

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam kajian penelitian yang sejenis ini, peneliti berpedoman pada penulisan ilmiah yang sudah ada pada tahun-tahun sebelumnya yang terdapat di situs akademisi di internet. Berikut adalah penelitian sebelumnya sudah dirangkum :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Josef Evan Sihaloho, Atifah Ramadani dan Suci Rahmayanti yang melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengkaji penerapan QRIS pada UMKM di Medan, dan memaparkan peranan, kendala dan pendapat UMKM dengan adanya QRIS. Metode penelitian digunakan adalah wawancara dan studi pustaka dengan para pedagang UMKM yang telah menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran ditokonya. Informan pada penelitian ini adalah 4 pedagang yang telah menggunakan QRIS untuk sistem pembayaran non tunai dan menggunakan teknik non-probability untuk mengumpulkan data dan peneliti telah mempersiapkan daftar pertanyaan yang diajukan kepada informan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Agung Edi Rustanto dan Iis Kartini (2019) menyatakan bahwa diperlukan suatu pengembangan untuk melihat secara lebih detail jenis UMKM dan jenis pembayaran non tunai yang digunakan oleh pengusaha UMKM sehingga perlu dilakukan analisis pembayaran non tunai secara spesifik, diantaranya penggunaan OVO, Gopay, dan lainnya kemudian dilihat jenis pembayaran non tunai apa yang memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap volume
3. Dalam jurnal internasional oleh Mohammad Arije Ulfy (2020), mengemukakan bahwa kalangan generasi muda di Malaysia memilih pembayaran dengan system e-wallet karena kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, serta rasa privasi dan keamanan yang menjadi perhatian utama para pengguna e-wallet. Privasi dan keamanan adalah salah satu dimensi prasyarat yang harus ditekankan oleh penyedia e-wallet untuk menciptakan niat positif di antara konsumen.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Jefry (2019), menunjukkan bahwa kita tidak dapat menghindari adanya kemajuan teknologi dalam era digital (Revolusi Industri 4.0) terutama dalam system pembayaran digital yang semakin pesat. Dengan adanya pembayaran secara digital dapat meminimalisir inflasi terhadap peredaran uang di masyarakat.
5. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tumpal Manik (2019), menyatakan bahwa efek pada pembayaran transaksi digitalisasi uang elektronik akan memiliki pengaruh pada optimalisasi digital payment dikarenakan metode pembayaran tersebut akan memberikan dampak yang baru terhadap pembayaran yang saat ini digunakan khususnya pembayaran melalui tunai. Namun dalam proses optimalisasi ini juga berkendala baik konsumen maupun penjual. Konsumen yang menggunakan pembayaran dengan metode digital harus memiliki kuota internet untuk proses transaksi pembayaran dan memiliki saldo yang cukup pada uang elektronik sedangkan untuk penjual yang menggunakan metode pembayaran elektronik khususnya QRIS harus menerima resiko bahwa akan adanya outstanding transfer minimal 24 jam proses transaksi.
6. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mokhamad Iqbal Hardiky, Devina Kristanti Nova, Amelia Rahmadewi, dan Nanik Kustiningsih (2021) menyatakan bahwa customer lebih memilih pembayaran melalui media elektronik baik transfer atau menggunakan QRIS untuk transaksi antar bank yang memiliki fitur QRIS pada mobile banking dan pengguna uang elektronik. Penggunaan transaksi antar bank memiliki perbedaan beban admin yang sangat signifikan dibanding dengan penggunaan QRIS. Jika pembayaran antar bank customer akan di bebani biaya admin sebesar Rp 6.500,00 sedangkan dengan penggunaan QRIS penjual dibebani biaya admin sebesar 0,7% dan pembeli tidak dibebani biaya admin. Hal ini sangat menguntungkan terutama pada pihak customer.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Persepsi

2.2.1.1. Pengertian Persepsi

Persepsi secara umum merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan, dan pengaturan informasi indrawi. Dalam psikologi persepsi juga dapat diartikan sebagai proses perolehan, penafsiran, dan pengaturan informasi indrawi tentang orang lain. Apa yang diperoleh, ditafsirkan, dipilih, dan diatur adalah informasi indrawi dari lingkungan sosial serta menjadi fokusnya adalah orang lain (Sarwono, 2011).

