

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Perkembangan Bisnis UMKM

1. Pengertian Perkembangan Bisnis

Perkembangan adalah proses persiapan analisis tentang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang usaha.

Perkembangan usaha merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan size. Dengan kata lain, perkembangan usaha merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan ukuran perusahaan melalui peningkatan perusahaan dari setiap periodenya. (S. P. N. Rahayu, 2017)

Perkembangan bisnis adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak kesuksesan. Perkembangan bisnis dilakukan oleh bisnis usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Perkembangan usaha merupakan suatu keadaan terjadinya peningkatan omzet penjualan. (Rizkia, 2017)

Usaha yang merupakan setiap aktivitas yang dilakukan manusia untuk mendapatkan apa yang diinginkan usaha sering kali diartikan sebagai sebuah bisnis. Dalam hal ini, usaha merupakan setiap upaya yang dilakukan untuk bisa mendapatkan keuntungan. Setiap orang yang melakukan aktivitas usaha ataupun bisnis biasanya disebut pebisnis atau pengusaha.

2. Indikator Perkembangan Bisnis (Usaha)

Perkembangan usaha/bisnis yang dapat dijadikan tolak ukur dalam menilai progres suatu bidang usaha/industri yaitu :

a. Tercapainya Visi dan Misi

Kinerja wirausaha dapat dikatakan berhasil dalam menjalankan usahanya jika visi dan misinya telah berhasil dalam menjalankan usahanya jika visi dan misi ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha. Hal ini sejalan dengan yang telah

dikemukakan oleh Suryana bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas.

b. Meningkatkan Laba

Laba merupakan tujuan utama yang dicari oleh para pelaku bisnis. Laba usaha yaitu selisih antara pendapatan dengan biaya. Jika selisih pendapatan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan maka dapat dikatakan bahwa perusahaan memperoleh laba. Suatu industri yang berkembang dan sukses harus mampu memperoleh laba dalam operasionalnya.

c. Produktivitas Meningkatkan

Produktivitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu. Besar atau kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produk yang akan dihasilkan. Hal ini dapat mempengaruhi besar kecilnya penjualan yang pada akhirnya akan menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh. Oleh karena itu, suatu industri yang berkembang dan sukses harus mampu menjaga dan meningkatkan produktivitasnya.

d. Memiliki Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan untuk tumbuh dan berkembang. Daya saing industri adalah kemampuan industri untuk tumbuh dan berkembang dalam berkompetisi untuk merebut perhatian serta loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat bertahan atau bahkan mengalahkan persaingan pasar.

e. Memiliki Etika Usaha yang Baik

Etika usaha adalah cara dalam menjalankan aktifitas usaha. Hal ini mencakup semua aspek yang berkaitan dengan pelaku usaha, perusahaan dan masyarakat. Etika usaha dalam suatu industri dapat membangun nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan

berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Etika usaha merupakan ukuran standar yang dapat dijadikan patokan oleh seluruh karyawan termasuk manajemen dan dapat dijadikan pedoman untuk menjalankan pekerjaan sehari-hari dengan berlandas pada norma yang luhur, jujur, transparan dan profesional.

f. Memiliki Citra yang Baik

Terdapat dua citra baik perusahaan yang internal dan eksternal. Internal adalah amanah yang dipegang oleh setiap individu dalam suatu perusahaan atau industri. Sedangkan eksternal yaitu timbulnya rasa amanah dari segenap konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing. Sehingga suatu usaha atau industri yang berkembang dan sukses adalah yang terbangun dari karyawan-karyawan yang memiliki rasa tanggung jawab dan rasa memiliki. Begitu pula para konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat luas dan pesaing juga memiliki kepercayaan dan kenyamanan terhadap perusahaan atau industri tersebut.

g. Berkembang

Suatu industri atau usaha yang sukses adalah mutlak harus berkembang. Perkembangan ini berupa perkembangan fisik, seperti semakin luas dan nyamannya tempat usaha, bertambahnya karyawan, meningkatnya gaji karyawan, bertambah dan semakin baiknya alat industri. (Noor, 2007)

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan

a. Faktor Peluang

Peluang secara sederhana dapat dikatakan sebagai kesempatan. Dengan kata lain, peluang adalah suatu kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Di dalam dunia usaha. Oleh karena itu, seorang wirausaha harus mampu membuat dan menemukan peluang yang tepat untuk usahanya.

b. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. Sumber daya manusia juga merupakan kunci yang menentukan perkembangan perusahaan.

c. Faktor Laporan Keuangan dan Administrasi

Laporan keuangan dan administrasi yang baik merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha. Melalui laporan keuangan, dan pencatatan administrasi wirausaha dapat menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan secara akurat dan sistematis.

d. Faktor Organisasi

Organisasi merupakan kelompok kerja sama antara beberapa orang untuk mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, untuk mencapai kemajuan/perkembangan dalam menjalankan suatu kegiatan usaha yang dikelola oleh beberapa orang harus ada pembagian tugas yang jelas yang dituangkan didalam struktur organisasi. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan antara fungsi, bagian, atau posisi.

e. Faktor Perencanaan

Perencanaan dapat didefinisikan sebagai sebuah patokan untuk mempermudah dalam mencapai tujuan. Dengan kata lain, perencanaan adalah suatu proses menentukan apa yang ingin di capai dimasa yang akan datang.

