

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 UMKM

2.1.1 Definisi UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai makna didasarkan ciri dan kriteria jumlah tenaga kerja yang digunakan, kapital yang dipergunakan dan keuntungan dari kegiatan usaha tersebut. Serta dapat diartikan didasarkan karakteristik UMKM seperti skala usahanya, penggunaan teknologi, organisasi dan manajemen orientasi pasar. Salah satu usaha dalam keanekaragaman produk ekspor Indonesia sebagai tumpuan perolehan devisa, dalam banyak penelitian mengatakan UMKM merupakan usaha mandiri berskala kecil manajemennya dilakukan secara kelompok maupun perorangan. Pada saat orde baru UMKM sangat ditepikan keberadaannya, sangat berbeda dengan usaha besar yang lebih diperhatikan dalam segala aspek tetapi dapat bertahan dalam menempuh kebijakan-kebijakan yang ada di Indonesia karena UMKM menjadi sumber utama dalam menambah pendapatan dan mengurangi jumlah pengangguran, kelompok usaha sebagai salah satu kunci pembangunan pertumbuhan dan pemerataan kesenjangan ekonomi di Indonesia. Farisi, (2022)

Sebelum disahkan di Indonesia UU No 20 Tahun 2008 memuat beberapa definisi dibuat berdasar beberapa instansi yang menjadi tumpuan yang

dirumuskan Bank Indonesia, Biro Pusat Statistik, Kementrian Koprasi dan UKM dan masing-masing didasarkan kepentingan instansi masing-masing. Menurut UU Nomor 9 Tahun 1995 usaha kecil didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha dan jasa produktif milik masyarakat Indonesia berbentuk usaha perorangan, badan usaha tidak atau berbadan hukum termasuk koperasi.
- b. Cabang perusahaan dimiliki ataupun dikuasai baik langsung ataupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar tidak termasuk usaha kecil.
- c. Memiliki kekayaan bersih 200 juta tidak termasuk asset tetap seperti tanah dan bangunan usaha, hasil usahadan jasa terbesar per tahun 100 juta.

Setelah ditetapkan Undang-Undang baru dan berbeda isinya dari sebelumnya di berlakukannya UU No 20 Tahun 2008 tentang definisi UMKM di ubah menjadi:

- a. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik badan usaha atau perorangan yang sesuai kriteria usaha mikro
- b. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif berdiri sendiri, dilakukan oleh badan usaha atau perorangan yang bukan atau tidak memiliki cabang perusahaan, atau menjadi bagian tidak ataupun langsung dari usaha besar ataupun menengah.
- c. Usaha menengah adalah usaha produktif berdiri sendiri dilakukan badan atau perorangan yang bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, menjadi bagian langsung dari usaha besar maupun usaha menengah dan jumlah kekayaan bersihnya

2.1.2. Tujuan UMKM

UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia untuk memajukan ekonomi mandiri berdasar pada (UU No. 20 Tahun 2008) UMKM didirikan untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Mewujudkan perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM usaha yang mandiri dan tangguh.
3. Meningkatkan peran UMKM untuk pembangunan daerah dan ekonomi, terbukanya lapangan kerja, pemerataan pendapat dan memutuskan kemiskinan di masyarakat. Suharti, (2020)

2.1.3. Kriteria UMKM

Kriteria UMKM terbagi menjadi 3 sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro: Paling besar pendapatan bersihnya Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk aset tetap seperti tanah dan bangunan usaha, dan atau memiliki hasil tahunan penjualan terbesar Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
- b. Usaha Kecil: Pendapatan bersihnya lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) hingga pendapatan terbanyaknya Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk aset tetap seperti tanah dan bangunan usaha, dan atau memiliki hasil tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 (Tiga ratus juta rupiah)

hingga pendapatan terbanyaknya Rp. 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah)

- c. Usaha Menengah: Pendapatan bersihnya lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) hingga pendapatan terbanyaknya Rp. 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk aset tetap seperti tanah dan bangunan usaha.