Menurut Telford (2008), persepsi adalah aktivitas mempersepsikan orang lain dan apa yang membuat seseorang dikenali. Melalui persepsi, individu berusaha mencari tahu tentang orang lain. Persepsi juga dapat diartikan pembelajaran terhadap bagaimana individu membentuk kesan dan membuat kesimpulan tentang orang lain.

Sementara Mulyana (dalam Yazid, 2017) mengutarakan persepsi merupakan proses internal yang memungkinkan seseorang memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan ransangan dari lingkungannya dan proses tersebut yang mempengaruhi kondisinya.

Persepsi adalah proses stimulus yang dapat datang dari luar diri individu, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan. Dalam persepsi mengandung aktivitas yang intergrated, maka seluruh yang ada dalam individu seperti pengalaman, kemampuan berpikir, dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu akan ikut berperan dalam persepsi tersebut (Richard, 2008).

Menurut Walgito (2010), persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Persepsi juga merupakan aktivitas integred dalam diri individu.

Berdasarkan penjelasan teori di atas, maka dapat disimpulkan persepsi merupakan pandangan atau penilaian terhadap diri sendiri, terhadap orang lain yang diperoleh dari hasil belajar dan pengalaman yang memotivasi individu untuk berinteraksi atau berperilaku dengan lingkungan sekitar dengan harapan dapat bermanfaat bagi lingkungannya.

2.2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Sarwono (2011), mengatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang, yaitu:

- a. Perhatian, tidak menangkap seluruh rangsangan yang ada disekitarnya sekaligus, tetapi memfokuskan perhatian pada satu atau dua objek saja. Fokus perhatian antara satu dengan yang lain akan menyebabkan perbedaan persepsi.
- b. Kesiapan mental seseorang terhadap ransangan yang akan timbul.
- c. Kebutuhan, kebutuhan sesaat maupun menetap pada diri individu akan mempengaruhi persepsi orang tersebut. Kebutuhan yang berbeda akan menyebabkan perbedaan persepsi bagi tiap individu.
- d. Sistem penilaian, sistem penilaian yang berlaku dalam suatu masyarakat juga berpengaruh terhadap persepsi.
- e. Tipe kepribadian, pola kepribadian yang dimiliki oleh individu akan menghasilkan persepsi yang berbeda. Proses terbentuknya persepsi dipengaruhi oleh individu satu dengan yang lain atau dengan satu kelompok dengan kelompok yang lain.

Sementara Thoha (2004), mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan persepsi seseorang adalah:

- a. Psikologis, Persepsi seseorang mengenai segala sesuatu di alam dunia ini sangat dipengaruhi oleh keadaan psikologis.
- b. Family atau Keluarga, Pengaruh yang paling besar terhadap anak-anak adalah keluarganya, keluarga disini termasuk ayah, ibu dan saudara dekat merupakan seseorang yang dapat membuat pengaruh bagi anaknya. Persepsi yang ditimbulkan oleh keluarga dapat membuat perilaku ikutikutan oleh anaknya. Orang tua yang telah mengembangkan suatu cara yang khusus didalam memahami dan melihat kenyataan di dunia ini, banyak sikap dan persepsi-persepsi yang diturunkan kepada anaknya.
- c. Kebudayaan, kebudayaan dan lingkungan masyarakat tertentu juga merupakan salah satu faktor kuat didalam mempengaruhi sikap, nilai, dan cara seseorang memandang dan memahami keadaan di dunia ini.

2.2.2. Quick Respond Indonesia Standard (QRIS)

2.2.2.1. Pengertian QRIS

Quick Response Code Indonesian Standard atau biasa disingkat QRIS (dibaca KRIS) 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. Semua Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang akan menggunakan QR Code Pembayaran wajib menerapkan QRIS.