f. Faktor Pengelola Usaha

Pengelola usaha adalah mengurus dan mengatur kegiatan bisnis yang dijalankan dengan segala bantuan aktivitas untuk mencapai suatu tujuan. Pengelola merupakan faktor yang penting untuk perkembangan usaha, tujuan dari pengelolaan adalah untuk menghasilkan produk yang baik.

g. Faktor Pemasaran dan Penjualan

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk usahanya, demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan usahanya serta mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan tergantung pada kemampuan dan keahlian dibidang pemasaran.

h. Faktor Bantuan Pemerintah

Pemerintah adalah suatu sistem atau badan tertinggi dalam suatu negara. Dengan kata lain, pemerintah adalah sekelompok masyarakat yang diberi wewenang untuk memegang kekuasaan tertinggi dari suatu negara, hal ini yang membedakan pemerintah dengan para pelaku usaha.(S. N. P. Rahayu, 2017)

4. Perkembangan Bisnis dalam Perspektif Islam

Bisnis dalam islam dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun di batasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).(Norvadewi, 2015)

Usaha yang merupakan setiap aktivitas yang dilakukan manusia untuk mendapatkan apa yang diinginkan Usaha sering kali diartikan sebagai sebuah bisnis. Dalam hal ini, usaha merupakan setiap upaya yang dilakukan untuk bisa mendapatkan keuntungan. Setiap orang yang melakukan aktivitas usaha ataupun bisnis biasanya disebut pebisnis atau pengusaha.

Pekerjaan dagang atau muamalat merupakan bagian dari usaha yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Rasulullah pernah ditanya: “*Mata pencaharian apakah yang paling baik, ya Rasulullah?*” jawab Rasulullah “*ialah seseorang yang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih*” (HR. Ahmad, Ath Thobroni, dan Al Hakim). (Imam Abdurrouf Al-Munawi, 1972)

Berdasarkan hadist diatas, yang dimaksud dengan “setiap jual beli yang bersih” adalah setiap jual beli yang diberi pahala didalamnya atau secara syar’i jual beli tersebut adalah jual beli yang sah, tidak ada penipuan, tidak ada khianat

dan didalamnya terdapat kemanfaatan bagi orang banyak dengan menyediakan hal-hal yang mereka butuhkan.

Di antara hal yang menunjukkan keutamaan perdagangan adalah penegasan langsung dari Allah SWT dalam Al-Qur'an mengenai halalnya perdagangan, Allah SWT berfirman dalam Q.S A-I-Baqarah: 275

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

Artinya: “orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapatkan peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi milinya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”. (Q.S Al-Baqarah, 275)

Ayat tersebut memberikan ketegasan bahwa jual-beli tidak sama dengan riba, dan Allah SWT secara tegas menghalalkan jual-beli dengan praktik yang sesuai syariat. Dalam Q.S An-Nisa (4): 29 Allah SWT berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”.(Q.S An-Nisa , 29)

Berdasarkan ayat-ayat tersebut, dapat disimpulkan bahwa perdagangan atau usaha bisnis adalah pekerjaan yang mulia dalam Islam. Namun sebagai

hamba Allah SWT, pelaku usaha harus melakukan segala sesuatu (ber-muamalah) sesuai dengan syariat yang telah ditentukannya-Nya.

5. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

a. Pengertian dan Karakteristik UMKM

Berdasarkan literatur yang ada hingga kini terdapat beberapa pengertian yang didasarkan pada besar modal dan usaha serta jumlah tenaga yang digunakan. Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. (Tulus T.H Tambunan, 2009) Adapun pembagiannya sebagai berikut :

1) Usaha Mikro

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).

2) Usaha Kecil

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria dari usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Usaha Menengah

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria dari usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) lebih dari Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) dan hasil penjualan tahunan (omzet/tahun) lebih dari Rp 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah). (Undang-undang Republik Indonesia , 20 Tahun 2008)

Usaha mikro dan kecil bertujuan menumbukan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Dapat dikatakan UMKM memiliki peran dalam pembangunan perekonomian nasional melalui kontribusi terhadap PDB, menciptakan lapangan pekerjaan, dan penyerapan tenaga kerja.

Kemampuan UMKM dalam menghadapi krisis dan pembangunan perekonomian nasional disebabkan oleh.

- 1) Sektor mikro dapat dikembangkan hampir disemua sektor usaha dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia.
- 2) Karena sifat penyebaran yang sangat luas (baik sektor usaha dan wilayahnya) sektor mikro sangat berperan dalam pemerataan kesempatan kerja.
- 3) UMKM termasuk usaha-usaha anggota koperasi yang pada umumnya fleksibel. UMKM dengan skala usaha yang tidak besar, kesederhanaan spesifikasi dan teknologi yang digunakan dapat

lebih mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.

- 4) UMKM merupakan industri padat modal. Dalam struktur biaya produksinya, komponen tersebar adalah biaya variabel yang mudah menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan yang terjadi.
- 5) Produk-produk yang dihasilkan sebagian besar merupakan produk yang berkaitan langsung dengan kebutuhan primer masyarakat.
- 6) UMKM lebih sesuai dan dekat dengan kehidupan pada tingkat bawah (grassroot) sehingga upaya mengentaskan masyarakat dari keterbelakangan akan lebih efektif. (Glen Glenardi, 2002)

b. Permasalahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Perkembangan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari berbagai masalah. Beberapa masalah umum yang dihadapi UMKM yaitu keterbatasan modal, kesulitan bahan baku dengan harga terjangkau dan kualitas yang baik, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia yang dengan kualitas baik, informasi pasar dan kesulitan pemasaran. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk, atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar lokasi atau wilayah, sektor atau antar subsector, antar jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan yang sama.

