sebagai salah satu kenal pembayaran digital di Lampung mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan rata-rata *merchant* yang tumbuh sebanyak 150 persen, dari peningkatan 150 persen hampir 50 persen peningkatan berada di Kota Bandar Lampung, meskipun terjadi peningkatan pada jumlah pengguna QRIS, namun dari sisi transaksinya masih belum maksimal sehingga perlu adanya sosialisasi mengenai penggunaan QRIS agar transaksinya meningkat.¹⁶ Hal tersebut yang menjadi salah satu faktor masih banyak masyarakat khususnya di Bandar Lampung yang belum mengetahui dan memahami mengenai kemudahan penggunaan QRIS.

QRIS memberikan kemudahan bagi kebutuhan dalam melakukan transaksi keuangan seperti pembayaran, pinjaman, donasi dan transaksi lainnya yang menggunakan teknologi. Segala bentuk aktivitas manusia yang bertujuan untuk memudahkan kegiatan merupakan bentuk ibadah kepada Allah SWT, sesuai Firman Allah dalam surah Al-Baqarah 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

“Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu” (Q.S. Al-Baqarah ayat 185).

Ayat ini menjelaskan bahwasannya Allah SWT. Menegaskan bahwa peraturan-Nya itu untuk memudahkan manusia, sehingga jika dikaitkan dengan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan QRIS maka dapat dipahami bahwa kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi dan mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem, sehingga diharapkan kemudahan yang diberikan dapat mempermudah pengguna dalam pemenuhan kebutuhannya.

¹⁶Wakos Reza Gautaama. 2021. “Jumlah Merchant di Lampung Pengguna QRIS Meningkat, Tapi Transaksinya Rendah”. (<https://lampung.suara.com/read/2021/12/29/155005/jumlah-merchant-di-lampung-pengguna-qr-is-meningkat-tapi-transaksinya-rendah>. Diakses pada 14 Jan. 2022).

Diawal tahun 2020, serangan wabah covid 19 yang terjadi secara global hampir di seluruh dunia termasuk di Indonesia telah memicu sentimen negatif terhadap berbagai lini bisnis khususnya bisnis UMKM. Pandemi Covid-19 menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan online, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung ke toko atau pusat perbelanjaan. Namun sekarang ini, karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah untuk tidak keluar rumah, maka otomatis konsumen tidak memungkinkan untuk berlama-lama di luar rumah. Pelaku UMKM juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya. Perlu adanya perbaikan kualitas produk dan penyesuaian pelayanan untuk dapat menarik konsumen dengan menyediakannya sistem pembayaran non-tunai. Tantangan bagi UMKM di Tahun 2022 ini tidak hanya karena terjadinya wabah Covid 19 saja, tapi tantangan UMKM di tengah masifnya ekonomi digital yang semakin pesat menuntut para UMKM melek teknologi informasi karena para pelaku UMKM yang menggunakan sistem pembayaran berupa QRIS, dalam penerapannya masih belum banyak dan familiar sehingga layanan tersebut terkadang jarang digunakan.

Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung

No.	Tahun 2021	Kategori Usaha		
	Nama Kecamatan	Mikro	Kecil	Menengah
1.	Teluk Betung Utara	1562	654	220
2.	Teluk Betung Timur	1405	788	301
3.	Teluk Betung Selatan	1743	798	236
4.	Bumi Waras	1930	686	271
5.	Panjang	2125	917	268
6.	Tanjung Karang Timur	1713	712	246
7.	Kedamaian	1857	732	287
8.	Teluk Betung Utara	2043	636	291

9.	Tanjung Karang Pusat	3167	893	342
10.	Enggal	1672	945	240
11.	Tanjung Karang Barat	1656	794	241
12.	Kemiling	2837	856	232
13.	Langkapura	1465	721	261
14.	Kedaton	1913	845	309
15.	Rajabasa	1709	714	270
16.	Tanjung Senang	1487	789	326
17.	Labuhan Ratu	2121	826	257
18.	Sukarame	1860	915	267
19.	Sukabumi	1514	676	316
20.	Way Halim	2200	683	266

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung Tahun 2021

Di Provinsi Lampung berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung Tahun 2021, Jumlah usaha mikro di Kota Bandar Lampung sebanyak 37.979, jumlah usaha kecil di Kota Bandar Lampung sebanyak 15.580 dan jumlah usaha menengah di Kota Bandar Lampung sebanyak 5.447, total jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung sebanyak 59.006.

UMKM sebagai industri kecil namun memiliki andil besar dalam perekonomian sebuah daerah seperti berkembangnya usaha kuliner dikarenakan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Pelaku usaha kecil menengah dibidang kuliner merupakan salah satu kelompok usaha yang dapat bertahan di tengah perubahan dan tidak mengenal masa serta tidak pernah mati, sehingga usaha ini pun selalu ada, di setiap tempat dan strata masyarakat. Makanan dan minuman masih menjadi kebutuhan pokok, dengan bentuk skala usaha besar maupun kecil. Dengan melihat kondisi dan kenyataan yang ada, maka usaha kuliner merupakan usaha yang sangat menjanjikan dan akan memberikan keuntungan maksimal.

Sebagian pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung khususnya pedagang makanan dan minuman sudah menyediakan sistem

pembayaran melalui QRIS. QRIS sebagai inovasi gagasan produk baru, maka dibutuhkan pendapat pelaku usaha sebagai pengguna mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran dalam transaksi jual beli pada usahanya. Selain itu, QRIS sebagai inovasi sistem pembayaran baru yang memanfaatkan teknologi informasi, akan menimbulkan terjadinya perbedaan pendapat antar pengguna. Sebagian pengguna berpendapat bahwa menggunakan layanan QRIS akan menambah rumit dan tidak memberi manfaat yang berarti. Sedangkan sebagian pengguna yang berpandangan jauh mengenai kemajuan transaksi di masa yang akan datang serta mementingkan efisiensi dan efektivitas dalam pekerjaannya cenderung berpendapat bahwa penggunaan QRIS akan memberikan kemudahan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pekerjaan mereka.

Menurut Bapak Yohan yang merupakan pedagang makanan di PKOR, bahwasanya terdapat kendala dalam penggunaan QRIS, beberapa kendala yang terjadi dalam penerapan QRIS pada *merchant* yaitu pemahaman pedagang yang kurang, seperti informasi yang didapatkan para pedagang hanya sebatas dari sales PJSP dan mereka kurang memahami informasi yang diberikan dan juga pedagang yang masih belum memahami penggunaan QRIS karena dominan konsumen melakukan transaksi masih menggunakan uang tunai.¹⁷ Kendala lainnya penempelan stiker yang masih belum sesuai juga menjadi hambatan dalam penerapan QRIS. Banyak ditemui para *merchant* yang menempelkan stiker QRIS disandingkan dengan stiker QR dari aplikasi pembayaran lain dan juga pedagang memiliki lebih dari satu stiker QRIS.¹⁸ Kendala lain ketika pelaku usaha tidak mempunyai rekening maka

¹⁷Bapak Yohan, "Pelaku UMKM di PKOR Way Halim Kota Bandar Lampung", *Wawancara*, Maret 06, 2022.

¹⁸Bapak Riski, "Pelaku UMKM di PKOR Way Halim Kota Bandar Lampung", *Wawancara*, Maret 06 2022.

palaku usaha tersebut tidak dapat menyediakan sitem pembayaran melalui QRIS.¹⁹

Beberapa hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa ada pengaruh langsung anantara kemudahan penggunaan terhadap keputusan bertransaksi. Seperti penelitian yang dilakukan Wiwik Widiyanti (2020) menyimpulkan bahwa kemudahan pengunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *E-Wallet* OVO. Selanjutnya dalam penelitian Ningsih dkk (2021) menyatakan bahwasannya kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS. Sedangkan dalam penelitian Meliza Awalina (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan uang elektronik.

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti tertarik untuk menganalisis keputusan penggunaan QRIS pada pelaku UMKM dengan berlandaskan literasi keuangan dan kemudahan sebagai variabel independen. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“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)”**.

¹⁹Bapak Yuda, “Pelaku UMKM di PKOR Way Halim Kota Bandar Lampung”, *Wawancara*, Maret 06 2022.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Faktor literasi keuangan masyarakat yang masih rendah.
- b. Faktor kemudahan dalam penggunaan QRIS secara maksimal belum banyak diketahui oleh pengguna.

2. Batasan masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ditetapkan agar masalah penelitian terfokus pada pokok permasalahan beserta pembahasannya dan tidak terlalu meluas, sehingga diharapkan penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini dibatasi pada masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian dilakukan pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung yang menggunakan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran dalam melakukan transaksi jual beli.
- b. Penelitian ini hanya meneliti variabel literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan QRIS.
- c. Penelitian ini dilakukan pada UMKM di bidang Kuliner.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung?
3. Apakah literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS pada Pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung?

4. Bagaimana literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan keputusan penggunaan dalam perspektif ekonomi islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada Pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan keputusan penggunaan dalam perspektif ekonomi islam.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis manfaat penelitian ini yakni, diharapkan dapat memperkaya pengetahuan dan pemikiran ilmiah mengenai Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM selama Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis

Dengan terdapatnya penelitian ini di harapkan bisa mendapatkan pengetahuan yang bersifat kenyataan yang terjadi dalam praktek maupun analisis, serta menambah motivasi penulis dan ilmu pengetahuan mengenai Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM selama

Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam.

b. Bagi Kalangan Mahasiswa dan Akademisi

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah pengetahuan dan informasi, serta menjadi bahan referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya mengenai Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM selama Masa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan dengan “Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada UMKM selama Masa Pandemi Covid-19”

Tabel 1.2
Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Hutami A. Ningsing, Endang M. Sasmita, dan Bida Sari (2021)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa	Penelitian ini menggunakan Persepsi manfaat dan resiko sebagai variabel independen, serta objek penelitiannya adalah mahasiswa UPI Y.A.I Jakarta dan Pengumpulan data menggunakan	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi resiko baik secara sendiri-sendiri (parsial) maupun

			kuesioner dengan teknik <i>accidental</i> sampling sebanyak 65 responden	secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta. ²⁰
2	Anastasia Anggi Palupi, Tuti Hartati dan Nidia Sofa (2021)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS pada UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya	Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif serta penelitian ini dilakukan pada UMKM kecamatan Beji dan Sukmajaya	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan

²⁰Hutami A. Ningsing, Endang M. Sasmita, dan Bida Sari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik pada Mahasiswa," *Jurnal IKRA-ITH Ekonomi*, Vol. 4 No. 1 (2021): 8, <https://doi.org/https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1067>

		Kota Depok	Kota Depok.	menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya Kota Depok. ²¹
3	Romadhutol Inayah (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat (Studi Kasus di Wilayah Kota Purwoketo)	Penelitian ini Menggunakan Persepsi kemanfaatan dan promosi sebagai variabel independen serta minat penggunaan sebagai variabel dependen dan objek penelitian dilakukan di Wilayah Kota Purwoketo	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan dan promosi berpengaruh positif signifikan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat baik secara bersama-sama

²¹Anastasia Anggi Palupi, Tuti Hartati dan Nidia Sofa, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS pada UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya Kota Depok," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta* (2021).

				atau simultan. ²²
4	Wiwik Widiyanti (2020)	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-wallet</i> OVO di Depok	Penelitian ini menggunakan Kemanfaatan dan Promosi sebagai variabel independen, serta objek penelitiannya adalah warga Depok yang menggunakan e-wallet OVO	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> OVO di Depok. ²³

²²Romadhutol Inayah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020), 137.