2.1.4 Klasifikasi UMKM

Klasifikasi UMKM terbagi menjadi 4 sebagai berikut:

1. Usaha dagang adalah usaha yang kegiatan utamanya yaitu membeli produk dari pemasok dan dijual ke konsumen untuk memperoleh laba atau untung.
2. Usaha perikanan dan pertanian adalah usaha yang kegiatannya yaitu memelihara perawatan hewan dan tumbuhan untuk memperoleh laba atau keuntungan.
3. Usaha industri adalah yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi dengan diolah terlebih dahulu untuk dijual kepada pembeli.
4. Usaha jasa adalah usaha dengan cara memberikan jasa atau layanan kepada konsumen untuk memperoleh laba atau keuntungan. Suryati, (2021)

2.2 Pembayaran

2.2.1 Definisi pembayaran

Pembayaran memiliki dua makna: secara umum dan yuridis teknis. Secara umum, pembayaran adalah pelunasan utang dari debitur kepada kreditur, yang bisa berupa uang atau barang. Secara yuridis teknis, pembayaran mencakup

uang, barang, atau jasa. Menurut UU No. 23 Pasal 1 (1999:6), pembayaran melibatkan aturan, lembaga, dan mekanisme pemindahan dana untuk memenuhi kewajiban ekonomi, Chan Kah Sing (2009) mendefinisikan pembayaran sebagai proses penukaran mata uang dengan barang, jasa, atau informasi, Hasibuan (2010) menyatakan pembayaran sebagai pemindahan hak atas uang dari pembayar ke penerima, baik langsung maupun melalui jasa perbankan. Dalam menghadapi digitalisasi, Bank Indonesia merilis Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025 untuk memanfaatkan potensi digitalisasi sambil meminimalisir risiko. Lima visi SPI 2025 adalah:

1. Mendukung integrasi ekonomi keuangan *digital* nasional untuk memastikan fungsi bank sentral dalam peredaran uang, kebijakan moneter, stabilitas sistem keuangan, dan inklusi keuangan.
2. Mendukung *digitalisasi* perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomi-keuangan *digital* melalui open-banking dan pemanfaatan teknologi *digital* dan data dalam bisnis keuangan.
3. Menjamin interlink antara Fintech dengan perbankan untuk menghindari risiko shadow banking melalui pengaturan teknologi *digital* dan kerjasama bisnis.
4. Menjamin keseimbangan antara inovasi dengan perlindungan konsumen, integritas, stabilitas, dan persaingan usaha melalui penerapan *Know Your Customer (KYC) & Anti-Money Laundering/Combating the Financing of*

Terrorism (AML/CFT), serta *reg-tech* dan *sup-tech* dalam kewajiban pelaporan, regulasi, dan pengawasan.

5. Menjamin kepentingan nasional dalam ekonomi-keuangan *digital* melalui kewajiban pemrosesan semua *Transaksi* domestik di dalam negeri dan kerjasama penyelenggara asing dengan domestik.

Regulasi dan kebijakan terkait pembayaran *digital* bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengacu pada serangkaian aturan, undang-undang, dan pedoman yang dibuat oleh pemerintah atau otoritas terkait untuk mengatur dan memfasilitasi penggunaan teknologi pembayaran *digital* oleh UMKM. Tujuan utama dari regulasi dan kebijakan ini adalah untuk memastikan bahwa *Transaksi digital* dapat dilakukan dengan aman, efisien, dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, sehingga dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Regulasi dan kebijakan mempunyai keterkaitan dengan pembayaran *digital* bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering kali diperlakukan sebagai konsep yang saling terkait namun memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Berikut ini adalah perbedaan antara keduanya:

A. Regulasi:

- 1) Regulasi mengacu pada aturan dan peraturan resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah atau badan pengatur terkait untuk mengatur dan mengontrol operasi pembayaran *digital*.

- 2) Regulasi biasanya bersifat wajib dan memiliki kekuatan hukum yang mengikat. Pelanggaran terhadap regulasi dapat mengakibatkan sanksi hukum.
- 3) Regulasi dapat mencakup berbagai aspek, termasuk keamanan *Transaksi*, privasi data, penetapan tarif, izin usaha, dan lain-lain.

B. Kebijakan

- 1) Kebijakan mengacu pada panduan, pedoman, atau strategi yang dibuat oleh pemerintah atau lembaga terkait untuk memberikan arahan terhadap pengembangan dan penerapan sistem pembayaran *digital*, serta untuk mempromosikan pertumbuhan UMKM.
- 2) Kebijakan tidak selalu bersifat mengikat secara hukum, tetapi bisa menjadi panduan bagi pelaku industri dan masyarakat umum.
- 3) Kebijakan dapat mencakup insentif fiskal, program pelatihan, bantuan keuangan, dan dukungan infrastruktur untuk memperluas akses UMKM terhadap solusi pembayaran *digital*.