Permasalahan umum yang biasanya terjadi pada UMKM yaitu:

- 1) Kesulitan Pemasaran Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan UMKM. UMKM tidak melakukan perbaikan yang cukup di semua aspek yang terkait pemasaran seperti peningkatan kualitas produk dan kegiatan promosi, cukup sulit bagi UMKM untuk dapat turut berpartisipasi dalam era perdagangan bebas.
- 2) Keterbatasan Finansial Pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak memadai dalam bentuk

kegiatan produksi maupun investas. Walaupun begitu banyak skim-skim kredit maupun pembiayaan dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya, sumber pendanaan dari sektor informal masih tetap dominan dalam pembiayaan kegiatan UMKM.

- 3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) salah satu kendala serius bagi banyak UMKM di Indonesia adalah keterbatasan SDM dalam aspek manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, organisasi bisnis, akuntansi data, teknik pemasaran dan lain sebagainya. Semua keahlian sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar barang.
- 4) Masalah Bahan Baku Keterbatasan bahan baku serta kesulitan dalam memperolehnya dapat menjadi salah satu kendala yang serius bagi UMKM di Indonesia. Hal ini dapat menyebabkan harga yang relative mahal. Banyak pengusaha yang terpaksa berhenti dari usaha dan berpindah profesi ke kegiatan ekonomu lainnya akibat masalah keterbatasan bahan baku.
- 5) Keterbatasan Teknologi UMKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi yang tradisional, seperti mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang bersigat manual. Hal ini membuat produksi menjadi rendah, efisiensi menjadi kurang maksimal, dan kualitas produk relative rendah.
- 6) Kemampuan Manajemen Keterbatasan pengusaha kecil untuk menentukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap pengembangan usahanya, membuat pengelolaan usaha menjadi terbatas.
- 7) Kemitraan Kemitraan mengacu pada pengertian bekerja sama antara pengusaha dengan tingkatan yang berbeda yaitu antara pengusaha kecil dan pengusaha besar. Istilah kemitraan sendiri mengandung arti walaupun tingkatannya berbeda, hubungan yang terjadi adalah hubungan yangsetara (sebagai mitra kerja).(Hubeis, 2009)

B. *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)*

1. Pengertian QRIS

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah standarisasi pembayaran menggunakan metode kode QR dari Bank Indonesia agar proses transaksi dengan kode QR menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. QRIS bukanlah aplikasi baru, melainkan sebuah standar nasional kode QR yang diwajibkan bagi seluruh Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang menggunakan QR.

Sebelum terstandarisasi dengan QRIS, aplikasi pembayaran hanya dapat melakukan pembayaran pada merchant yang memiliki akun dari PJSP yang sama karena kode QR yang digunakan tidak terstandarisasi. Saat ini, dengan adanya standar QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari PJSP apapun dapat melakukan pembayaran menggunakan kode QR di seluruh merchant meskipun PJSP yang digunakan berbeda. Selain itu, standar QRIS juga memudahkan merchant dalam menerima pembayaran dari aplikasi apapun hanya dengan membuka akun pada salah satu PJSP penyelenggara QRIS. merchant sudah memiliki banyak kode QR dari berbagai PJSP juga dimudahkan karena seluruh akun yang dimilikinya dapat menerima pembayaran hanya dengan satu kode QR QRIS. (Husain Anugrah H, Juli 2021)

QR Code adalah serangkaian kode yang memuat data/informasi, identitas pedagang/pengguna, nominal pembayaran, dan/atau mata uang yang dapat dibaca dengan alat tertentu dalam rangka transaksi pembayaran.

Teknologi QR Code pada penggunaannya telah berkembang ke berbagai industri termasuk di pembayaran. QR Code merupakan jenis barcode dua dimensi yang berisi informasi lebih banyak dari barcode dan dapat dibaca dari berbagai arah secara horizontal maupun vertikal. Sedangkan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah standar QR Code pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) merupakan standar QR Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, atau mobile banking. (Indonesia, 2022)

2. Manfaat QRIS

Standarisasi kode QR dengan QRIS memberikan banyak manfaat, antara lain:

- a. Bagi pengguna aplikasi pembayaran: *just scan and pay!*
 - 1) Cepat dan kekinian.
 - 2) Tidak perlu repot lagi membawa uang tunai.
 - 3) Tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang.
 - 4) Terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh Bank Indonesia.
- b. Bagi Merchant:
 - 1) Penjualan berpotensi meningkat karena dapat menerima pembayaran berbasis QR apapun.
 - 2) Meningkatkan branding.
 - 3) Kekinian.
 - 4) Lebih praktis karena cukup menggunakan satu QRIS.
 - 5) Mengurangi biaya pengelolaan kas.
 - 6) Terhindar dari uang palsu.
 - 7) Tidak perlu menyediakan uang kembalian.
 - 8) Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat.
 - 9) Terpisahnya uang untuk usaha dan personal.
 - 10) Memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai.
 - 11) Membangun informasi credit. (Risma Arum Azzahroo, 2021)

3. Indikator QRIS

Indikator QRIS ini disebut UNGGUL yang merupakan kepanjangan dari :

- a. Universal

QRIS dapat menerima pembayaran aplikasi pembayaran apapun yang menggunakan kode QR, jadi masyarakat tidak perlu memiliki berbagai macam aplikasi Pembayaran.
- b. Gampang

Masyarakat : Mudah, tinggal scan dan klik, bayar.