²³Wiwik Widiyanti, "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E- wallet OVO di Depok," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 7 No. 1 (2020): 62, <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>

5	Meliza Awalina (2019)	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya)	Penelitian ini menggunakan persepsi kemanfaatan sebagai variabel independen, dan minat penggunaan sebagai variabel dependen, serta objek penelitiannya adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pengguna uang elektronik berbasis server	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Persepsi kemanfaatan dan literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan uang elektronik berbasis server. Literasi keuangan berpengaruh
---	-----------------------	--	---	--

				signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. ²⁴
6	Maulina Dinda Sari (2019)	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Pada Perilaku Penggunaan <i>Financial Teknologi (Fintech)</i> di Bandar Lampung	Penelitian ini tidak menggunakan variabel kemudahan penggunaan sebagai variabel independen Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan <i>Nonprobability sampling</i> dengan menggunakan <i>accidental sampling</i> .	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan <i>Financial Teknologi (Fintech)</i> di Bandar Lampung. ²⁵

²⁴Meliza Awalina, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Islam” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019), 72.

²⁵Maulina Dinda Sari, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Pada Perilaku Penggunaan *Financial Teknologi (Fintech)* di Bandar Lampung” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, 2019), 60.

7	Ashif Syifa'ul Qulub (2019)	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan <i>E-Money</i>	Penelitian ini menggunakan persepsi kemanfaatan dan persepsi resiko sebagai variabel independen, dan minat menggunakan layanan <i>E-Money</i> sebagai variabel dependen, serta Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode <i>Accidental sampling</i>	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan Menurut uji t, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap minat menggunakan layanan <i>e-money</i> . Sedangkan persepsi kemanfaatan, persepsi resiko berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat menggunakan layanan <i>e-money</i> . ²⁶
---	-----------------------------	---	--	---

²⁶Ashif Syifa'ul Qulub, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money" (Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019), 82.

Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa terdapat 6 dari 7 penelitian terdahulu yang menggunakan variabel kemudahan penggunaan sebagai variabel independen. Terdapat 3 dari 7 penelitian terdahulu yang menggunakan variabel literasi keuangan sebagai variabel independen. Terdapat 3 dari 7 penelitian terdahulu yang menggunakan variabel keputusan penggunaan sebagai variabel dependen.

H. Sistematika Penulisan

1. Bagian Awal

Bagian awal pada penulisan tugas akhir ini terdiri dari sampul depan, halaman sampul bagian dalam, abstrak, pernyataan, persetujuan, pengesahan, motto, persembahan, riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

2. Bagian Substansi (Inti)

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Bab ini berisikan teori yang digunakan dan pengajuan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampel dan teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, uji validitas dan reliabilitas data, uji prasarat analisis dan uji hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

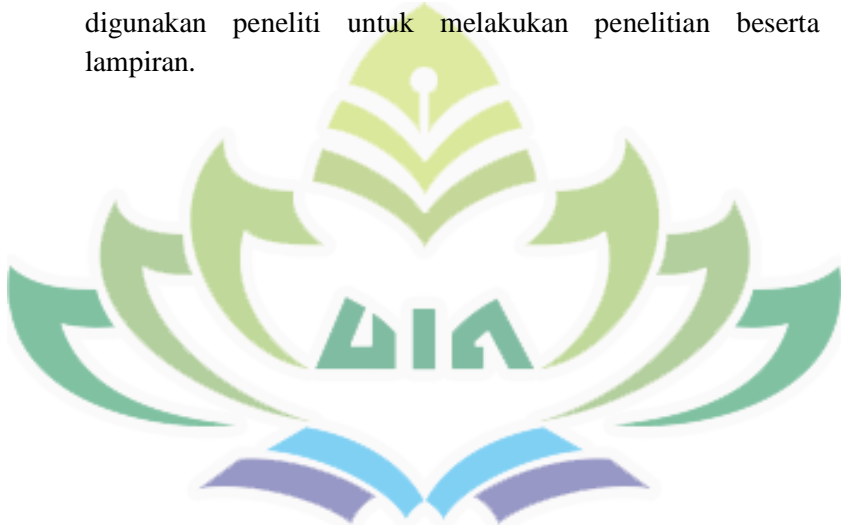
Bab ini berisikan mengenai deskripsi data pembahasan hasil penelitian dan analisis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan simpulan dari hasil analisis data yang telah dijabarkan sebelumnya dan rekomendasi yang akan dijadikan sebagai masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

3. Bagian Akhir

Bagian ini merupakan langkah terakhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan daftar rujukan yang telah digunakan peneliti untuk melakukan penelitian beserta lampiran.



BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Yang Digunakan

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen sebagai “dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan”. Dengan kata lain, perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi.²⁷

Perilaku konsumen akan diperlihatkan dalam beberapa tahap diantaranya tahap sebelum pembelian, tahap pembelian dan tahap setelah pembelian barang atau jasa. Pada tahap sebelum pembelian konsumen biasanya melakukan pencarian informasi mengenai produk dan jasa tersebut.

Lalu pada tahap pembelian, konsumen melakukan pembelian produk atau jasa. Dan pada tahap setelah pembelian, konsumen akan melakukan konsumsi atau penggunaan produk, evaluasi kinerja produk atau jasa tersebut, dan pada akhirnya akan membuang produk atau jasa tersebut setelah digunakan.

Berikut beberapa pengertian perilaku konsumen menurut para ahli:

- 1) Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

²⁷J Paul Peter dan Jerry C Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran edisi II*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 6.

- 2) Menurut Hasan, perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.
- 3) Menurut Schiffman dan Kanuk, perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Maka dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana membuat keputusan baik secara individu maupun di dalam organisasi. Perilaku konsumen merupakan hal yang mendasari seorang konsumen untuk membuat sebuah keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang mampu diberikan sebuah barang kepada konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat permintaan konsumen terhadap barang tersebut, dan begitu juga sebaliknya.²⁸

b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Dalam perilaku konsumen ada banyak faktor yang mempengaruhi seperti faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi.

1) Faktor-faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.

Dalam faktor kebudayaan terdapat pula faktor subbudaya yang mana faktor ini memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi

²⁸Yossie Rossanty, *Costumer Behaviour In Era Millemial*, (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018), 4.

empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis. Selain subbudaya, terdapat pula faktor kelas sosial yang mana faktor ini adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

2) Faktor-faktor Sosial

- a) Kelompok referensi, yaitu kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap seseorang. Kelompok referensi ini digunakan oleh seseorang untuk memberikan pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli ataupun mengkonsumsi.
- b) Keluarga, yaitu lingkungan dimana sebagian orang tinggal dan berinteraksi dengan anggota keluarga lain. Anggota keluarga akan mempengaruhi satu sama lain dalam menciptakan minat beli produk atau jasa.
- c) Peran dan status, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok seperti keluarga, klub dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

3) Faktor-faktor Pribadi

- a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, usia menjadi faktor pribadi karena konsumen yang berbeda akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda.
- b) Pekerjaan, para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.
- c) Keadaan ekonomi, yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan

- yang dapat dibelanjakan, tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap belanja atau menabung.
- d) Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.
 - e) Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.
- 4) Faktor-faktor psikologis
- a) Motivasi adalah daya yang ada dalam diri konsumen. Motivasi muncul karena adanya kebutuhan. Kebutuhan yang dirasa oleh seseorang diharapkan dapat memberikan manfaat dalam menggunakan suatu produk.
 - b) Persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasi sebuah informasi. Persepsi seseorang terhadap suatu objek berbeda-beda karena pemikiran seseorang juga berbeda.
 - c) Proses Belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
 - d) Kepercayaan dan sikap, kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.²⁹

²⁹Nugroho J. Setiadi, *PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2003), 10-14.

2. *Theory Of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana)

Theory of planned behavior (teori perilaku terencana) dikemukakan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein yang merupakan pengembangan dari teori sebelumnya yaitu *theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan). *Theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan), menjelaskan bahwa niat untuk melaksanakan perbuatan tertentu diakibatkan oleh dua alasan, yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Karena banyak perilaku yang tidak sepenuhnya di bawah kontrol penuh individu, maka Ajzen menambahkan konsep *perceived behavioral control*.³⁰ Dengan adanya penambahan konsep *perceived behavioral control* tersebut, maka Ajzen mengubah *theory of reasoned action* menjadi *theory of planned behavior*.

Menurut *theory of planned behavior* (teori perilaku terencana) perilaku seseorang akan terwujud jika ada niat untuk berperilaku dalam diri seseorang. Teori ini menyebutkan bahwa intensi adalah fungsi dari tiga determinan dasar, yaitu: sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subyektif (*subjective norm*), persepsi pengendalian diri (*perceived behavioral control*).³¹

a. Sikap Terhadap Perilaku (*attitude toward the behavior*)

Sikap terhadap perilaku ditentukan sesuai dengan keyakinan seseorang mengenai konsekuensi yang akan diperoleh dari suatu perilaku (*behavioral beliefs*). Belief berkaitan dengan penilaian-penilaian subjektif dan pemahaman mengenai diri seseorang dan lingkungannya. Bagaimana cara mengetahui *belief*, dalam teori perilaku direncanakan ini, Ajzen menyatakan bahwa *belief* dapat diungkapkan dengan cara menghubungkan suatu perilaku

³⁰Ni Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi Ratnadi, "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 12 No. 6 (2017): 4046, <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i12.p01>

³¹Yustina Chrismardani, "Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha," *Kompetensi*, Vol 10 No. 1 (2016): 90–103, <http://www.dbpia.co.kr/Article/3031618>

yang akan kita prediksi dengan berbagai manfaat atau kerugian yang akan terjadi jika kita melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut. Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku berdasarkan evaluasi dari data yang diperoleh bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya.

b. Norma Subyektif (*subjective norm*)

Norma subjektif adalah perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada di dalam kehidupannya tentang dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu, karena perasaan ini sifatnya subjektif, maka dimensi ini disebut norma subjektif (*subjective norm*). Hubungan sikap terhadap perilaku sangat menentukan, maka norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan, bedanya adalah apabila hubungan sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan terhadap perilaku yang akan dilakukan (*behavioral belief*) maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan seseorang yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain yang berhubungan dengannya (*normative belief*).

c. Persepsi Pengendalian Diri (*perceived behavioral control*).