Tabel 2.1. Perbedaan Transaksi Sebelum dan Sesudah QRIS

Metode Transaksi Sebelum QRIS	Metode Transaksi Sesudah QRIS
Merchant harus menyediakan beberapa aplikasi pembayaran di tokohnya. Konsumen yang membayar secara non tunai, harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang dimilikinya harus tersedia pada merchant.	Merchant tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran, hanya menyediakan satu QR Code di tokoh dan QR Code dapat di scan oleh mahasiswa/i dengan berbagai aplikasi pembayaran di smartphone.

Sumber: www.bi.go.id

Bank Indonesia meluncurkan standard Quick Response (QR) Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, atau mobile banking yang disebut QR Code Indonesian Standard, bertepatan dengan Hari Ulang Tahun (HUT) ke-74 Kemerdekaan RI, pada 17 Agustus 2019 di Jakarta. Peluncuran QRIS merupakan salah satu implementasi Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, yang telah dicanangkan pada Mei 2019 lalu. ketentuan QRIS dapat dilihat pada No. 21/16/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran.

2.2.2.2. Visi Sistem Pembayaran Indonesia Tahun 2005

Adapun visi bank Indonesia sistem pembayaran non-tunai dengan menggunakan jasa produk QRIS sebagai berikut :

- a. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 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 (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomikeuangan digital melalui open-banking maupun pemanfaatan teknologi digital dan data dalam bisnis keuangan.
- c. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 menjamin interlink antara Fin-tech dengan perbankan untuk menghindari risikoshadow-banking melalui pengaturan teknologi digital (spt API), kerjasama bisnis, maupun kepemilikan perusahaan.
- d. SPI (Sistem Pembayaran Indonesia) 2025 menjamin keseimbangan antara inovasi dengan consumers protection, integritas dan stabilitas serta persaingan usaha yang sehat melalui penerapan KYC (Know Your Costumer) & AML (Anti Money Laundering) – (And Counter Financing of Laundering), kewajiban keterbukaan untuk data, informasi, bisnis publik dan penerapan reg-tech & sup-tech dalam kewajiban pelaporan, regulasi dan pengawasan.
- e. SPI 2025 menjamin kepentingan nasional dalam ekonomikeuangan digital antar negara melaluikewajiban pemrosesan semua transaksi domestik di dalam negeri dan kerjasama penyelenggara asing dengan domestik, dengan memperhatikan prinsip resiprokalitas.

2.2.2.3. Jenis pembayaran menggunakan QRIS

Dari laman bank Indonesia dijelaskan bahwa terdapat tiga jenis pembayaran dalam menggunakan QRIS, yaitu:

a. Merchant Presented Mode (MPM) Statis

Paling mudah, merchant cukup memajang satu sticker atau print-out QRIS dan gratis. Pengguna hanya melakukan scan, masukkan nominal, masukkan PIN dan klik bayar. Notifikasi transaksi langsung diterima pengguna ataupun merchant. QRIS MPM Statis sangat cocok bagi usaha mikro dan kecil.

b. Merchant Presented Mode (MPM) Dinamis

QR dikeluarkan melalui suatu *device* seperti mesin EDC atau *smartphone*. Merchant harus memasukkan nominal pembayaran terlebih dahulu, kemudian pelanggan melakukan scan QRIS yang tampil atau tercetak. QRIS MPM Dinamis sangat cocok untuk merchant skala usaha menengah dan besar atau dengan volume transaksi tinggi.

c. Customer Presented Mode (CPM)

Pelanggan cukup menunjukkan QRIS yang ditampilkan dari aplikasi pembayaran pelanggan untuk discan oleh merchant. QRIS CPM lebih ditujukan untuk merchant yang membutuhkan kecepatan transaksi tinggi seperti penyedia transportasi, parkir dan ritel modern.