Merchant : Mudah, tidak perlu memajang banyak kode QR, cukup satu QRIS yang dapat di pindai menggunakan aplikasi pembayaran QR apapun.

c. Untung

Pengguna : Dapat menggunakan akun Pembayaran QR apapun untuk membayar.

Merchant : Cukup punya minimal 1 akun untuk menerima semua pembayaran kode QR.

d. Langsung

Pembayaran dengan QRIS langsung di proses seketika. Pengguna dan merchant langsung mendapat notifikasi transaksi.(Rina Anasti Nasution, 2020)



Gambar 2.1 : QRIS UNGGUL
Sumber : Bank Indonesia (bi.go.id)

Pada tanggal 1 Januari 2020 Bank Indonesia (BI) mewajibkan seluruh penyedia layanan pembayaran QR yang beroperasi di Tanah Air menggunakan sistem QRIS. QRIS dirancang sebagai pemersatu untuk semua aplikasi pembayaran yang menggunakan QR. Maka QRIS bisa digunakan di semua merchant yang bekerja sama dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Karena sistem QR Code ini menggunakan Merchant Presented Mode (MPM). Pengguna tinggal scan QR Code pada QRIS yang ada di berbagai merchant yang menyediakan transaksi QR. Merchant yang bekerja sama dengan LinkAja, Gopay, OVO, DANA, Bukalapak, dan sebagainya. Cukup memakai satu

QR Code yang terintegrasi. Sehingga apapun aplikasi pembayaran QR yang digunakan konsumen, transaksi dapat dilakukan.

Dalam aturan pelaksanaan QRIS, batas nominal transaksi yang bisa dilakukan maksimal Rp 2.000.000 per transaksi. Akan tetapi, penerbit (PJSP) bisa menetapkan batas nominal kumulatif harian dan/atau bulanan atas transaksi QRIS yang dilakukan oleh masing-masing pengguna QRIS. Penetapan batas nominal kumulatif itu dengan syarat penerbit punya pertimbangan manajemen resiko yang baik. Penerapan QRIS sendiri merupakan salah satu perwujudan visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025. Dengan adanya QRIS, diharapkan transaksi pembayaran bisa lebih efisien atau mudah, inklusi keuangan di Indonesia lebih cepat, UMKM bisa lebih maju dan pada akhirnya bisa mendorong pertumbuhan ekonomi. (Bank Indonesia, 2019)

Ada lima visi Sistem Pembayaran Indonesia pada tahun 2025, yaitu sebagai berikut:

- a. SPI 2025 mendukung integrasi ekonomi keuangan digital nasional sehingga menjamin fungsi bank sentral dalam proses peredaran uang, kebijakan moneter, dan stabilitas sistem keuangan serta mendukung inklusi keuangan.
- b. SPI 2025 mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomi keuangan digital melalui open-banking maupun pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis keuangan.
- c. SPI 2025 menjamin interlink antara fintech dengan perbankan untuk menghindari risiko shadow-banking melalui pengaturan teknologi digital (seperti API), kerjasama bisnis, maupun kepemilikan perusahaan.
- d. SPI 2025 menjamin keseimbangan antara inovasi dengan consumers protection, integrasi, dan stabilitas serta persaingan usaha yang sehat melalui penerapan KYC dan AML-CFT, kewajiban keterbukaan untuk data informasi bisnis publik dan penerapan reg-tech dalam kewajiban pelaporan, reglasi, dan pengawasan.
- e. SPI 2025 menjamin kepentingan nasional dalam ekonomi keuangan digital antar negara melalui kewajiban pemrosesan semua transaksi

domestik di dalam negeri dan kerjasama penyelenggaraan asing dengan domestik, dengan memperhatikan prinsip resiprokalitas.(Indonesia, 2022)

4. Jenis Mekanisme Transaksi Menggunakan QRIS

a. Merchant Presented Mode

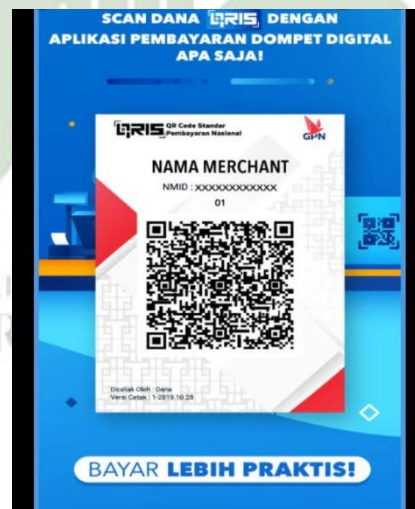
Mekanisme QR Code Merchant Presented Mode. Pelanggan akan meng-scan QR Code yang telah disediakan merchant. Ada 2 bentuk QR Code Merchant Presented Mode:(Indonesia, 2022)

1) Statis

Karakteristik :

- a) QR Code berisi Merchant ID dan bersifat tetap, ditampilkan dalam sticker atau print-out (QR di-generate satu kali)
- b) Nominal transaksi di input oleh customer pada *mobile device*

customer:



Sumber : Bank Indonesia (bi.go.id)

Gambar 2.2 : QR code statis

2) Dinamis

Karakteristik

- a) Mesin EDC akan mencetak struk pembayaran dengan tertera juga QR Code dan monitor akan menunjukkan nominal pembayaran.
- b) Setiap transaksi dicetak dengan QR Code yang berbeda
- c) Nominal pembayaran telah tertera pada QR Code.