Yang dimaksud dengan persepsi kontrol perilaku adalah perasaan seseorang mengenai usaha yang dilakukannya dalam mewujudkan suatu perilaku tertentu. Perasaan yang berkaitan dengan perilaku kontrol ini berhubungan dengan pusat kendali. Pusat kendali berhubungan dengan keyakinan individu dimana keberhasilan dalam melakukan sesuatu tergantung pada

usahanya sendiri. Persepsi kontrol perilaku ini dapat berubah sesuai situasi dan jenis perilaku yang dilakukan.³²

3. Keputusan Menggunakan QRIS

a. Pengertian Keputusan

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Etta mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Setiadi dalam Etta mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan pembeli adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan ilmu pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu di antaranya.³³

Keputusan pembelian menurut Tjiptono merupakan sebuah proses dimana pembeli mengetahui masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi beberapa dari masing-masing alternatif tersebut untuk dapat digunakan dalam memecahkan masalah, yang kemudian mengarahkannya kepada keputusan pembelian.³⁴ Menurut Kotler keputusan pembelian merupakan tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.³⁵

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu bentuk perilaku konsumen didalam menggunakan suatu produk. Dalam menggunakan suatu produk untuk mengambil sebuah keputusan pembelian, konsumen akan melalui proses yang merupakan gambaran dari perilaku konsumen

³²Mahyarni, "Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)," *Jurnal El-Riyasah*, Vol 4 No. 1 (2013): 13–23, <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>

³³Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 120-121.

³⁴Fandy Tjiptono, *Strategi Peemasaran Edisi 3*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 21.

³⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), 223.

menganalisis berbagai macam pilihan untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian.

b. Model Pengambilan Keputusan

Model pengambilan keputusan menyatakan bahwa konsumen akan mencari informasi yang banyak hanya jika seseorang dalam situasi keterlibatan yang tinggi terhadap produk yang dicarinya atau ketika seseorang mencari pemecahan masalah yang diperluas. Ada tiga faktor yang menentukan proses pencarian informasi yang ekstensif.

1) Faktor Resiko Produk

Semakin tinggi konsumen memiliki persepsi risiko terhadap produk yang akan dibelinya, maka konsumen akan mencari informasi sebanyak-banyaknya mengenai produk tersebut.

2) Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen meliputi pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian konsumen, dan karakteristik demografi konsumen. Konsumen yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang banyak mengenai produk mungkin tidak termotivasi untuk mencari informasi, karena seseorang sudah merasa cukup dengan pengetahuannya untuk mengambil keputusan.

3) Faktor situasi

Faktor situasi adalah keadaan lingkungan yang dihadapi oleh seorang konsumen. Konsumen mungkin memiliki waktu yang terbatas, sehingga tidak melakukan pencarian informasi yang ekstensif.³⁶

³⁶Ujang Samarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 299-300.

c. Indikator Keputusan

Kotler dan Keller menjelaskan terdapat lima tahapan dalam proses pengambilan keputusan, yakni sebagai berikut:

1) Pengenalan Masalah

Seorang konsumen akan melakukan pembelian jika telah menyadari masalah atau kebutuhan yang dihadapinya. Contohnya ketika merasa lapar, otomatis akan merangsang otak untuk membeli sebuah makan. Kepekaan perusahaan melihat suatu kebutuhan-kebutuhan masyarakat yang belum dapat dipenuhi akan mendorong terjadinya suatu bisnis yang besar, terlebih jika pertumbuhan perusahaan dibarengi dengan bauran pemasaran yang utuh. Untuk itu pencarian informasi mengenai permasalahan kebutuhan masyarakat sangatlah perlu.

2) Pencarian Informasi

Sebelum memutuskan suatu pembelian seorang konsumen terlebih dahulu mencari informasi terkait barang/jasa yang akan dibelinya, terlebih jika produk tersebut mempunyai dampak yang penting maka konsumen akan sangat hati-hati dalam memutuskan pembelian. Proses pencarian informasi suatu produk akan dimulai dari orang yang terdekat seperti:

- a) Sumber pribadi, meliputi keluarga, teman dan tetangga
- b) Sumber komersial, meliputi iklan dan situs web
- c) Sumber eksperimental, meliputi penggunaan produk

3) Evaluasi Alternatif

Proses evaluasi memiliki tahapan yaitu: pertama, konsumen berusaha memuaskan kebutuhan; kedua, konsumen mencari manfaat produk; ketiga, konsumen melihat kelengkapan produk sebagai acuan pemenuh kebutuhan. Kelengkapan atau atribut suatu produk bermacam-macam tergantung jenis produk itu sendiri.

Misal, untuk memutuskan membeli makanan disebuah *restaurant* konsumen akan melihat kebersihan, lokasi, keramaian pengunjung dan harga. Setiap konsumen akan mempertimbangkan apakah suatu produk yang benar-benar memberikan manfaat dan daya guna yang tinggi atau malah sebaliknya, untuk itu adanya tahap evaluasi alternatif berguna untuk memilih produk-produk yang bermanfaat. Tahap akhir pada proses evaluasi ini yaitu suatu keyakinan pada salah-satu produk yang akan memberikan manfaat dan kualitas lebih dibandingkan dengan produk-produk lain yang kemudian akan tercermin pada sikap bangga pada produk yang dipilih tersebut.

4) Keputusan Pembelian atau Penggunaan

Setelah konsumen mengetahui kebutuhannya, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, tahapan selanjutnya yaitu konsumen melakukan keputusan pembelian. Dalam tahap evaluasi, konsumen mengumpulkan beberapa merek yang dinilai dapat memberikan manfaat kemudian menyeleksi dan memilih satu produk yang akan dibeli. Keputusan pembelian tersebut didasari oleh keyakinan pada suatu produk dibandingkan dengan produk lain, keyakinan memilih suatu merek dibandingkan dengan merek lain dan keyakinan akan pemenuhan oleh produk tersebut karena kuantitasnya yang cukup memadai dan persebarannya yang baik.

5) Pelilaku pasca pembelian

Setelah melakukan keputusan pembelian dan mengkonsumsi, konsumen akan benar-benar dapat menilai produk tersebut. Disinilah konsumen akan merasakan kepuasan atau malah ketidakpuasan akan suatu produk yang kemudian akan berdampak pada loyalitas konsumen atau bahkan malah meninggalkan produk tersebut. Berikut merupakan perilaku

konsumen setelah melakukan keputusan pembelian, yaitu:

a) Kepuasan pasca pembelian

Konsumen akan merasakan kepuasan jika suatu produk dapat memenuhi harapannya, bahkan akan sangat puas jika produk dapat melebihi kriteria yang diharapkan. Atau mungkin sebaliknya yaitu kecewa karna produk tidak dapat memenuhi harapannya.

b) Tindakan pasca pembelian

Jika konsumen puas, konsumen akan membeli produk itu kembali, dan akan merekomendasikan kepada orang lain, karena pada prinsipnya seorang konsumen yang merasa terpenuhi kebutuhannya akan membicarakan hal-hal yang baik tentang produk tersebut yang pada akhirnya menyarankan kepada orang lain juga untuk menggunakan produk yang sama. dipihak lain konsumen yang kecewa mungkin mengabaikan produk tersebut.³⁷

d. Pandangan Islam Mengenai Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Didalam al-Qur'an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menentukan sebuah keputusan Q.S. Al-Hujurat Ayat 6:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَاءَكُمْ فَاْسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًا

بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰٓى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ ﴿٦﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah

³⁷Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (t.tp: Erlangga, 2009), 184-188.

kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.” (Q.S. Al-Hujurat Ayat 6)

Tafsir ayat diatas menjelaskan kita harus berhati-hati dalam memilih sesuatu agar tidak merugikan diri sendiri ataupun pihak-pihak yang terkait. Pengambilan keputusan juga dijelaskan dalam QS. Al-Maidah ayat 100:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَيْرُ وَالْطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَيْرِ فَاتَّقُوا

اللَّهِ يَتَأُولَى الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تَفْلَحُونَ ﴿١٠٠﴾

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Tidaklah sama yang buruk dengan yang baik meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu. Maka, bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang berakal sehat agar kamu beruntung.” (Q.S Al-Maidah Ayat 100)

Tafsir ayat diatas menjelaskan bahwa kita harus mengambil sesuatu yang baik meskipun itu hanya sedikit dan tidak menarik hati namun mengandung kemaslahatan daripada mengambil sesuatu yang banyak dan menarik hati namun mengandung unsur kemudharatan.

4. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan (*financial literacy*) adalah pengetahuan dan keterampilan masyarakat, dimana karena pengetahuan dan keterampilan tersebut masyarakat mampu memberikan keyakinan terkait lembaga keuangan dan berbagai produk di dalamnya dalam parameter ukuran indeks. Lusardi, Mitchell dalam Ismanto mendefinisikan literasi keuangan merupakan kemampuan kognitif dan pendidikan keuangan yang mempengaruhi perilaku dan kegiatan keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan

keuangan.³⁸ Otoritas Jasa Keuangan dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) mendefinisikan literasi keuangan adalah Pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.³⁹ *Organization of economic cooperation and development* (OECD) menurut Soetiono dan Setiawan mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi, kesadaran, pengetahuan, kemampuan, sikap, dan perilaku untuk membuat keputusan keuangan yang tepat untuk mencapai kesejahteraan financial.⁴⁰

Aspek sikap dan perilaku keuangan menjadi perhatian berbagai negara pada saat merevisi strategi nasional literasi keuangan mereka. Sikap dan perilaku keuangan tersebut memberikan gambaran bahwa literasi keuangan bukan hanya semata-mata mengetahui, terampil dalam memanfaatkan, dan meyakini lembaga, produk dan layanan jasa keuangan, melainkan juga mengenai pentingnya perubahan sikap dan perilaku keuangan seseorang agar hidup lebih sejahtera. *World Bank dalam Trends in the Objectives of National Financial Capability Strategies* menerangkan bahwa Alasan yang mendasari perlunya aspek sikap dan perilaku keuangan dalam literasi keuangan adalah program literasi keuangan yang hanya mengandalkan pendekatan pengetahuan saja tidak dapat mengubah perilaku seseorang jika mereka tidak memiliki sikap dan motivasi.⁴¹

Berdasarkan pengertian diatas maka diambil kesimpulan bahwa literasi keuangan merupakan

³⁸Hadi Ismanto, *Perbankan dan Literasi Keuangan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 100.

³⁹Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017), 77.

⁴⁰Kusumaningtuti Soetiono dan Cecep Setiawan, *Literasi dan Inklusif Keuangan Indonesia*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), 7.