2.2.2.4. PJSP (Penyedia Jasa Sistem Pembayaran) yang telah memperoleh persetujuan Quick Response Indonesian Standard (QRIS)

Adapun Aplikasi yang sudah mendapatkan berizin logo QRIS siap sedia menerima pembayaran secara non-tunai dengan menggunakan jasa produk QRIS sebagai berikut:

Tabel 2.2. Daftar PJSP Penerima Persetujuan QRIS

No	Nama Penyelenggara	Tanggal Keputusan	Nama Produk	Status
1	PT Sprint Asia Technology	04/06/2021	Bayarind	Berizin (Telah Operasional)
2	PT Bank Digital BCA	03/23/2021		Berizin (Telah Operasional)
3	PT Bank Mayora	03/10/2021		Berizin (Telah Operasional)
4	PT BPD Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat	03/10/2021	Sulselbar Mobile	Berizin (Telah Operasional)
5	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk	03/02/2021		Berizin (Telah Operasional)
6	PT Bank Commonwealth	03/02/2021		Berizin (Telah Operasional)
7	PT Bank Bumi Arta, Tbk	02/24/2021	QR BBA Mobile	Berizin (Telah Operasional)
8	PT Yukk Kreasi Indonesia	02/24/2021	Yuk	Berizin (Telah Operasional)
9	PT Artha Graha International, Tbk	02/18/2021		Berizin (Telah Operasional)
10	PT Gpay Digital Asia	01/14/2021		Berizin (Telah Operasional)
11	PT Bank Sahabat Sampoerna	12/23/2020		Berizin (Telah Operasional)
12	PT Astra Digital Arta	12/08/2020	AstraPay	Berizin (Telah Operasional)
13	PT BPD Jambi	11/24/2020		Berizin (Telah Operasional)
14	PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk	11/17/2020		Berizin (Telah Operasional)
15	PT BPD Daerah Istimewa Yogyakarta	10/20/2020		Berizin (Telah Operasional)
16	PT Bank QNB Indonesia, Tbk (d/h PT Bank Kesawan)	10/14/2020		Berizin (Telah Operasional)
17	PT Indosat, Tbk	09/30/2020	IMKas	Berizin (Telah Operasional)

18	PT Solusi Pasti Indonesia	08/07/2020	Kaspro	Berizin (Telah Operasional)
19	PT Datacell Infomedia	07/24/2020	Paydia	Berizin (Telah Operasional)
20	PT Netzme Kreasi Indonesia	07/23/2020	Netzme	Berizin (Telah Operasional)
21	PT Inti Dunia Sukses	07/07/2020	iSaku	Berizin (Telah Operasional)
22	PT BPD Sumatera Selatan dan Bangka Belitung (d/h PT BPD Sumatera Selatan)	06/23/2020		Berizin (Telah Operasional)
23	PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional (Persero), Tbk	06/03/2020		Berizin (Telah Operasional)
24	PT Buana Media Teknologi	05/05/2020	Gudang Voucher	Berizin (Telah Operasional)
25	PT BPD Nusa Tenggara Timur	04/14/2020		Berizin (Telah Operasional)
26	PT MNC Teknologi Nusantara	03/31/2020	Spinpay	Berizin (Telah Operasional)
27	PT Bimasakti Multi SInergi	03/17/2020	SpeedCash	Berizin (Telah Operasional)
28	PT Finnet Indonesia	03/12/2020	Finpay Money	Berizin (Telah Operasional)
29	PT Bank Syariah Indonesia	03/11/2020		Berizin (Telah Operasional)
30	PT BPD Jatim	03/11/2020		Berizin (Telah Operasional)
31	PT Nusa Satu Inti Artha	03/05/2020	DokuPay	Berizin (Telah Operasional)
32	PT Bank Jabar dan Banten	03/02/2020		Berizin (Telah Operasional)
33	PT Bank UOB Indonesia, Tbk (d/h PT Bank UOB Buana)	02/11/2020		Berizin (Telah Operasional)
34	PT BPD Sumatera Barat(Bank Nagari)	02/05/2020		Berizin (Telah Operasional)
35	PT Bank KEB Hana Indonesia (d/h PT Bank Hana)	01/13/2020		Berizin (Telah Operasional)
36	PT Bluepay Digital Internasional	01/13/2020	Bluepay Cash	Berizin (Telah Operasional)
37	PT Bank OCBC NISP, Tbk	01/13/2020		Berizin (Telah Operasional)
38	PT BPD Bali	12/18/2019		Berizin (Telah Operasional)
39	PT Transaksi Artha Gemilang	12/18/2019	OttoCash	Berizin (Telah Operasional)