Sumber : Bank Indonesia (bi.go.id)

Gambar 2.3 : QR code statis

5. *Customer Presented Mode*

Mekanisme QR Code Customer Presented Mode ini dapat digunakan oleh setiap orang. Konsumen dapat memilih dan mengunduh aplikasi pembayaran yang terpasang pada ponsel dan mempunyai saldo untuk bertransaksi. Merchant akan menscan QR Code yang ditampilkan melalui smartphone pelanggan. (Josef Evan Sihaloho, dkk., 2020)

Perangkat yang harus disediakan dalam bertransaksi dengan QRIS dibutuhkan smartphone yang dapat meng-scan QR Code, paket data internet, aplikasi pembayaran, dan saldo pada aplikasi pembayaran.

- a. Metode Transaksi Sebelum adanya QRIS Merchant harus menyediakan beberapa aplikasi pembayaran di tokonya. Konsumen yang membayar secara nontunai, harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang dimilikinya harus tersedia pada Merchant.

- b. Metode Transaksi Sesudah adanya QRIS Merchant tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran, hanya menyediakan satu QR Code di toko dan QR ode dapat di-scan oleh konsumen dengan berbagai aplikasi pembayaran di smartphone.



Sumber : Bank Indonesia (bi.go.id)

Gambar 2.4 : Gambaran sebelum dan sesudah merchant menggunakan QRIS



BSI QRIS

Sumber : (Bank BSI. Co.id)

Gambar2.5 : Gambaran QRIS BSI

C. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. (M. Nur Rianto Al Arif, 2012) Sehingga nasabah merupakan orang atau badan atau hukum yang biasa berhubungan dengan bank atau menjadi pelanggan bank baik dalam penggunaan produk maupun fasilitas bank.

Beberapa arti kepuasan disampaikan oleh pakar berikut : Engel, Blackwell, dan Miniard mendefinisikan kepuasan sebagai: “evaluasi pasca konsumsi di mana suatu alternatif yang di pilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan”. Mowen dan Minor mengartikan kepuasan sebagai “segala sikap nasabah terhadap pelayanan yang baik setelah mereka mendapatkan apa yang diperoleh”.(Ujang Sumarwan, 2011)

Jadi Kepuasan nasabah merupakan harapan awal atau bisa disebut dengan ekspektasi dari setiap nasabah untuk mendapatkan sesuatu, baik itu jasa ataupun produk. Dengan membandingkan antara harapan sebelum melakukan proses pembelian atau menerima pelayanan, dengan keadaan setelah melakukan proses pembelian atau menerima pelayanan. Setelah bisa membandingkan harapan awal dengan harapan akhir maka akan ditarik suatu kesimpulan puas ataupun tidak puas.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Secara garis besar motivasi seorang (nasabah) dalam mengambil produk dipengaruhi oleh faktor ekonomis dari produk tersebut, selain itu seorang (nasabah) juga termotivasi oleh beberapa faktor diantaranya, sebagai berikut:

- a. Lokasi atau Akses
Lokasi adalah tempat dimana diperjual belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi atau cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting baik yang terletak dalam lokasi yang strategi sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.
- b. Pelayanan dan Fasilitas
Dalam memberi pelayanan pada umumnya nasabah menginginkan layanan cepat dan akurat. Seringkali harga jasa bank tidak menjadi masalah bagi nasabah mendapat layanan yang memuaskan dikarenakan bank juga memiliki fasilitas yang memadai dan tergolong canggih.
- c. Harga

Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan.

d. Fleksibel

Transaksi bisa dilakukan dimanapun, tanpa harus ke bank. (Kasmir, 2004)

3. Indikator Kepuasan Nasabah

Tidak ada satupun ukuran tunggal/terbaik mengenai kepuasan nasabah yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, ditengah beragamnya cara mengukur kepuasan nasabah, terdapat keasamaan paling tidak dalam lima konsep ini yaitu:

a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*).

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

b. Konfirmasi harapan (*confirmation of exspectations*).

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aktual produk perusahaan.

c. Minat pembeli ulang (*repurchase intenti*).

kepuasan nasabah diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

d. Kesiediaan merekomendasikan (*willingnes to recommend*).

Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Ketidakpuasan nasabah (*custumer dissatisfactioni*).