Dengan demikian, regulasi menetapkan aturan dan tata kelola untuk pembayaran *digital*, sementara kebijakan bertujuan untuk memfasilitasi dan mendorong pertumbuhan serta adopsi pembayaran *digital* di kalangan UMKM melalui berbagai insentif dan dukungan. Keduanya bekerja bersama-sama untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan pembayaran *digital* dan sektor UMKM secara keseluruhan. Bowo (2023)

2.2.2 Jenis-jenis pembayaran

Jenis-jenis pembayaran terbagi menjadi sebagai berikut:

- a. Pembayaran tradisional: Pembayaran tradisional maksudnya pembayaran yang masih sederhana yang tidak memerlukan jasa bank sebagaimana yang terjadi dipedesaan yang terpencil.
- b. Pembayaran modern: pembayaran yang dilakukan dengan perantara pembayaran, seperti bank. Pembayaran suatu proses yang cukup rumit, dimana lembaga perbankan mempunyai peran yang sangat penting dan memerlukan jasa-jasa perantara karena tanpa jasa perantara tidak dapat terlaksana dengan cepat dan efisien.
- c. Pembayaran *digital*: merupakan sistem pembayaran menggunakan media internet sebagai komunikasi sudah banyak digunakan perusahaan dalam menyediakan pihak penjual dan pembeli dengan memberikan jaminan keamanan *Transaksi* elektronik. Berharap keuntungan menggunakan sistem pembayaran non-tunai antara lain:
 - 1) Mengurangi biaya pencetakan uang.
 - 2) Mengurangi biaya perawatan uang.
 - 3) Mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, dengan memfasilitasi alokasi perpindahan dana secara efisien, aman dan cepat.
 - 4) Mendorong mobilitas aliran dana secara lebih cepat melalui layanan sistem pembayaran yang lebih beragam.
 - 5) Meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pendapatan bunga.

- 6) Pembiayaan tanpa bunga yang diterima oleh bank atau lembaga keuangan yang mengeluarkan produk e-money.
- 7) Mendorong aktivitas sektor riil dan pertumbuhan ekonomi.

2.3 *Financial Technology*

2.3.1 Definisi *Financial Technology*

Fintech, singkatan dari *financial technology* atau teknologi finansial, adalah inovasi dalam layanan keuangan dengan memanfaatkan teknologi modern. Menurut *The National Digital Research Centre* (NDRC) di Dublin, Irlandia, fintech didefinisikan sebagai "inovasi dalam layanan keuangan" yang mencakup transaksi seperti pembayaran, investasi, peminjaman, *transfer*, rencana keuangan, dan perbandingan produk keuangan. Dalam konteks Indonesia, fintech merujuk pada penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, atau model bisnis baru yang dapat memengaruhi stabilitas moneter dan sistem pembayaran.

Sesuai dengan Pasal 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI 2017, fintech terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan akses layanan finansial dan pemrosesan transaksi industri *financial technology* (fintech) semakin populer di era *digital* terutama dalam sektor pembayaran digital yang berkembang pesat di Indonesia, sektor ini diharapkan dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Fintech menggabungkan jasa keuangan dengan teknologi, mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. Kini pembayaran dapat dilakukan jarak jauh

dalam hitungan detik tanpa perlu tatap muka atau membawa uang tunai. Kusuma & Asmoro (2021)

2.3.2 Dasar Hukum *Financial Technology*

Penerapan fintech di Indonesia telah diatur dalam regulasi Bank Indonesia.

ada tiga dasar hukum penyelenggaraan Fintech di Indonesia:

1. Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/ PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran
2. Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital
3. Peraturan Bank 18/17/PBI/2016 Indonesia tentang No. Uang Elektronik. Purwanto et al., (2022)

2.3.3 Kriteria *Financial Technology*

Berdasarkan pasal 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/ PBI 2017 tentang teknologi finansial bahwa teknologi finansial ini harus memenuhi kriteria yaitu:

- a. Bersifat inovatif
- b. Dapat berdampak pada produk, layanan, teknologi dan/atau model bisnis finansial yang telah eksis
- c. Dapat memberikan manfaat bagi masyarakat
- d. Dapat dipergunakan secara luas
- e. Kriteria lainnya yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. Kusuma & Asmoro (2021)