40	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk (merger dengan PT Bank Nusantara Parahyangan)	11/08/2019		Berizin (Telah Operasional)
41	PT Airpay International Indonesia	08/16/2019	ShopeePay	Berizin (Telah Operasional)
42	PT Alto Network	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
43	PT Artajasa Pembayaran Elektronik	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
44	PT Bank DKI	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
45	PT Bank Central Asia, Tbk	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
46	PT Bank CIMB Niaga, Tbk	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
47	PT Bank Mandiri (Persero), Tbk	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
48	PT Bank Maybank Indonesia, Tbk (d/h Bank Internasional Indonesia, Tbk)	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
49	PT Bank Nationalnobu, Tbk	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
50	PT Bank Negara Indonesia 1946 (Persero), Tbk	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
51	PT Bank Mega, Tbk	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
52	PT Veritra Sentosa Internasional	08/16/2019	Paytren	Berizin (Telah Operasional)
53	PT Visionet Internasional	08/16/2019	OVO Cash	Berizin (Telah Operasional)
54	PT Bank Permata, Tbk	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
55	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
56	PT Bank Sinarmas, Tbk	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
57	PT Rintis Sejahtera	08/16/2019		Berizin (Telah Operasional)
58	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	08/16/2019	Flexy Cash	Berizin (Telah Operasional)
59	PT Fintek Karya Nusantara	08/16/2019	LinkAja	Berizin (Telah Operasional)
60	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)	08/16/2019	Gopay	Berizin (Telah Operasional)
61	PT Espay Debit Indonesia Koe	08/16/2019	Dana	Berizin (Telah Operasional)

62	PT Jalin Pembayaran Nusantara	08/16/2019	Berizin (Telah Operasional)
----	-------------------------------	------------	-----------------------------

Sumber: www.bi.go.id

2.2.2.5. Manfaat QRIS

Dalam laman bank Indonesia, terdapat beberapa manfaat dari standarisasi QR Code dengan QRIS, diantaranya:

- a. Bagi pengguna aplikasi pembayaran
 - Cepat dan kekinian
 - Tidak perlu repot lagi membawa uang tunai
 - Tidak perlu pusing memikirkan QR siapa yang terpasang
 - Terlindungi karena semua PJSP penyelenggara QRIS sudah pasti memiliki izin dan diawasi oleh bank Indonesia.
- b. Bagi Merchant/Toko
 - Penjualan berpotensi meningkat karena dapat menerima pembayaran berbasis QR apapun
 - Meningkatkan branding
 - Kekinian
 - Lebih praktis karena cukup menggunakan satu QRIS
 - Mengurangi biaya pengelolaan kas
 - Tidak perlu menyediakan uang kembalian
 - Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat setiap saat
 - Terpisahnya uang untuk usaha dan personal
 - Memudahkan rekonsiliasi dan berpotensi mencegah tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai
 - Membangun informasi credit profile untuk memudahkan memperoleh kredit kedepan.

2.2.2.6. Tujuan Standarisasi QR Code

Tujuan standarisasi QR code yang dilakukan oleh Bank Indonesia adalah :

- a. Untuk melindungi konsumen serta menciptakan kompetisi antar merchant yang sehat. Pasalnya, saat ini pasar bisnis QR code telah dikuasai oleh penyelenggara- penyelenggara besar. Namun selanjutnya, melalui QRIS, diharapkan akan terbuka ruang sebesar-besarnya untuk berkompetisi. Baik itu untuk penyelenggara besar maupun kecil.