Beberapa masam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan nasabah, meliputi : komplain, retur atau pengembalian produk, biaya generasi, recall, word of mouth negatif, dan defection.(Tjiptono, 2000)

4. Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif Islam

Berdasarkan konsep ekonomi menyatakan bahwa kepuasan nasabah terjadi manakala telah terpenuhinya kebutuhan fisik maupun non fisik seseorang. Kebutuhan fisik bukan dalam arti keinginan semata, tetapi kebutuhan yang memiliki nilai manfaat tertentu (berdasarkan pada tingkat kemaslahatan). Sedangkan kebutuhan non fisik berupa nilai ibadah yang didapati dari apa yang telah dilakukan. (Heri Sudarsono, 2004)

Salah satu kewajiban muslim adalah menjalin hubungan, yaitu *Hablum Minallah* (hubungan yang baik dengan Allah) dan *Hablum Minannas* (hubungan yang baik dengan manusia). Allah SWT berfirman :

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

Artinya: “Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada ibu bapak, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba Sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri”(QS: 4:36).

Ayat di atas maksudnya manusia harus menjalani hubungan yang baik kepada Allah SWT. dengan menyembah dan menunjukkan pengabdian kepada-Nya tanpa syirik, baik yang besar maupun yang kecil. Dan ayat di atas menjelaskan hubungan manusia yang satu dengan yang lainnya saling membutuhkan, sudah seharusnya manusia bisa menjalin hubungan yang sebaik-baiknya.

Dalam konteks kepuasan pelanggan/nasabah, interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik sesama manusia), Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada customer/pelanggan.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati keras, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dengan urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekat, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”*. (QS: 3: 159).

D. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 menyebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf kehidupan rakyat. (Yenni Samri Julianti Nasution, 2022, 8 (02)) Bank Syariah adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. (Undang-Undang, Nomor 21 Tahun 2008)

Berdasarkan pasal 2 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 terkait dengan asas operasional bank syariah yang menyebutkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Kemudian pasal 3 dinyatakan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. (Soemitra, 2017)

Sedangkan apabila kita berbicara mengenai fungsi bank syariah, bank syariah memiliki 3 fungsi utama yaitu : bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk

menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah. (Muhammad Latief Ilhamy Nasution, 2020)

a. Frontliner

Frontliner adalah barisan paling depan yang berperan dalam aktifitas utama disebuah bank dan merupakan staf yang langsung berhubungan dengan nasabah. Penempatan staf *frontliner* akan menciptakan kesan pertama yang baik atau buruk terhadap suatu bank. Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Sibolga *Frontliner* terdiri dari *customer service*, *teller*, dan *security*. Adapun peranan petugas *frontliner* adalah sebagai berikut :

- 1) *Customer Service* : petugas bank yang bertanggung jawab atas pelaksanaan fungsi pembukaan rekening, penutupan rekening, pencairan deposito, serta penyediaan informasi kepada nasabah.
- 2) *Teller* : petugas bank yang bertanggung jawab dalam memberikan jasa layanan terhadap para nasabah atas transaksi tunai maupun non tunai.
- 3) *Security* : petugas bank yang bertanggung jawab atas keamanan bank, selain itu *security* juga bisa membantu nasabah dalam penulisan slip serta penyediaan informasi kepada nasabah.

2. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia adalah bank di Indonesia yang bergerak di bidang Perbankan Syariah. Bank ini diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 pukul 13.00 WIB atau bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H. Bank ini merupakan hasil penggabungan antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRISyariah.

BSI Mobile adalah fasilitas mobile banking Bank Syariah Indonesia bagi para Nasabahnya, yang memiliki akses ke rekening tabungan nasabah untuk melakukan transaksi secara online, aplikasi ini dapat digunakan di mana dan kapanpun melalui ponsel. (Muhammad Ikhsan Harahap DKK, Juni 2023)

E. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Sistem Pembayaran QRIS dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan antara Sistem Pembayaran QRIS terhadap Kepuasan Nasabah sangat positif dan efisien, karena dengan adanya QRIS dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi menggunakan satu aplikasi. QRIS dapat memberikan banyak manfaat terhadap nasabah seperti nasabah tidak perlu repot lagi membawa uang tunai, cepat dan kekinian, serta terjamin aman karena PJSP yang mengeluarkan QRIS sudah memiliki izin diawasi Bank Indonesia.

QRIS merupakan jendela pembayaran yang dapat menerima pembayaran dari aplikasi pembayaran non tunai apapun yang berbasis digital yang menggunakan *code QR*, jadi nasabah BSI tidak perlu lagi menggunakan banyak aplikasi pembayaran digital cukup dengan hanya menggunakan satu QRIS yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Sibolga. Jika nasabah puas oleh penggunaan QRIS ini maka nasabah akan tetap memilih menggunakan QRIS ini ketika bertransaksi dan Nasabah akan merekomendasikan QRIS agar mereka menggunakan QRIS ketika pembayaran dalam bertransaksi.

2. Hubungan Sistem Pembayaran QRIS terhadap UMKM

Sistem Pembayaran QRIS terhadap Perkembangan Bisnis UMKM memiliki hubungan yang positif dan efisien. QRIS yang merupakan suatu standar *QR Code* dalam Sistem Pembayaran di Indonesia, digunakan untuk mempermudah proses transaksi yang dijamin keamanannya sehingga mudah digunakan untuk mempermudah proses transaksinya. Penggunaan QRIS memudahkan pengusaha UMKM dalam mempercepat transaksi, menghindari terjadinya pengedaran uang palsu, pihak UMKM tidak perlu menyediakan uang kembalian, mendukung perkembangan Sistem Pembayaran saat ini, serta dapat menjaga keamanan pendapatan pengusaha UMKM.