⁴¹World Bank, *Trends in the Objectives of National Financial Capability Strategies*, (World Bank, 2016), 9.

pengetahuan dan kemampuan yang mempengaruhi sikap dan perilaku dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan *financial*.

b. Prinsip Dasar Literasi Keuangan

Prinsip dasar literasi keuangan yang terdapat di dalam SNLKI (2017) antara lain:

- 1) Terencana dan terukur
Kegiatan yang dilakukan memiliki konsep yang sesuai dengan sasaran, strategi, kebijakan otoritas dan kebijakan perilaku usaha jasa keuangan serta memiliki indikator untuk memperoleh informasi peningkatan literasi keuangan.
- 2) Berorientasi pada pencapaian
Kegiatan yang dilakukan mampu mencapai tujuan peningkatan literasi keuangan dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada.
- 3) Berkelanjutan
Kegiatan yang dilakukan secara berkesinambungan untuk mencapai tujuan yang direncanakan serta memiliki aspek jangka panjang. Dalam penerapan prinsip berkelanjutan, pelaku usaha jasa keuangan perlu mengutamakan pemahaman terhadap pengelolaan lembaga dan produk layanan jasa keuangan.
- 4) Kolaborasi
Kegiatan yang dilakukan melibatkan seluruh pemangku kepentingan dalam pelaksanaan kegiatan secara bersama-sama.⁴²

⁴²Otoritas Jasa Keuangan, Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017), 80.

c. Tujuan Literasi Keuangan

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 tentang peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan/atau masyarakat pada Pasal 3, diuraikan bahwa tujuan literasi keuangan meliputi:

- 1) Meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu.
- 2) Perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.⁴³

OJK menyatakan bahwa misi penting dari program literasi keuangan adalah untuk melakukan edukasi dibidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas, meningkatkan pengetahuan tentang industri keuangan agar masyarakat tidak mudah tertipu pada produk-produk investasi yang menawarkan keuntungan tinggi dalam jangka waktu pendek tanpa mempertimbangkan risikonya.

f. Dimensi Literasi Keuangan

Literasi keuangan mencakup beberapa dimensi keuangan yang harus dikuasai. Beberapa dimensi literasi keuangan menurut Chen and Volpe yang meliputi pengetahuan umum keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi.⁴⁴

- 1) Pengetahuan umum tentang keuangan

⁴³Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan/atau Masyarakat Pasal 3, 4.

⁴⁴Amanita Novi Yushita, "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi," *Jurnal Nominal*, Vol. VI No. 1 (2017): 2, <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>

Pengetahuan tentang keuangan mencakup pengetahuan keuangan pribadi, yakni bagaimana mengatur pendapatan dan pengeluaran, serta memahami konsep dasar keuangan. Konsep dasar keuangan tersebut mencakup perhitungan tingkat bunga sederhana, bunga majemuk, pengaruh inflasi, *opportunity cost*, nilai waktu uang, likuiditas suatu aset, dan lain-lain.

2) Simpanan dan pinjaman

Simpanan dan pinjaman (*saving and borrowing*) merupakan produk perbankan yang lebih dikenal sebagai tabungan dan kredit. Tabungan (*saving*) merupakan sejumlah uang yang disimpan untuk kebutuhan di masa depan. Seseorang yang memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pengeluarannya akan cenderung menyimpan sisa uangnya tersebut. Bentuk simpanan bisa berupa tabungan dalam bank atau tabungan dalam bentuk deposito. Sedangkan pinjaman (*borrowing*) merupakan suatu fasilitas untuk melakukan peminjaman uang dan membayarnya kembali dalam jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

3) Asuransi

Asuransi merupakan suatu bentuk perlindungan secara finansial yang bisa dilakukan dalam bentuk asuransi jiwa, asuransi properti, asuransi pendidikan dan asuransi kesehatan. Tujuan dari asuransi adalah untuk mendapatkan ganti rugi apabila terjadi hal yang tidak terduga seperti kematian, kehilangan, kecelakaan, atau kerusakan. Asuransi melibatkan pihak tertanggung untuk melakukan pembayaran premi secara berkala dalam suatu waktu tertentu yang berguna sebagai ganti polis yang menjamin perlindungan yang diperoleh dari pihak tertanggung.

4) Investasi

Investasi adalah menyimpan atau menempatkan uang agar bisa bekerja sehingga dapat menghasilkan uang yang lebih banyak. Cara yang sering digunakan seseorang dalam berinvestasi yakni dengan meletakkan uang ke dalam surat berharga termasuk saham, obligasi dan reksa dana atau dengan memiliki *real estate*.

d. Indikator Literasi Keuangan

Indikator literasi keuangan menurut Otoritas Jasa mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan, langkah awal bagi seseorang untuk memiliki literasi keuangan yang baik adalah pengetahuan mengenai industri jasa keuangan yang terdiri dari Perbankan, Pasar Modal, Lembaga Pembiayaan, Asuransi, Pegadaian, Dana Pensiun, dan lembaga jasa keuangan lainnya. Langkah selanjutnya yakni mengetahui produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan. Kemudian masyarakat perlu juga mengetahui karakteristik dari produk dan layanan jasa keuangan. Karakteristik tersebut meliputi manfaat, fitur, risiko, cara memperoleh, biaya, denda, hak dan kewajiban dari suatu produk, serta layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka.
- 2) Keterampilan, kemampuan untuk mengelola keuangan berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Pengetahuan yang dimiliki masyarakat terkait keuangan perlu dilengkapi dengan kemampuan masyarakat dalam melakukan perhitungan sederhana mengenai bunga atau bagi hasil, angsuran atau pinjaman, hasil investasi, biaya penggunaan produk dan layanan jasa keuangan, denda, perbedaan nilai mata uang dan inflasi. Semakin baik pemahaman individu terhadap *financial literacy* maka akan

semakin baik juga individu tersebut mengelola keuangan.

- 3) Keyakinan, memiliki keyakinan terhadap lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan. Sebelum masyarakat menggunakan produk dan layanan jasa keuangan, masyarakat perlu memiliki keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan sebagai perusahaan yang menawarkan produk dan jasanya.
- 4) Sikap dan perilaku, aspek sikap dan perilaku menjadi perhatian berbagai negara pada saat merevisi strategi nasional literasi keuangan mereka. Sikap dan perilaku keuangan tersebut memberikan gambaran bahwa literasi keuangan bukan hanya semata-mata mengetahui, terampil dalam memanfaatkan, meyakini lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan, melainkan juga mengenai pentingnya perubahan sikap dan perilaku keuangan seseorang agar hidup lebih sejahtera. Tujuan keuangan sangat penting bagi setiap orang karena tujuan keuangan ini akan menentukan bagaimana seseorang merencanakan dan mengelola keuangan untuk mencapai tujuan keuangan yang ingin dicapai.⁴⁵

e. Kategori Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) membagi tingkat literasi keuangan menjadi beberapa tingkatan, yakni sebagai berikut:

- 1) *Well literate* yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- 2) *Sufficient literate* yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta

⁴⁵Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*, (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017), hal. 27-34.

produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

- 3) *Less literate* hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- 4) *Not literate* tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.⁴⁶

f. Pandangan Islam Mengenai Literasi Keuangan

Literasi Keuangan berkaitan dengan pemahaman seseorang dalam mengelola keuangannya agar tidak boros dan dapat bersikap hemat. Islam menganjurkan untuk hemat dan tidak berlebih-lebihan dalam kehidupan sehari-hari. Adapun ayat al-Qur'an yang berkaitan dengan literasi keuangan yaitu Q.S Al-Isra ayat 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ
مُلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

“Janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (kikir) dan jangan (pula) engkau mengulurkannya secara berlebihan sebab nanti engkau menjadi tercela lagi menyesal” (Q.S Al-Isra Ayat 29).

Tafsir ayat diatas menjelaskan betapa pentingnya pengetahuan keuangan atau literasi keuangan, karena tanpa pengetahuan keuangan akan mudah terjerumus dalam pemborosan atau sikap kikir. Dengan pengetahuan keuangan, maka keuangan akan dapat diatur baik dan bijak dalam segi pemasukan maupun pengeluaran. Orang yang tidak memiliki pengetahuan keuangan akan lebih

⁴⁶Otoritas Jasa Keuangan. 2013. “Literasi Keuangan”. (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>). Diakses pada 7 Jan. 2022).

mudah terjebak dalam membelanjakan hartanya di jalan yang tidak benar tanpa memikirkan bahwa harta itu hanya berupa titipan Allah swt, yang harus dijaga semestinya dan dimanfaatkan sesuai dengan perintah Allah swt.

5. Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Jogiyanto mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai sejauh mana seseorang mempercayai bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan membebaskannya dari suatu usaha.⁴⁷ Persepsi kemudahan adalah kepercayaan setiap penggunaan teknologi mampu memberikan kemudahan interaksi dengan penggunaan uang elektronik yang disediakan penyedia layanan supaya mudah dipahami serta mudah untuk digunakan. Kemudahan ini membuat pengguna layanan tidak memerlukan banyak usaha dan dapat mengakses penggunaan uang elektronik dimana saja.

Definisi kemudahan penggunaan yang tersaji diatas merupakan bentuk dari suatu kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan. Ketika sebuah sistem informasi mampu memberikan kemudahan penggunaan dan mengurangi kerepotan atau ketika penggunaan sistem informasi membutuhkan banyak usaha maka pengguna akan secara otomatis menggunakan sistem informasi tersebut.⁴⁸

Adanya konsep ini dapat menjadi tolak ukur keyakinan pengguna dalam penggunaan sistem informasi yang tidak memerlukan banyak usaha dalam pemakaian. Dalam konsep ini menjelaskan tujuan dalam penggunaan

⁴⁷Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 115.

⁴⁸Rieska Amalia Setiawan, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Sikap Penggunaan Teknologi terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Persepsi Manfaat (*Use Usefulness*) Sebagai Variabel Intervening" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Intitut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018), 24-26.

sebuah sistem informasi serta kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan kebutuhan penggunaan.

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dalam hal ini penggunaan teknologi dapat didefinisikan sebagai suatu kepercayaan seseorang bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami, dipelajari, dan digunakan. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-A'la ayat 8:

وَيُيسِّرْكَ لِلْيُسْرَىٰ

“Kami akan melapangkan bagimu jalan kemudahan (dalam segala urusan)” (Q.S Al-A'la Ayat 8)

Dalam tafsirannya bahwa ayat tersebut menunjukkan bahwa Tuhan akan memberikan jalan yang sangat mudah dalam setiap urusan kepada umat-Nya. Hal ini berarti Allah mengajarkan dan memperbolehkan umat-Nya untuk melakukan segala pekerjaan yang tidak menyulitkan dirinya dalam segala urusan selama kemudahan tersebut tidak bertentangan dengan syariat Islam termasuk juga dalam melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan uang elektronik.

b. Indikator Kemudahan Penggunaan

Venkaseth dan Davis dalam Rieska Amalia Setiawan membagi indikator kemudahan penggunaan menjadi beberapa bagian yaitu:

- 1) Sistem mudah dimengerti (*understandable*) Pemahaman mengenai sistem atau cara kerja QRIS sangat diperlukan untuk mendukung implementasi QRIS di masyarakat khususnya UMKM.
- 2) Penggunaan Praktis (*does not require a lot of mental effort*) Penggunaan QRIS bertujuan untuk memudahkan baik pihak *merchant* maupun konsumen. Yang mana setelah adanya QRIS transaksi

pembayaran lebih praktis karena hanya menggunakan satu QR Code.