- b. Dengan munculnya standarisasi ini, merchant kecilpun akan memiliki ruang untuk mengembangkan teknologi serta inovasinya. Karena tentu saja, pengusaha atau penyelenggara QR wajib taat pada aturan main yang berlaku, dan menyesuaikan layanannya dengan standar yang sudah ditetapkan yang turut diuntungkan tentu saja para konsumen yang tidak perlu lagi mengunduh banyak aplikasi yang dikeluarkan oleh perusahaan jasa pembayaran atau bank yang berbeda. Kedepannya konsumen bisa melakukan pembayaran dengan sistem QR code apapun melalui merchant-merchant apapun karena sudah saling terkoneksi.
- c. Diharapkan, adanya standarisasi QR code ini akan memacu jumlah transaksi dengan instrument QR code secara signifikan. Ke depannya, pembayaran non tunai tidak hanya bisa dinikmati oleh penduduk kota-kota besar, namun juga masyarakat di pelosok desa. Era ekonomi digital telah dimulai, tentu tantangan ke depan akan semakin besar. Maka langkah Bank Indonesia dalam melakukan standarisasi QR code ini layak diapresiasi, karena jelas konsumen akan lebih terlindungi, transaksi keuangan digital yang lebih amanpun bisa tercapai, serta terciptanya persaingan antar merchant yang lebih kompetitif dan penuh inovasi kian terbuka.

2.2.2.7. Cara menjadi Pengguna dan Merchant QRIS

Mengutip dari laman bank Indonesia, terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan bagi merchant/toko yang hendak menggunakan QRIS pada tokonya serta bagi pengguna/pembeli, yaitu:

- a. Sebagai Merchant
 - Apabila belum memiliki account, buka terlebih dahulu dengan datang ke kantor cabang atau mendaftar online pada salah satu PJSP penyelenggara QRIS
 - Lengkapi data usaha dan dokumen yang diminta oleh PJSP tersebut.
 - Tunggu proses verifikasi, pembuatan Merchant ID dan pencetakan kode QRIS oleh PJSP
 - PJSP akan mengirimkan sticker QRIS
 - Install aplikasi sbg merchant QRIS
 - PJSP melakukan edukasi kepada merchant mengenai tata cara menerima pembayaran

b. Sebagai Pengguna

- Apabila belum memiliki akun, maka anda harus registrasi terlebih dahulu mengunduh aplikasi salah satu PJSP berijin QRIS yang terdaftar (Cont: ShopeePay, LinkAja, atau Gopay)
- Lakukan registrasi sesuai prosedur PJSP tersebut
- Isi saldo pada akun anda
- Gunakan untuk melakukan pembayaran pada merchant QRIS sesuai petunjuk di aplikasi anda
- Buka aplikasi, cari icon scan/gambar QR/pay, scan QRIS yang ada pada merchant, masukan nominal, masukan PIN, klik bayar, cek notifikasi.

2.2.3. UMKM

2.2.3.1. Pengertian UMKM

UMKM merupakan sektor yang dapat menekan tingkat ketimpangan baik ekonomi dan sosial, menumbuhkan sistem kekeluargaan dan kerja sama serta dalam bidang ekonomi dapat meningkatkan daya beli terhadap konsumen di dalam negeri (Wulansari & Kurniawan, 2018).

Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b) 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 Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

- c) 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.
- d) 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.
- e) Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

2.2.3.2. Kriteria UMKM

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

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

ii) 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).

Tabel 2.3. Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria Asset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	> 50 Juta s/d 500 Juta	> 300 Juta s/d 2.5 Miliar
3	Usaha Menengah	> 500 Juta s/d 10 Miliar	> 2.5 Miliar s/d 50 Miliar

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah

Selain berlandaskan Undang-undang tersebut, dari perspektif peningkatannya Rahmana (2008) membagi UMKM dalam beberapa kriteria, berikut:

- a) Livelihood Activities, adalah bisnis Kecil Menengah yangmana difungsikan untuk peluang kerja dalam mencari uang, yang secara public dikenal sebagai sektor informal. Contohnya yaitu pedagang kaki lima.
- b) Micro Enterprise, adalah bisnis Kecil Menengah yang mempunyai karakter pengrajin tapi tidak mempunyai karakter wirausaha.
- c) Small Dynamic Enterprise, adalah bisnis Kecil Menengah yang sudah mempunyai pribadi wirausaha dan sanggup terjun dalam kegiatan subkontrak dan ekspor.
- d) Fast Moving Enterprise, adalah bisnis Kecil Menengah yang sudah mempunyai pribadi kewirausahaan dan sanggup melaksanakan perubahan jadi Usaha Besar (UB).