2.3.4 Jenis-Jenis *Financial Technology*

1. *Crowdfunding* adalah model *fintech* yang semakin populer termasuk di Indonesia, melalui teknologi ini masyarakat dapat menggalang dana atau berdonasi untuk inisiatif sosial yang mereka pedulikan.
2. *Microfinancing* adalah layanan *fintech* yang menyediakan akses keuangan bagi masyarakat kelas menengah ke bawah yang sulit mendapatkan modal usaha dari perbankan. Layanan ini menjembatani kesenjangan tersebut dengan menghubungkan pemberi pinjaman langsung ke calon peminjam, menawarkan return kompetitif bagi pemberi pinjaman dan kemudahan bagi peminjam.
3. *P2P Lending Service* adalah *fintech* yang memudahkan masyarakat meminjam uang tanpa proses rumit seperti di bank konvensional. *Fintech* ini memberikan akses keuangan yang lebih cepat untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidup.
4. *Fintech Market Comparison* memungkinkan masyarakat membandingkan produk keuangan dari berbagai penyedia jasa dan merencanakan keuangan. Dengan *fintech* ini, pengguna dapat menemukan pilihan investasi untuk kebutuhan masa depan.
5. *Digital Payment System* adalah *fintech* yang menyediakan layanan pembayaran berbagai tagihan, seperti pulsa, kartu kredit, dan token listrik.
6. *Fintech Investment* memudahkan masyarakat Indonesia berinvestasi dalam berbagai instrumen, seperti reksa dana, emas, saham, dan *cryptocurrency*, sehingga membuat investasi lebih mudah diakses oleh semua orang.

7. *Market Aggregator* adalah *fintech* yang membantu masyarakat memilih produk keuangan yang tepat dengan menyediakan informasi lengkap tentang berbagai pilihan yang tersedia. Kusuma & Asmoro(2021)

2.3.5 Kelebihan dan Kekurangan *Financial Teknologi*

Tidak semua yang berbasis teknologi hanya memiliki kelebihan. *Fintech* hadir membawa kelebihan dan kekurangan terhadap sektor ekonomi di Indonesia. Menurut Otoritas Jasa Keuangan.

- a. Kelebihan dari *fintech* adalah melayani masyarakat Indonesia yang belum dapat dilayani oleh industri keuangan tradisional dikarenakan ketatnya peraturan perbankan dan adanya keterbatasan industri perbankan tradisional dalam melayani masyarakat di daerah tertentu dan menjadi alternatif pendanaan selain jasa industri keuangan tradisional dimana masyarakat memerlukan alternatif pembiayaan yang lebih demokratis dan transparan.
- b. Kekurangan dari *fintech* adalah *fintech* merupakan pihak yang tidak memiliki lisensi untuk memindahkan dana dan kurang mapan dalam menjalankan usahanya dengan modal yang besar, jika dibandingkan dengan bank dan ada sebagian perusahaan *fintech* belum memiliki kantor fisik, dan kurangnya pengalaman dalam menjalankan prosedur terkait sistem keamanan dan integritas produknya. Kusuma & Asmoro(2021)

2.4 QRIS

2.4.1 Definisi QRIS

QRIS (QR Code Indonesia Standard) adalah sistem pembayaran yang berbasis *shared delivery channel* yang digunakan untuk menstandarisasi *Transaksi* pembayaran yang menggunakan QR Code. Sistem tersebut diperintisi oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), Standar Internasional EMV Co (Europe MasterCard Visa) digunakan sebagai standard dasar dalam penyusunan QRIS. Standar ini digunakan untuk mendukung interkoneksi dan interoperabilitas antar penyelenggara, antar instrumen, antar negara sehingga dapat bersifat terbuka. Sihaloho et al (2020)

2.4.2 Tujuan QRIS

Supaya pembayaran *digital* menjadi lebih mudah bagi masyarakat dan dapat diawasi oleh regulator satu pintu karena telah berstandar serta untuk memperlancar sistem pembayaran non tunai dengan aman, mendorong efisiensi perekonomian, mempercepat inklusi keuangan *digital*, serta memajukan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).Siti Aisyah et al (2023)

2.4.3 Kebijakan bagi pengguna QRIS

Keamanan bagi pengguna QRIS dalam bentuk Perlindungan Hukum oleh Pemerintah Terhadap Pengguna QRIS dalam Mengatasi Terjadinya Cyber Crime yang menjadi acuan pengguna merasa aman dalam penggunaan QRIS di Indonesia, pengaturan mengenai perlindungan terhadap konsumen telah diundangkan pada tahun 1999. Undang-undang yang mengatur tertuang dalam