- 3) Sistem mudah digunakan (*easy to use*). QRIS merupakan salah satu alternatif instrumen dalam sistem pembayaran. Jika pelaku UMKM ingin menggunakan atau membuka QRIS maka perlu melakukan registrasi terlebih dahulu melalui salah satu PJSP, setelah selesai registrasi dan administrasi maka *merchant* akan mendapat *API Key Integration* berupa statis QR Code atau *dynamic QR Code*.
- 4) Sistem mudah dioperasikan sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).⁴⁹

c. Konsep Kemudahan (*At-Tasyir*) dalam Ekonomi Islam

Taysir secara bahasa berasal dari kata *Yasan* yang berarti lembut, fleksibel, mudah dan lentur. Sedangkan para fuqoha menyimpulkan bahwa *taysir* merupakan bentuk mempermudah sesuatu yang dapat dikerjakan dengan tanpa menyulitkan pihak yang mengerjakan. Konsep ini sesuai dengan Firman Allah dalam Al-Baqoroh ayat 185:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

"Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran" (Q.S Al-Baqoroh Ayat 185)

Menurut istilah *taysir* diartikan sebagai suatu hal abstrak namun memiliki penilaian yang relatif. *Taysir* juga diartikan sebagai pemberian keleluasaan untuk melakukan sebuah perintah dan menjauhi larangan atau untuk memberikan kemudahan dengan mengeluarkan dari kesukaran. Baik secara bahasa maupun istilah *taysir* dapat diartikan sebagai pemberian hukum taklif kepada regulator terhadap mukalaf dalam menjalankan perintah

⁴⁹*Ibid*, 26-27.

dan menjauhi larangan agar memberikan kemudahan untuk mukalaf mengerjakan aktivitasnya.

Implementasi *taysir* dalam ekonomi islam bertujuan untuk memberikan kemudahan atau keringanan untuk mewujudkan kemaslahatan bagi seluruh pelaku ekonomi baik secara hukum asli maupun hukum lanjutan yang terkait dengan perekonomian islam. Perkembangan ekonomi islam yang pesat membutuhkan perangkat hukum agar perekonomian islam mampu menciptakan produk yang kreatif dan inovatif dan menjawab tuntutan zaman. Untuk itu konsep *taysir* dapat menjadi solusi dalam menjawab kebutuhan tersebut, serta mencerminkan kelenturan dan fleksibilitas hukum islam dalam menjawab tantangan zaman.⁵⁰

Konsep *taysir* tertuang dalam kaidah *fiqh* “*Al masyaqqoh tajlibu at-taisir*”. Kaidah ini memiliki arti bahwa kesulitan itu mengharuskan kemudahan. Dalam perekonomian, kaidah ini mengimplementasi dalam tujuh bentuk kategori kemudahan diantaranya:⁵¹

- 1) Mencapai kemudahan dengan penghapusan kesulitan. Seperti dalam hal penghapusan Riba pada kegiatan ekonomi sehari-hari yang merupakan kewajiban yang tertuang dalam nash Al-Quran dan Sunnah.
- 2) Mencapai kemudahan dengan pengurangan kesulitan, seperti dalam kasus perbankan yang melakukan seleksi kepada calon nasabah perkreditan untuk menghindari kesukaran dan kerugian dalam kegiatan transaksi.
- 3) Mencapai kemudahan dengan penggantian kesulitan, seperti pada kasus restrukturisasi akad saat terjadi pembiayaan bermasalah.
- 4) Mencapai kemudahan dengan pendahuluan, seperti pada transaksi takaful.

⁵⁰Andi Iswandi, *Penerapan Konsep Taysir dalam Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Jurnal Ahkam, 2014), 246-251.

⁵¹Eja Armaz Hardi, *Kaidah Masyaqqoh Tajlibu At-Taisir dalam Ekonomi Islam*, (Jambi: Nihzam, 2018), 106-109.

- 5) Mencapai kemudahan dengan pengakhiran, seperti pada kasus penangguhan pembayaran.
- 6) Mendapatkan kemudahan dengan *rukhsah*, seperti bertransaksi dengan transaksi konvensional dikarenakan belum ada transaksi berbasis syariah.
- 7) Adanya kemudahan dengan perubahan, seperti memperbaharui sebuah akad atau menangguhkan pembayaran transaksi.

6. *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)*

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

QR Code merupakan jenis barcode dua dimensi yang berisi informasi lebih banyak daripada barcode dan dapat dibaca dari berbagai arah secara horizontal maupun vertikal. Karakteristik dari QR Code ini adalah:

- 1) Mempunyai kapasitas data yang lebih besar dibandingkan barcode horizontal.
- 2) Mempunyai kemampuan untuk tetap dapat dibaca walaupun 30% kode rusak atau kotor.
- 3) Dapat dibaca dari berbagai arah.

QR Code yang digunakan untuk sistem pembayaran, telah banyak diterbitkan oleh lembaga perbankan dan lembaga non perbankan. Penggunaan QR Code ini diterapkan oleh para pedagang untuk memudahkan sistem pembayaran secara non-tunai yang berbasis server.

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan standar QR Code pembayaran yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk sistem pembayaran non-tunai berbasis server di Indonesia. QRIS merupakan standarisasi pembayaran menggunakan metode QR Code agar proses transaksi dengan QR Code menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Sebagai pedoman implementasi QRIS, Bank Indonesia (BI) menerbitkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No.21/18/PADG/2019 tentang Implementasi

Standar Nasional *Quick Response Code* untuk pembayaran pada tanggal 16 Agustus 2019. Penerbitan ketentuan ini bertujuan untuk memastikan penyelenggaraan layanan pembayaran yang menggunakan QRIS di Indonesia dapat berjalan dengan baik. Implementasi QRIS secara nasional telah efektif berlaku mulai 1 Januari 2020. QRIS sendiri mengusung motto UNGGUL yakni:

- 1) Universal: Inklusif, untuk seluruh lapisan masyarakat dan dapat digunakan di domestik dan luar negeri
- 2) Gampang: Transaksi dilakukan dengan mudah dan aman dalam satu genggaman
- 3) Untung: Efisien, satu kode QR untuk semua aplikasi
- 4) Langsung: Transaksi cepat dan seketika, mendukung kelancaran sistem pembayaran.

QRIS diharapkan mendorong efisiensi transaksi, mempercepat inklusi keuangan, juga memajukan UMKM yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi untuk Indonesia maju.

Perkembangan transaksi yang difasilitasi dengan QRIS semakin meningkat. Selain itu, terdapat kebutuhan untuk transaksi dalam nominal yang diatur dalam ketentuan sebelumnya dimana besaran nominal transaksi QRIS yang sebelumnya diatur sebesar Rp. 5.000.000 (lima juta rupiah) disesuaikan menjadi sebesar 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) per transaksi. Penerbit dapat menetapkan batas nominal kumulatif harian dan bulanan atas transaksi QRIS yang dilakukan oleh masing-masing pengguna QRIS dengan mempertimbangkan manajemen resiko penertbit dan ketentuan perundang-undangan. Perubahan PADG QRIS mulai berlaku pada tanggal 1 Maret 2022.

b. Jenis Mekanisme Transaksi Menggunakan QRIS

Bank Indonesia menjelaskan bahwa terdapat tiga jenis mekanisme transaksi menggunakan QRIS yang dapat

digunakan oleh pelaku usaha sesuai dengan kebutuhan bisnisnya, yaitu:

1) *Merchant Presented Mode* (MPM) Statis

Pada metode ini, *merchant*/pedagang cukup memajang satu stiker atau *print out* QRIS, sehingga pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi pembayaran melalui ponsel pribadi masing masing dengan cara men-scan QR Code lalu megetikkan nominal transaksi dan bayar, keuntungan bagi pedagang adalah seluruh transaksi dapat tercatat dengan baik, dan tidak membutuhkan pengecekan transaksi dari penggunaan banyak aplikasi pembayaran. Metode ini cocok digunakan untuk pedagang skala usaha mikro dan kecil.

2) *Merchant Presented Mode* (MPM) Dinamis

Pada metode ini, *merchant*/pedagang dapat mengeluarkan QR Code melalui suatu *device* seperti mesin EDC (*electronic data capture*) atau pun ponsel. cara penggunaannya adalah pedagang harus memasukkan nominal terlebih dahulu, kemudian pelanggan melakukan Scan QRIS yang tampil atau tercetak, lalu pelanggan dapat melakukan pembayaran. Metode ini cocok digunakan pedagang skala usaha menengah dan besar atau pada volume transaksi tinggi.

3) *Customer Presented Mode* (CPM)

Pada metode ini, pelanggan cukup menunjukkan QR Code yang ditampilkan dari aplikasi pembayaran pelanggan untuk di-scan oleh *merchant*, Sehingga pembayaran akan otomatis terbayarkan.⁵²

⁵²Bank Indonesia. 2019. "Kanal dan Layanan". (<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>. Diakses pada 8 Jan. 2022).

c. Cara Menjadi Pengguna QRIS

1) Bagi Pedagang/Merchant

- a) Apabila pedagang belum memiliki akun, maka pedagang harus membuka terlebih dahulu dengan cara mendatangi kantor cabang atau mendaftar secara online pada salah satu PJSP penyelenggara QRIS terdekat.
- b) Pedagang akan diminta untuk melengkapi data data yang diperlukan
- c) Pedagang akan menunggu proses verifikasi, pembuatan *merchant* ID dan pencetakan kode QRIS oleh PJSP tersebut.
- d) Lalu PJSP akan mengirimkan stiker atau print out QR Code nya.
- e) Setelah pedagang menerima, maka pedagang dapat masuk ke aplikasi PJSP tersebut sebagai *merchant* QRIS.
- f) Lalu PJSP tersebut akan melakukan edukasi kepada pedagang mengenai cara menerima pembayaran.
- g) Jika pedagang sudah mengetahui tata cara penerimaan pembayaran, maka pedagang sudah bisa menerima transaksi pembayaran melalui QRIS.

2) Bagi Pengguna/Pelanggan

- a) Apabila pelanggan belum memiliki akun, maka pelanggan harus membuka rekening terlebih dahulu dengan cara mendatangi kantor cabang secara langsung atau mendaftar secara online pada salah satu PJSP penyelenggara QRIS terdekat.
- b) Lakukan registrasi sesuai dengan prosedur dari PJSP tersebut
- c) Lalu pelanggan dapat melakukan pengisian saldo pada akun yang telah dibuat.

- d) Jika telah mengisi saldo pelanggan dapat melakukan pembayaran dengan menscan QR-Code pada *merchant* QRIS.

d. Peranan dan Manfaat QRIS Selama Pandemi COVID-19

Pada awal tahun 2020 *World Health Organization* (WHO) mengumumkan terkait kondisi darurat global yang disebabkan oleh Covid-19. Penyebaran virus yang sangat masif, menyebabkan kekhawatiran masyarakat dunia, tak terkecuali masyarakat di Indonesia. Dampak yang di hadapi akibat wabah virus ini sudah dirasakan oleh banyak pihak, salah satunya pada perekonomian.