3. Hubungan Kepuasan Nasabah terhadap Perkembangan Bisnis UMKM

Kepuasan nasabah terhadap perkembangan Bisnis UMKM memiliki hubungan yang erat, karena dengan kepuasan nasabah menjadi hal penting dalam kesuksesan sebuah bisnis UMKM. Kepuasan nasabah sangat penting dalam

membangun sebuah usaha karena dengan merasa puas nasabah akan tetap ingin menggunakan produk itu serta merekomendasikan produk terhadap orang lain sehingga bisnis UMKM bisa lebih berkembang.

4. Hubungan Sistem Pembayaran QRIS melalui Kepuasan Nasabah terhadap Perkembangan Bisnis UMKM

Hubungan Sistem Pembayaran QRIS dan Kepuasan Nasabah Terhadap Perkembangan Bisnis UMKM berpengaruh positif dan signifikan. Karena dengan adanya Sistem Pembayaran QRIS dan merasa puas nya Nasabah dapat membuat Bisnis UMKM lebih berkembang dan sukses. QRIS adalah standarisasi Pembayaran menggunakan metode *QR Code* dari Bank Indonesia agar proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat, dan terjaga keamanannya. Dimana nasabah merasa puas dengan Penggunaan QRIS yang mudah dan cepat, nasabah tidak perlu lagi membawa uang tunai cukup dengan sekali scan langsung klik bayar hanya dengan menggunakan teknologi ber aplikasi QRIS yang disediakan oleh BSI KC Sibolga, kemudian nasabah yang telah merasa puas dengan penggunaan QRIS ini nasabah akan ingin menggunakan produk ini dan merekomendasikannya kepada yang belum menggunakan QRIS.

Jadi dengan adanya QRIS serta Nasabah yang merasa puas dengan penggunaan QRIS dapat membuat berkembangnya bisnis UMKM. QRIS sangat membantu UMKM sehingga memudahkan nasabah dalam bertansaksi, tidak perlu mengantri panjang, menghindari terjadinya pengedaran uang palsu, pihak UMKM tidak perlu menyediakan uang kembalian, mendukung perkembangan sistem Pembayaran saat ini, serta dapat menjaga keamanan pendapatan pengusaha UMKM. Kemudian, belum semua pelaku UMKM BSI KC Sibolga nasabahnya menggunakan Sistem Pembayaran QRIS ini yang dikarenakan kurangnya pemahaman mengenai sistem kerja pembayaran dan jaringan internet masih sering tidak stabil di daerah Kota Sibolga yang mengakibatkan penggunaan Sistem Pembayaran QRIS mengalami kendala.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, tahun, dan Judul Penelitian	Metode Penelitian		Hasil Temuan
		Persamaan	Perbedaan	
1.	Septi Nur Faizani, Ariess Dwi Ariyanti. 2021. Analisis Pengaruh <i>Technology Readiness</i> Terhadap <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Perceived Ease Of Use</i> terhadap <i>Behavioral intention</i> dari <i>Quick Response Indonesia Standard</i> (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Study kasus: Pengguna Aplikasi <i>e-Wallet</i> Go-Pay, DANA, OVO, dan LinkAja di Surabaya)	sama-sama menggunakan variabel penghubung yang menjadi perantara variabel bebas dan variabel terikat.	Variabel ini fokus pada masyarakat yang menggunakan Aplikasi <i>e-wallet</i> dan yang tertarik menggunakan QRIS, sedangkan penelitian ini fokus pada Nasabah UMKM yang menggunakan QRIS.	Dari hasil hipotesis yang diterima, dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi peningkatan rasa optimisme dan inovasi pengguna terhadap pengguna QRIS, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan persepsi kemudahan dan kemanfaatan pengguna yang selanjutnya berdampak pula pada peningkatan minat pengguna dalam menggunakan QRIS dimasa depan.
2.	Husien Anugerah H, 2021. Pengaruh Penerapan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC 2 Palangka Raya	Sama-sama menggunakan Variabel Bebas dan Variabel Terikat. Teknik pengumpulan data yang menggunakan kuesioner.	Penyebaran kuesioner fokus pada nasabah BSI KC 2 Palangka Raya yang menggunakan QRIS, sedangkan Penelitian ini fokus pada Nasabah UMKM di BSI KC Sibolga yang menggunakan QRIS.	Penerapan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KC 2 Palangka Raya hal. ini ditunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.847 > 1,993$ dan nilai signifikan $< \alpha$ yaitu $0,006 < 0,05$. nilai <i>R Square</i> sebesar 0,031 dan <i>adjusted R Square</i> sebesar 0,018.

				dapat diartikan bahwa penerapan QRIS berpengaruh 3,1% terhadap kepuasan nasabah BSI KC 2 Palangka Raya dan sisanya 96,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.
3.	Praferensi konsumsi dalam menggunakan <i>Quick Response Code Indonesia Standard</i> (QRIS) sebagai alat pembayaran digital.	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data secara kuisisioner.	Penyebaran Kuisisioner ini berfokus terhadap konsumen yang menggunakan QRIS, sedangkan pada penelitian ini berfokus pada Nasabah UMKM yang menggunakan QRIS di Kota Sibolga.	Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa secara simultan seluruh faktor persepsi memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital, sedangkan berdasarkan hasil pengujian individual, faktor persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, sedangkan faktor persepsi lainnya diperoleh hasil berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan hasil odd ratio bahwa kecenderungan atau peluang persepsi kemanfaatan