2.2.3.3. Kekuatan dan Kelemahan UMKM

UMKM mempunyai segenap kemampuan tersembunyi yang melambangkan harapan yang jadi basis peningkatan pada waktu kedepan yaitu (Anoraga,2010) :

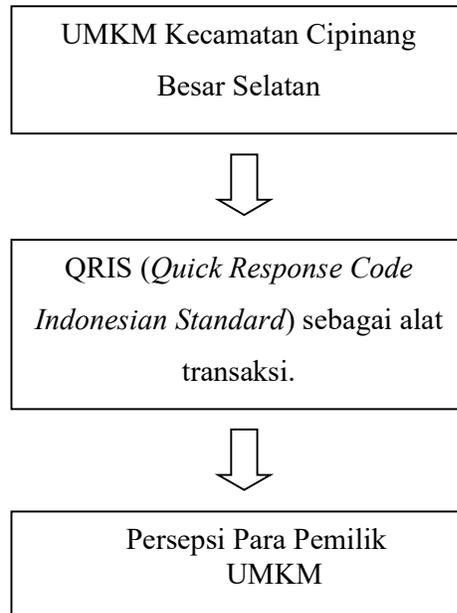
- a) Menyediakan lapangan pekerjaan posisi industri kecil pada pemasukan tenaga kerja harus diapresiasi, diperhitungkan sanggup memasukkan hingga 50% sumber daya manusia yang bersedia.
- b) Kehadirannya pengusaha muda diusaha kecil dan menengah hingga kini benar dapat membantu meningkatnya usaha baru.
- c) Mempunyai bagian bisnis pasar yang khusus melakukan administrasi sederhana dan elastis pada pertukaran pasar.

- d) Menggunakan sumber daya alamiah lingkungan, bisnis kecil sebagian besar menggunakan sampah hingga dari bisnis besar atau bisnis yang lainnya.
- e) Mempunyai peluang untuk meningkat. Bagaimana cara pembinaan yang dilakukan memperlihatkan hasil yang melukiskan bahwa bisnis kecil sanggup untuk ditingkatkan lebih jauh dan sanggup untuk meningkatkan bidang lain yang terpaut.

Kelemahan, yang banyak juga menjadikan salah satu penyebab penghalang dan persoalan dari Usaha Mikro terjadi karna 2 faktor :

- a) Faktor Internal, adalah permasalahan sederhana dari UMKM yaitu:
 - 1) Amat kurangnya keahlian dari SDM itu sendiri
 - 2) Masalah pemasaran produk setengah dari pengusaha bisnis Kecil lebih mengutamakan pada bagian produksi sedangkan fungsional pemasaran tidak sanggup dalam mengakseskannya, utamanya informasi pasar dan jaringan pasar, hingga setengahnya cuman berguna menjadi pekerja saja.
 - 3) Keseringan pemakai yang lebih percaya haya pada bisnis besar tidak yakin kualitas produk bisnis Kecil.
 - 4) Masalah pendanaan kebanyakan bisnis Kecil menggunakan uangnya sendiri dalam angka yang sangat minim.
- b) Faktor eksternal, yaitu permasalahan yang nampak dari bagian pengembang dan Pembimbing UMKM. Contohnya jalan keluar yang diberitahukan kurang sesuai target tidak adanya pengawasan dan program yang saling bertumpuk.

2.3. Kerangka Konseptual Penelitian



Bagan diatas menunjukkan bahwa alur penelitian ini adalah sebagai berikut: Penelitian ini dilakukan pada Usaha Mikro Kecil Menengah yang ada di Kecamatan Cipinang Besar Selatan mengenai persepsi pedagang pemilik UMKM pada penggunaan QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) sebagai alat transaksi yang digunakan dan menganalisis persepsi mereka.