Dengan peluasan penyebaran virus yang cepat membuat banyak Negara melakukan karantina untuk masyarakat nya, begitu juga dengan Indonesia, di Indonesia sendiri selain masyarakat Indonesia melakukan karantina mandiri, masyarakat juga dibatasi untuk beraktifitas diluar rumah. Dan masyarakat Indonesia diwajibkan menggunakan masker dan mencuci tangan secara berkala ketika keluar rumah. Masyarakat juga diminta untuk tidak menyentuh barang barang atau benda benda yang sering disentuh pengguna lainnya seperti gagang pintu, mesin atm, mesin edc dll.

Dengan pembatasan gerak tersebut membuat masyarakat Indonesia kesulitan dalam bertransaksi, oleh karena itu dengan ada QRIS ini dapat membantu proses pembayaran ketika ada nya pandemi covid-19 ini, proses dalam bertransaksi dapat terbantu karena masyarakat atau nasabah tidak perlu untuk menyentuh benda-benda umum seperti mesin ATM atau mesin EDC sehingga dapat meminimalisir penyebaran virus tersebut. Pada proses

pembayaran masyarakat hanya perlu menyetuh *smartphone* pribadi masing masing ketika bertransaksi.⁵³

7. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha yang dimiliki perorangan ataupun kelompok yang dinilai melalui pendapatan yang diperoleh dan jumlah pekerja pada usaha yang dijalankan tersebut. UMKM merupakan sebuah kegiatan usaha yang mampu memberikan lapangan kerja, dapat berperan dalam proses pemerataan peningkatan pendapatan masyarakat, serta berperan dalam proses pembangunan ekonomi nasional. UMKM sangat berpotensi sebagai penggerak roda kegiatan perekonomian masyarakat. Menurut Hastuti dkk UMKM merupakan salah satu pilar ekonomi bagi negara sehingga harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan yang luas sebagai wujud keberpihakan terhadap ekonomi rakyat.⁵⁴ Definisi UMKM berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pasal 1 adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau

⁵³Rafi Akbar, "Evaluasi Kepuasan Nasabah Terhadap Program QRIS Pada Bank Negeri Kep. Pasar Bawah" (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas Padang, 2021), 25.

⁵⁴Puji Hastuti dkk, *Kewirausahaan dan UMKM*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 155.

Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- 4) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
- 5) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.⁵⁵

b. Kriteria UMKM

Pada Pasal 6 Undang-Undang No. 20 tahun 2008 lebih lanjut dijelaskan mengenai kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha Mikro:
 - 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).

⁵⁵Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 1, 2-3.

- 2) Kriteria Usaha Kecil:
 - 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:
 - 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).⁵⁶

e. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Islam

1) Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam ekonomi mikro ekonomi islam teori dibangun untuk menerangkan dari fenomena yang terjadi dalam suatu waktu dengan menggunakan hukum dasar dan beberapa asumsi yang terpenuhi dalam pembentukan teori mikro ekonomi islam, hukum dasar ekonomi murni (yang tidak mengandung nilai filosofi tertentu) tetap digunakan sepanjang hukum dasar tersebut tidak bertentangan dengan hukum syariah. Teori yang digunakan dalam menjelaskan perilaku industri dimulai dari sebuah

⁵⁶*Ibid*, 5-6.

asumsi yang cukup sederhana yaitu sebuah industri dalam melaksanakan oprasinya yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dengan cara dan sumber yang halal.⁵⁷

2) Karakteristik Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam

- a) Usaha mikro pengaturannya bersifat ketuhanan/ilahiah (*nizhamun rabbaniyah*), mengingat dasar-dasar pengaturannya yang tidak diletakkan oleh manusia akan tetapi didasarkan pada aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT sebagaimana di tetapkan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah.
- b) Usaha mikro berdimensi akidah atau keakidahan (*iqtishadun'aqdiyyun*), mengingat ekonomi Islam itu pada dasarnya terbit atau lahir (sebagai ekspresi) dari akidah Islamiah (*al'aqidah Al-Islamiyyah*) yang didalamnya akan dimintakan pertanggung-jawaban terhadap akidah yang di yakini.
- c) Berkarakter *ta'abbudi* (*thabi'un ta'abbudiyun*), mengingat usaha mikro Islam itu merupakan tata aturan yang berdimensi ketuhanan (*nizham rabbani*).
- d) Terkait dengan akhlak (*murtabithun bil-akhlak*), Islam tidak pernah memprediksi kemungkinan ada pemisahan antara akhlak dan ekonomi juga tidak pernah memetakan pembangunan ekonomi dalam perlindungan Islam yang tanpa akhlak.
- e) Elastis (*al-murunah*), al-murunah didasarkan pada kenyataan bahwa al-Qur'an dan al-Hadist yang keduanya diajdikan sumber asasi ekonomi.
- f) Objektif (*al-maudhu'iyah*), Islam mengajarkan umat nya supaya berlaku dan bertindak objektif

⁵⁷Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi Keempat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 2.

dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aktivitas ekonomi pada hakekatnya adalah merupakan pelaksanaan amanat yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku ekonomi tanpa membeda-bedakan jenis kelamin, warna kulit, etnik, agama/kepercayaan dan lain-lain.

- g) Realistis (*al-waqi'yyah*). Prakiraan (*forcasting*) ekonomi khususnya prakiraan bisnis tidak selamanya sesuai antara teori di satu sisi dengan praktek pada sisi yang lain.
 - h) Harta kekayaan pada hakekatnya adalah milik Allah SWT dalam prinsip ini terkandung maksud bahwa kepemilikan seseorang terhadap harta kekayaan (*al-amwal*) tidaklah bersifat mutlak.
 - i) Memiliki kecakapan dalam mengelola harta kekayaan (*tarsyid istikhdam al-mal*).⁵⁸
- 3) Ciri-ciri Usaha Mikro dalam Perspektif Ekonomi Islam

Sistem usaha mikro islam lahir dari wahyu, sedang yang lain dari akal pikiran. Usaha mikro mempunyai ciri-ciri khusus yang membedakan dari sistem ekonomi lainnya, yaitu ilahiah dan insaniah. Berciri ilahiah berdiri di atas dasar aqidah. Artinya, usaha mikro islam berlandaskan pada aqidah yang meyakini bahwa harta benda adalah milik Allah SWT semata, sedangkan manusia hanya sebagai khalifah yang mengelolanya (*istikhlaf*) guna berjalanya usaha mikro islam berdiri di atas pilar ahlak yang membentuk para pelaku usaha mikro islam berahlakul karimah dalam segala tindakan ekonominya.

Berciri insaniah karena memiliki nilai kemanusiaan yang tinggi dan sempurna. Sistem usaha mikro islam tidak membunuh hak individu

⁵⁸Hi. Sastro Wahdino, *Ekonomi Makro dan Mikro Islam*, Jakarta: PT Dwi Chandra Wacana, 2001), 52.

sebagaimana Allah SWT nyatakan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

“Dialah (Allah) yang menciptakan segala yang ada di bumi untukmu, kemudian Dia menuju ke langit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dia Maha Mengetahui segala sesuatu” (Q.S. Al-Baqarah ayat 29).

Tafsir ayat diatas menjelaskan bahwa semua yang ada di bumi diciptakan untuk semua orang namun pada saat yang sama tetap memelihara hak sosial dengan seimbang. Dengan kedua cirikhas diatas, aktivitas sistem usaha mikro islam terbagi dua: pertama individual yaitu aktivitas usaha yang bertujuan mendapatkan keuntungan materi bagi pelakunya, seperti yang mempunyai sebuah tujuan memberikan keuntungan pada orang lain, seperti pemberian, pertolongan dan pertukaran.⁵⁹

8. Perspektif Ekonomi Islam

Dalam pandangan tauhid manusia adalah pelaku ekonomi hanya sebatas pemegang amanah, oleh sebab itu manusia harus mengikuti ketentuan Allah dalam segala aktivitas, termasuk aktivitas ekonomi ketentuan Allah yang harus dipatuhi dalam hal ini tidak hanya bersifat teologis dan moral. Ada tiga aspek yang sangat mendasar dalam ajaran islam yaitu aspek akidah (tauhid), hukum (syari'ah), dan ahlak. Ekonomi islam sebagai ekonomi sebagai ekonomi ilahiyah, berpijak

⁵⁹Herdina Novita Sari, “Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kripik Pisang Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020), 38-40.

pada ajaran *tauhid uluhiyyah* ketika seseorang mengesakan dan menyembah Allah dan tidak menyekutukannya. Hal ini berimplikasi pada adanya niat yang tulus bahwa segala pekerjaan yang di kerjakan oleh manusia hanya untuk beribadah kepada Allah SWT. Ternasuk ketika kita melakukan kegiatan ekonomi sehari-hari dalam skala ekonomi mikro dan makro hendaklah seseorang mengingat bahwa segala yang dilakukannya hanya untuk beribadah kepada sang pencipta.⁶⁰

Terdapat beberapa firman Allah SWT yang berkaitan dengan usaha mikro salah satunya ada dalam firman Allah SWT Q.S At-Taubah ayat 105 dalam ayat ini kita diminta untuk berkeja melakukan aktivitas lain, baik nyata maupun yang tersembunyi:

وَقُلِ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan” (Q.S At-Taubah ayat 105)

Tafsir ayat di atas menjelaskan manusia diwajibkan untuk berkerja keras untuk memenuhi kebutuhan secara lahiriah dan batiniyah, termasuk untuk pemenuhan kebutuhan ekonomi agar terciptanya peningkatan kesejahteraan pada keluarga dan masyarakat. Seperti dalam ayat Al-Quran surat Al-Jumu'ah ayat 10:

⁶⁰Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 9.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا

اللَّهُ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

“Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung” (Q.S Al-Jumu’ah ayat 10)

a. Hukum Transaksi dalam Islam

Dalam ekonomi islam hukum transaksi menggunakan uang elektronik adalah boleh, kebolehan ini berdasarkan ketentuan yang terdapat dalam Fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah serta kaidah fiqh:

“Pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharmkannya”

Kaidah tersebut mengandung arti bahwa hukum islam memberi kesempatan luas bagi perkembangan berbagai macam muamalat baru sesuai kaidah yang diterapkan. Dalam kaidah tersebut menjelaskan bahwa semua transaksi muamalah hukumnya boleh kecuali ada dalil yang mengharmkannya.

Bagi Yusuf al-Qardhawi Ekonomi bukanlah ilmu melainkan harapan menjadi ilmu. Sesungguhnya bukanlah ilmu yang pasti dan bukan pula kebenaran yang abadi. Ilmu ekonomi adalah ilmu yang selalu mengalami renovasi dari masa ke masa. Ilmu ekonomi sebagaimana ilmu kemanusiaan lainya sampai sekarang masih ilmu yang dalam proses “diterima dan ditolak”.