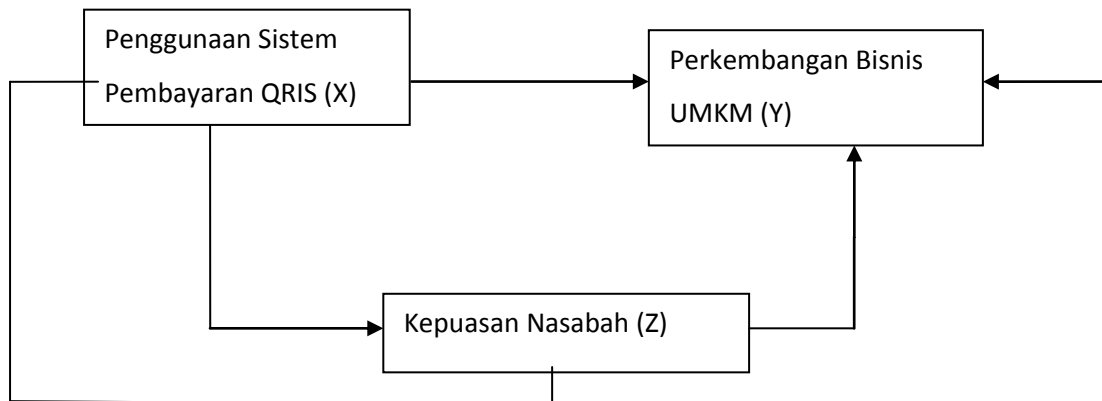
				mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan QRIS sebesar 99,549 kali.
4.	Josef Evan Sihaloho, Atifah Ramadani, Suci Rahmayanti, 2020. Implementasi Sistem Pembayaran <i>Quick Response Indonesia Standard</i> (QRIS) bagi Perkembangan UMKM di Medan	Sama-sama membahas dan meneliti tentang QRIS	Menggunakan penelitian Kualitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif.	Dalam penelitiannya penulis menyimpulkan bahwa, dengan adanya Quick Response Indonesia Standard dapat membantu para pedagang UMKM untuk mengalami perkembangan. Penerapan sistem pembayaran QRIS untuk instrumen pembayaran berbasis server yang menggunakan QR Code telah dilakukan oleh beberapa pedagang UMKM di Medan. Hasil wawancara yang diperoleh, kebanyakan informan mengatakan bahwa QRIS memiliki pengaruh terhadap perkembangan UMKM. Hal ini terbukti dari cara informan menjawab pertanyaan yang diberikan. Menyediakan satu QRIS di tokoh akan dapat melayani seluruh aplikasi pembayaran yang

				menggunakan QR Code.
5.	Ridho Herlambang, 2021. Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran <i>Quick Response Indonesia Standard</i> (QRIS) terhadap pengembangan UMKM Kota Medan.	Sama-sama menggunakan metode Kuantitatif deskriptif.	Penyebaran Kuisisioner berfokus pada UMKM di Kota Medan, sedangkan pada penelitian ini pada UMKM kota Sibolga.	Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa secara simultan seluruh faktor persepsi memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran digital, sedangkan berdasarkan hasil pengujian individual, faktor persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan QRIS, sedangkan faktor persepsi lainnya diperoleh hasil berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan hasil odd ratio bahwa kecenderungan atau peluang persepsi

				kemanfaatan mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan QRIS sebesar 99,549 kali.
6.	Agung Akbar Putra Bastian. Pengaruh <i>Financial Technolog</i> terhadap Perkembangan Bisnis UMKM melalui <i>Variabel Intervening</i> Kepuasan Konsumen.	Penelitian ini menggunakan Variabel yang sama, yang terdapat variabel bebas, variabel terikat, dan variabel Intervening.	Penyebaran Kuisisioner pada penelitian ini yaitu pelaku UMKM Jabodetabek yang sudah mengimplementasikan fintech dalam bisnisnya, sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan yaitu terhadap Nasabah UMKM BSI KC Sibolga yang menggunakan Sistem Pembayaran QRIS.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>Financial teknologi</i> memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan Konsumen. Variabel <i>financial teknologi</i> dan variabel kepuasan konsumen terhadap perkembangan UMKM tidak memiliki pengaruh signifikan. Sementara pengaruh tidak langsung dihasilkan 2,93%.

G. Kerangka Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan gambar pengaruh variabel independen terhadap variabel intervening, pengaruh variabel intervening terhadap variabel dependen, kemudian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta variabel intervening.



H. Hipotesis

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka peneliti dapat memberikan beberapa hipotesis dalam penelitian ini.

- H₀ : Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- H₁ : Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
- H₀ : Kepuasan Nasabah tidak mempunyai Pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan Bisnis UMKM
- H₂ : Kepuasan Nasabah mempunyai Pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan Bisnis UMKM
- H₀ : Penggunaan QRIS tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM
- H₃ : Penggunaan QRIS mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM
- H₀ : Penggunaan QRIS dan Kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap Perkembangan bisnis UMKM
- H₄ : Penggunaan QRIS dan Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap Perkembangan bisnis UMKM
- H₀ : Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS dan Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh langsung terhadap Perkembangan Bisnis UMKM

H₅ : Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS dan Kepuasan Nasabah
berpengaruh Langsung terhadap Perkembangan Bisnis UMK