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Selain dalam UU Perlindungan Konsumen, dalam mengatasi kemungkinan terjadinya cyber crime karena penggunaan QRIS, pemerintah semakin memperketat pengawasan dengan diundangkannya Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan *Transaksi* Elektronik (UU ITE). Ketentuan yang memuat *Transaksi* elektronik dapat dilihat dalam Bab V Pasal 17 hingga Pasal 22. Berdasarkan pengaturan tersebut, dalam menggunakan QRIS atau melakukan *Transaksi* elektronik patut berdsarkan itikad baik. Pengaturan hukuman mengenai kejahatan melalui internet atau cyber crime sendiri juga diatur dalam UU ITE tersebut. Putu et al., (2022)

2.4.4 Dampak Positif dan Negatif

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah standar kode QR yang digunakan di Indonesia untuk pembayaran elektronik. Penggunaan QRIS memiliki dampak negatif dan positif yang harus diperhatikan bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Berikut ini adalah beberapa dampaknya:

Dampak Positif:

1. *Kemudahan Transaksi*: QRIS memungkinkan UMKM untuk menerima pembayaran non-tunai dengan mudah. Ini meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan dan memperluas basis pelanggan. Tidak ada minimal *Transaksi* bisa mulai dari 1 rupiah, Membayar sesuai nominal yang di belanjakan, Praktis tanpa harus membawa uang *cash*/ tunai, Cepat dan Aman tanpa harus

membawa uang dengan nominal yang banyak dalam ber*Transaksi*, Tidak ada aktivitas kontak secara langsung, dan Menghindari uang palsu.

2. Efisiensi Operasional: Dengan QRIS, UMKM dapat mengurangi ketergantungan pada *Transaksi* tunai yang memakan waktu dan berisiko. Ini dapat meningkatkan efisiensi operasional, menghemat waktu, dan biaya administrasi.
3. Transparansi Keuangan: *Transaksi* non-tunai melalui QRIS meningkatkan transparansi keuangan karena setiap *Transaksi* tercatat secara elektronik. Ini membantu UMKM dalam pemantauan arus kas dan pelacakan pendapatan.
4. Pengembangan Reputasi dan Kepercayaan: Menerima pembayaran non-tunai dapat meningkatkan citra dan kepercayaan pelanggan terhadap UMKM. Ini juga dapat membantu UMKM bersaing dengan bisnis lain yang sudah mengadopsi teknologi pembayaran modern.

Dampak Negatif:

1. Biaya Implementasi: Meskipun biaya penerimaan pembayaran QRIS relatif rendah dengan maksimal *Transaksi* (10 juta), UMKM mungkin perlu mengeluarkan biaya awal untuk membeli perangkat lunak dan perangkat keras yang dibutuhkan untuk mengimplementasikannya.
2. Ketergantungan pada Teknologi: Bergantung pada teknologi pembayaran elektronik seperti QRIS dapat meningkatkan risiko jika terjadi gangguan sistem atau kegagalan teknis seperti Kendala terkait sinyal internet yang tidak

stabil dan Kouta yang kapan saja bisa habis yang dapat mengganggu operasi UMKM.

3. Pendidikan dan Penyesuaian: UMKM mungkin perlu menghabiskan waktu dan sumber daya untuk mendidik karyawan dan pelanggan tentang cara menggunakan pembayaran QRIS. Ini membutuhkan waktu dan upaya tambahan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi baru.
 4. Potensi Risiko Keamanan: Penggunaan pembayaran elektronik juga membawa risiko keamanan seperti pencurian data pelanggan atau penipuan *Transaksi*. Oleh karena itu, UMKM perlu mengambil langkah-langkah keamanan tambahan untuk melindungi data dan informasi pelanggan.
- Permatasari et al (2022)

2.4.5 Jenis pembayaran dengan QRIS

Jenis pembayaran dengan QRIS antara lain :

- a. *Merchand Presented Mode* (MPM) Statis yaitu kode QR yang disediakan oleh pelaku usaha, sehingga konsumen hanya melakukan scan kode QR pada saat melakukan pembayaran. Sifatnya yang statis, kode QR MPM milik pelaku usaha biasanya akan dipajang di area kasir. Berikut beberapa cara pembayaran menggunakan MPM Statis:

Pertama, pelanggan scan kode QR yang telah disediakan oleh pelaku usaha.

Kedua, masukkan jumlah nominal pembayaran.