Pemikiran ekonomi Yusuf al-Qardhawi, lebih dititik beratkan kepada penjelasan perbedaan antara ekonomi Islam dengan ekonomi hasil teori manusia, (Kapitalis, Sosialis) perbedaannya yakni terletak pada nilai dan akhlak, hal ini meliputi urgensi, kedudukan dan

dampaknya dalam berbagai bidang ekonomi seperti produksi, konsumsi, perputaran, dan peredaran.

Yusuf al-Qardhawi mengatakan jika kita berbicara tentang norma dalam ekonomi dan muamalat Islami kita akan menemukan empat nilai utama yang menjadi ciri khas ekonomi Islam. Keempat nilai tersebut yaitu *Rubibiyah* (Ketuhanan), etika, kemanusiaan, dan sikap pertengahan/keadilan.

oleh karena itu uang elektronik harus memenuhi kriteria dan ketentuan nilai-nilai ekonomi Islam diantaranya yaitu:

1) Ekonomi *Ilahiah* (Ketuhanan)

Dikatakan ekonomi *Ilahiah* karena bertitik berangkatnya dari Allah dan bertujuan akhir kepada Allah SWT dan dilakukan dengan menggunakan cara yang tidak lepas dari syariat Allah SWT.

Aqidah merupakan dasar keseluruhan tatanan kehidupan dalam Islam termasuk juga tatanan ekonomi. Dengan prinsip *Ilahiah*, seorang muslim akan selalu tunduk kepada aturan Allah SWT dalam segala tidaknya, sehingga ia akan menghindari apa yang diharamkan, tidak melakukan kecurangan, berbuat kezaliman, menipu, menyuap dan menerima suapan, dan menjauhkan diri dari hal-hal *syubhat*. Ketika seorang muslim memiliki harta, hartanya tidak mutlak miliknya sehingga tidak bertindak sekehendak hatinya.

2) Sistem Ekonomi berlandaskan Etika/Akhlak

Yusuf al-Qardhawi menyatakan bahwa antara ekonomi dan etika tidak akan pernah terpisah. Yusuf al-Qardhawi mengatakan “akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami”. Islam adalah risalah yang diturunkan Allah SWT melalui Nabi Muhammad SAW untuk membenahi akhlak manusia. Nabi Muhammad SAW bersabda, “sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan akhlak mulia”.

Seorang muslim individu maupun kelompok pada setiap langkahnya baik yang berkaitan dengan produksi, distribusi dan konsumsi tidak bebas melakukan apa saja atau apa yang hanya akan menguntungkan baginya karena seorang muslim terikat oleh etika dalam setiap kegiatan ekonominya.

3) Ekonomi Kemanusiaan

Yusuf al-Qardhawi menjelaskan jika ekonomi Islam itu berlandaskan pada nash Al-Qur'an dan As-Sunnah, maka manusia adalah yang diserukan dalam nash itu. Manusia adalah yang memahami nash tersebut, menafsirkannya dan mengaplikasikannya dalam kehidupan. Manusia merupakan tujuan kegiatan ekonomi dalam pandangan Islam, sekaligus merupakan sarana dan pelakunya, yakni dengan memanfaatkan ilmu yang diberikan Allah SWT kepadanya. Manusia adalah yang menjadi khalifah dan pemakmur di muka bumi. Manusia diwajibkan melaksanakan tugasnya terhadap tuhan, terhadap dirinya, terhadap keluarganya, kaumnya dan terhadap seluruh umat manusia.

4) Ekonomi bersifat Pertengahan (Keadilan)

Sistem ekonomi Islam adalah pertengahan hal ini terlihat jelas pada sikap Islam pada hak individu dan hak masyarakat, kedua hak tersebut diletakkan dalam neraca yang adil (pertengahan/keadilan). Islam meletakkan ekonomi pada posisi tengah dan keseimbangan yang adil. Keseimbangan diterapkan dalam segala segi, antara modal dan usaha, produksi dan konsumsi, antara produsen perantara dan konsumen, antara individu dan masyarakat.

Nilai pertengahan dan keseimbangan yang dibawa oleh Islam adalah berkaitan dengan beberapa aspek diantaranya yaitu:

- a) Sikap Islam terhadap harta.
- b) Sikap Islam dalam masalah kepemilikan.

c) Sikap Islam dalam sirkulasi.⁶¹

b. Akad dalam Transaksi Uang Elektronik

1) Akad Sharf (Jual Beli Mata Uang)

Sharf menurut bahasa artinya kelebihan, tambahan, menolak. Sedangkan menurut istilah sharf adalah pertukaran dua jenis barang atau jual beli uang dengan uang atau disebut jual valas. Dengan dipersamakannya uang elektronik dengan uang, maka pertukaran nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik adalah pertukaran atau jual beli mata uang sejenis, yang dalam fiqh muamalah disebut dengan a-sharf, yaitu tukar-menukar atau jual beli mata uang.

2) Akad Wakalah (Pemberian Kuasa)

Wakalah menurut bahasa artinya *al-hifdz*, *al-kifaah*, *ad-dhaman*, dan *at-tawfidh* atau penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat yaitu pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada yang lain dalam hal-hal yang diwakilkan.

Uang elektronik memiliki akad wakalah yang digunakan, seperti dalam hal penerbit berkerja sama dengan pihak lain untuk dijadikan agen penerbit atau terdapat bentuk perwakilan lain dalam transaksi uang elektronik. Akad wakalah juga diterapkan dalam pembayaran kepada pedagang (*merchant*) dimana penerbit dapat mewakili pemegang kartu dalam melakukan transaksi pembayaran.

3) Akad Ijarah (sewa)

Menurut ulama *Syafi'iyah* definisi Ijarah adalah transaksi yang terdapat manfaat tertentu yang dibolehkan, dapat digunakan dengan bayaran tertentu. Adapun menurut fatwa DSN MUI NO.09/DSN-MUI/IV/2000 dan No. 112/DSN-MUI/I/2017 ijarah adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas

⁶¹Yusuf Qardhwi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 71.

suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa. Manfaat jasa yang disewakan adalah sesuatu yang dibolehkan menurut ketentuan syariat dan dapat dimanfaatkan.⁶²

c. Prinsip-Prinsip Syariah dalam Transaksi

Dalam konteks ekonomi, kegiatan muamalah terdapat aturan-aturan yang telah tertuang dalam Al-quran dan Hadits dalam membatasi kegiatan ekonomi yang tujuannya untuk melindungi manusia dari hal-hal yang merugikan. Karena semua perilaku manusia terhadap segala sesuatu kegiatan yang dikaitkan dan diatur sesuai syariat agama islam.

Adapun prinsip-prinsip syariah dalam Fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah bahwasannya penyelenggaraan dan penggunaan uang elektronik wajib terhindar dari:

1) Riba

Riba adalah tambahan yang diberikan dalam pertukaran barang-barang ribawi (*al-anwal al-ribawiyah*) dan tambahan yang diberikan atas pokok utang dengan imbalan penangguhan pembayaran secara mutlak.

2) Gharar

Gharar adalah ketidakpastian dalam suatu akad baik mengenai suatu kualitas atau kuantitas objek akad maupun mengenai penyerahan.

3) Maysir

Maysir adalah setiap akad yang dilakukan dengan tujuan yg tidak jelas, dan perhitungan yang tidak cermat, spekulasi, atau untung-untungan.

⁶²Ramadhani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universita Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021), 43-48.

4) Tadlis

Tadlis adalah tindakan menyembunyikan kecacatan objek akad yang dilakukan oleh penjual untuk mengelabui pembeli seolah-olah obyek akad tersebut tidak cacat.

5) Risywah

Risywah adalah suatu pemberian yang bertujuan untuk mengambil suatu yang bukan haknya, membenarkan yang batil dan menjadikan sesuatu yang batil sebagai sesuatu yang benar.

6) Israh

Israh adalah pengeluaran harta yang berlebihan

7) Tidak Digunakan untuk Transaksi objek Haram dan Maksiat.

Menurut para ulama salah satu syarat sahnya jual beli adalah barang yang diperjual belikan adalah harta yang dapat dimanfaatkan menurut *syara'*, selain itu barang haram menurut *syara'* dilarang untuk diperjual belikan.⁶³

B. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata "*hypo*" yang berarti "di bawah" dan "*thesa*" yang berarti "kebenaran". Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang sebenarnya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.

Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan keadaan teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang membenarkan, dan akan ditolak jika ternyata salah. Dimana hipotesis nol atau tidak berpengaruh dilambangkan

⁶³Fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah, 9.

dengan H_0 dan hipotesis alternative atau berpengaruh dilambangkan H_1 .⁶⁴

Berdasarkan pengamatan dan analisis dari penelitian terdahulu yang relevan, hipotesis yang hendak diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS

Literasi keuangan adalah Pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Penelitian yang dilakukan oleh Anastasia Anggi Palupi dkk (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya Kota Depok.⁶⁵ Meliza Awalina (2019) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik⁶⁶. Sehingga berdasarkan penelitian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_1 : Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS

Kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) yaitu keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan membutuhkan usaha yang besar dan juga

⁶⁴Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 63.

⁶⁵Anastasia Anggi Palupi, Tuti Hartati dan Nidia Sofa, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS pada UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya Kota Depok," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta*, (2021).

⁶⁶Meliza Awalina, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Islam" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019), 72.

tidak merepotkan pada saat penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh Hutami A. Ningsing dkk (2021) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta.⁶⁷ Romadhutol Inayah (2020) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat baik secara bersama-sama atau simultan.⁶⁸ Sehingga berdasarkan penelitian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₂: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung.

3. Pengaruh Literasi keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan QRIS

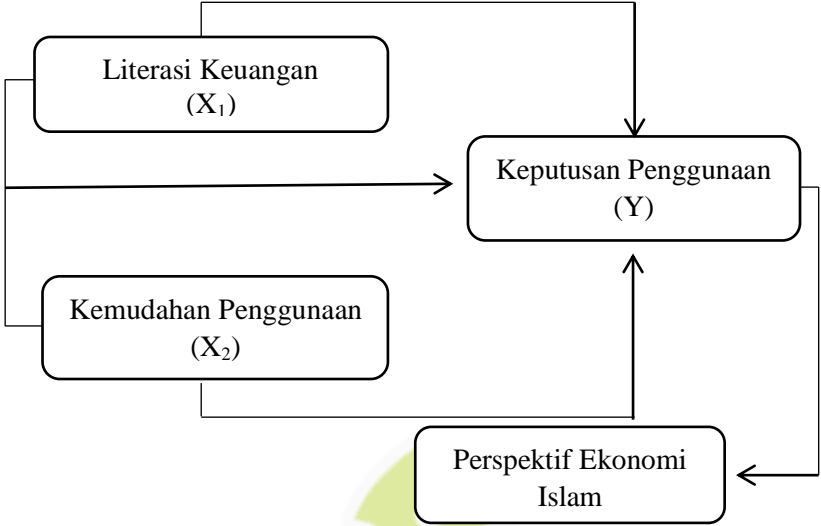
Berdasarkan Kedua Hipotesis yang diajukan di atas, penulis menduga literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan QRIS.

H₃: literasi keuangan dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung.

Dari penjabaran di atas, maka kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁶⁷Hutami A. Ningsing, Endang M. Sasmita, dan Bida Sari, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik pada Mahasiswa," *Jurnal IKRA-ITH Ekonomi*, Vol. 4 No. 1 (2021): 8, <https://doi.org/https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1067>

⁶⁸Romadhutol Inayah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020), 137.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel 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). Berdasarkan rumusan masalah dan analisis data yang telah dijabarkan oleh peneliti pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari adanya penelitian ini, yaitu:

1. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung, hal tersebut ditunjukkan oleh hasil uji signifikansi parsial (Uji T) untuk variabel literasi keuangan (X_1) yang memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $-0,387 < t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,700 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya tingkat literasi keuangan pelaku UMKM tidak mempengaruhi penggunaan alat pembayaran secara elektronik. Hal ini berarti pengguna QRIS tidak terpengaruh oleh tingginya tingkat literasi keuangan.
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung, hal tersebut ditunjukkan oleh hasil uji signifikansi parsial (Uji T) untuk variabel kemudahan penggunaan (X_2) yang memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $4,202 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya semakin mudah sistem QRIS untuk digunakan maka keputusan menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Bandar Lampung juga akan mengalami peningkatan.
3. Literasi keuangan dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota

Bandar Lampung, hal tersebut ditunjukkan oleh hasil uji signifikansi simultan (Uji F) yang memperoleh nilai $F_{hitung} 9,125 > F_{tabel} 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa secara simultan literasi keuangan (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS (Y). Sehingga dapat disimpulkan pada penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan kemudahan penggunaan akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan menggunakan QRIS pada UMKM di Kota Bandar Lampung.

4. Pandangan Ekonomi Islam terhadap literasi keuangan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung bahwasannya Dalam ekonomi islam hukum transaksi menggunakan uang elektronik adalah boleh, kebolehan ini berdasarkan ketentuan yang terdapat dalam Fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah bahwasannya uang elektronik boleh digunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan yang terdapat dalam fatwa tersebut dan secara tidak langsung literasi keuangan sudah berjalan dengan baik dari penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa literasi keuangan memberikan dampak yang baik bagi setiap pelaku UMKM, dengan literasi yang baik maka akan berakibat dengan pengetahuan tentang ilmu yaitu berupa kemanfaatan dan kemudahan sebuah produk keuangan, dari pengetahuan tersebutlah maka akan timbul keputusan seseorang dalam menggunakan QRIS. 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. hal tersebut didasari bahwasanya pelaku usaha telah menjalankan prinsip transaksi dalam ekonomi islam meskipun penerapan ekonomi islam tersebut mungkin belum terlaksana secara maksimal dan menyeluruh pada semua lini yang tercakup secara keseluruhan dalam berbisnis.

- 5.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat peneliti berikan kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Para UMKM

Bagi para pelaku UMKM untuk terus memahami dan menggunakan sistem pembayaran *Quick Response Indonesia Standard* (QRIS) karena perkembangan dari teknologi dapat membantu dan berdampak positif terhadap usaha yang di jalankan karena adanya alternatif pembayaran.

2. Bagi Penyedia Jasa Teknologi Keuangan

Agar terus memberikan promosi kepada pengguna guna mendorong penggunaan yang semakin merata, serta menciptakan persepsi yang positif di mata pengguna dengan kemudahan aplikasi, memperluas cakupan fitur dan manfaat, meningkatkan sistem keamanan transaksi, melakukan inovasi layanan sesuai kebutuhan pengguna serta mengakomodir dan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah secara penuh dalam jajaran produk atau jasa keuangan yang mereka luncurkan agar dapat melayani mayoritas populasi muslim dan mendukung perluasan implementasi keuangan syariah di Indonesia.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang hendak melanjutkan penelitian terkait keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain dikarenakan pada penelitian ini hanya mengambil 3 variabel. Atau dapat menambahkan jangkauan penelitian dan menambah jumlah responden sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih dikembangkan.



DAFTAR RUJUKAN

Buku:

- Iswandi, Andi. *Penerapan Konsep Taysir dalam Sistem Ekonomi Islam*. (Jakarta: Jurnal Ahkam, 2014).
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Bandung: PT. Syamil Cipta Media, 2019)
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Indonesia*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011).
- Fauzia, Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013).
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018).
- Hardi, Eja Armaz. *Kaidah Masyaqqoh Tajlibu At-Taisir dalam Ekonomi Islam*. (Jambi: Nihzam, 2018).
- Hastuti, Puji dkk. *Kewirausahaan dan UMKM*. (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020).
- Ismanto, Hadi dkk. *Perbankan dan Literasi Keuangan*. (Yogyakarta: Deepublish, 2019).
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2007).
- Karim, Adiwarmarman A. *Ekonomi Mikro Islam*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).
- Karim, Adiwarmarman A. *Ekonomi Mikro Islam Edisi Keempat*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015).
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: PT Indeks, 2007)
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. (t.tp: Erlangga, 2009)
- Kasmadi dan Nia Siti Sumariyah. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2014).

- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20,0*. (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Noor, Ruslan Abdul Ghofur. *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).
- Otoritas Jasa Keuangan. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2017).
- Peter, J Paul dan Jerry C Olson. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran edisi I*. (Jakarta: Salemba Empat, 2013).
- Rossanty, Yossie. *Costumer Behaviour In Era Millennial*. (Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli, 2018).
- Samarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2013).
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2013).
- Setiadi, Nugroho J. *PERILAKU KONSUMEN: Perspektif Konteporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003).
- Soetiono, Kusumaningtuti dan Cecep Setiawan. *Literasi dan Inklusif Keuangan Indonesia*. (Depok: Rajawali Pers, 2018).
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2019).
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Peemasaran Edisi 3*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).
- Wahdino, Hi. Sastro. *Ekonomi Makro dan Mikro Islam*. (Jakarta: PT Dwi Chandra Wacana, 2001).
- World Bank. *Trends in the Objectives of National Financial Capability Strategies*. (World Bank, 2016).

Jurnal:

- Chrismardani, Yustina. "Theory Of Planned Behavior Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha." *Kompetensi*. Vol 10 No. 1 (2016).

- Giriani, Aulia Puspa dan Susanti. "Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap pengguna E-Money." *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, Vol. 6 No. 2 (2021).
- Mahyarni. "Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)." *Jurnal El-Riyasah*. Vol 4 No. 1 (2013).
- Ningsing, A. Hutami dkk. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik QRIS pada Mahasiswa." *Jurnal IKRA-ITH Ekonomi*. Vol. 4 No. 1 (2021).
- Palupi, Anastasia Anggi dkk. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS pada UMKM di Kecamatan Beji dan Sukmajaya Kota Depok." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Jakarta* (2021).
- Pradini, Krissandi Tunggal dan Susanti. "Pengaruh Literasi Keuangan Literasi, Literasi Digital dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA, BNI dan BRI." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol. 10 No. 10 (2021).
- Seni, Ni Nyoman Anggar dan Ni Made Dwi Ratnadi. "Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol. 12 No. 6 (2017).
- Suci, Yuli Rahmini. "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*. Vol. 6 No. 1 (2017).
- Wahidah, Idah dan Muhammad Andi Septiadi, dll. "Pandemik Covid-19: Analisis Perencanaan Pemerintah dan Masyarakat dalam Berbagai Upaya Pencegaha." *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*. Vol. 11 No. 3 (2020).
- Widiyanti, Wiwik. "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E- wallet OVO di Depok." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 7 No. 1 (2020).

Yarli, Dodi. "Analisis Akad Tijarah Pada Transaksi Fintech Syariah dengan Pendekatan Maqhasid." *Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*. Vol. 9 No. 2 (2018).

Yushita, Amanita Novi. "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi." *Jurnal Nominal*, Vol. VI No. 1 (2017).

Skripsi:

Akbar, Rafi. "Evaluasi Kepuasan Nasabah Terhadap Program QRIS Pada Bank Negeri Kep. Pasar Bawah." (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang, 2021).

Awalina, Meliza. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Islam Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya." (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2019).

Inayah, Romadhutol. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Masyarakat Studi Kasus di Wilayah Kota Purwokerto." (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020).

Ramadhani. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Intervening." (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).

Sari, Herdina Novita. "Analisis Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kripik Pisang Dalam Perspektif Ekonomi Islam." (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).

Sari, Maulina Dinda. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Pada Perilaku Penggunaan Financial Teknologi (*Fintech*) di Bandar Lampung." (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, 2019).

Setiawan, Rieska Amalia. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Sikap Penggunaan Teknologi terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Persepsi Manfaat (*Use Usefulness*) Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus BRI Syariah KC Semarang.” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Intitut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018).

Qulub, Ashif Syifa’ul. “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi kasus pada masyarakat Kota Cirebon.” (Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019).

Peraturan dan Undang-Undang:

Fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah

Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No.21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code*

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan bagi Konsumen dan/atau Masyarakat

Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Situs:

Bank Indonesia. 2019. “QRIS, Satu QR Code untuk Semua Pembayaran”. (https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/SP_216219.aspx. Diakses pada 4 Jan. 2022)

Bank Indonesia. 2019. Kanal dan Layanan. (<https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>. Diakses pada 4 Jan. 2022)

Damara, Dionisio. 2021. “Tingkat Literasi Keuangan Masih Rendah, OJK Pasang Target Tinggi pada 2024”. (<https://finansial.bisnis.com/read/20210928/90/1447954/tingkat-literasi-keuangan-masih-rendah-ijk-pasang-target-tinggi-pada-2024>. Diakses pada 4 Jan. 2022)

- Gautaama, Wakos Reza. 2021. "Jumlah Merchant di Lampung Pengguna QRIS Meningkatkan, Tapi Transaksinya Rendah". (<https://lampung.suara.com/read/2021/12/29/155005/jumlah-merchant-di-lampung-pengguna-qr-is-meningkat-tapi-transaksinya-rendah>. Diakses pada 14 Jan. 2022)
- Otoritas Jasa Keuangan. 2013. "Literasi Keuangan". (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>. Diakses pada 7 Jan. 2022)
- Otoritas Jasa Keuangan. 2020. "Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019". (<http://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-2019.aspx>. Diakses pada 4 Jan. 2022)
- Otoritas Jasa Keuangan. 2021. "Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021 – 2025". (<http://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-2021-2025.aspx>. Diakses pada 14 Jan. 2022)
- QRIS. 2020. "Quick Response Code Indonesian Standard) Satu QR Code" (<https://qris.id/>. Diakses pada 4 Jan. 2022)
- Rizaty, Monavia Ayu. 2021. "Jumlah Merchant Terdaftar QRIS Capai 12,2 Juta hingga November 2021". (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/jumlah-merchant-terdaftar-qr-is-capai-122-juta-hingga-november-2021>) Diakses pada 4 Jan. 2022)