Lalu, apabila jumlah dan nama pelaku usaha sudah benar, pelanggan akan diminta memasukkan PIN pada aplikasi pembayaran.

Terakhir, saat pembayaran telah berhasil, pelaku usaha akan menerima notifikasi pembayaran.

- b. *Merchand Presented Mode* (MPM) Dinamis yaitu dapat berubah menyesuaikan setiap pembayaran yang dilakukan, oleh karena itu pada masing-masing pelanggan biasanya akan mendapatkan QR code yang berbeda sesuai dengan pembayaran pembeliannya umumnya dengan ditampilkan langsung pada monitor ataupun menggunakan struk pada mesin EDC. Kebanyakan QRIS dinamis digunakan oleh perusahaan dengan volume pembayaran tinggi. Berikut cara pembayaran QRIS dinamis:

Pertama, pelanggan akan membeli produk atau jasa terlebih dahulu dari *merchand*.

Kedua, setelah pesanan diterima oleh *merchand*, maka akan langsung diproses dan menentukan nominal pembayarannya.

Ketiga, *merchand* akan membuat QR code sesuai *Transaksi* setiap orang,

Keempat, nantinya QR tersebut akan diberikan kepada pelanggan untuk di-scan, jika telah melakukan scan, baru akan muncul notifikasi pembayaran berhasil.

- c. *Customer Presented Mode* (CPM) yaitu metode pembayaran dengan cara konsumen atau pengguna akan menampilkan kode QR dari perangkat mereka masing-masing, kemudian di scan oleh pelaku usaha. Berikut ini

keuntungan yang akan didapatkan pelaku usaha jika menggunakan metode CPM:

Proses *Transaksi* yang cepat ketika menggunakan cashless payment. Waktu integrasi lebih cepat untuk mendukung kualitas pelayanan bisnis *merchand*.

Menjadi solusi terbaik untuk melakukan *Transaksi* yang aman serta paling lengkap dengan loyalitas dan mesin promo untuk mitra perusahaan. Sihaloho et al., (2020)

2.4.6 Manfaat penerapan QRIS

Dengan adanya penerapan QRIS yang dirasakan dalam penggunaan QRIS bagi pedagang yaitu proses *Transaksi* menjadi lebih mudah dan praktis karena pedagang/ *merchand* hanya perlu memiliki satu kode QR saja untuk melayani berbagai aplikasi pembayaran *digital* yang sudah berizin.

Mengurangi risiko mendapatkan uang palsu, dengan QRIS yang merupakan kode pembayaran *digital* tidak ada lagi pertukaran uang tunai yang terjadi dan mencegah bakteri yang ditularkan lewat bersentuhan langsung di musim pandemi. Pendaftaran *merchand* atau toko semakin mudah karena dengan menggunakan QRIS para *merchand* hanya perlu mendaftar sekali untuk menerima pembayaran *digital* melalui aplikasi apapun, Alternatif pembayaran semakin beragam. Pedagang yang menggunakan QRIS akan menguntungkan pembeli karena alternatif pembayaran akan semakin beragam. Konsumen tidak merasa terbatas dalam melakukan pembayaran. Pedagang tidak perlu

mempersiapkan banyak produk kode QR di meja kasirnya. Tingkat kepuasan konsumen semakin bertambah dengan tidak perlu membawa banyak uang tunai. Suharti (2020)

Strategi untuk meningkatkan adopsi QRIS di kalangan UMKM yang nantinya ada manfaat yang akan dirasakan setelah adopsi QRIS seperti, pelaku UMKM akan merasakan bahwa produk atau layanan pembayaran *digital* yang dapat memfasilitasi dan meningkatkan kinerja usaha tetapi tanpa menyebabkan perubahan besar dalam operasional usaha terutama dalam hal *Transaksi* dan adaptasi atas perubahan trend teknologi pembayaran *digital* akan cepat yang pada akhirnya niat serta persepsi kegunaan akan meningkat. Meningkatkan adopsi QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) di kalangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) membutuhkan strategi yang terencana dan terintegrasi. Berikut beberapa strategi yang dapat diterapkan:

- a. Edukasi dan Pelatihan: Memberikan pelatihan dan edukasi kepada pemilik dan karyawan UMKM tentang manfaat dan cara penggunaan QRIS. Ini bisa dilakukan melalui penjelasan dari peneliti yang nantinya dikuatkan dengan penjelasan dari para ahli melalui video online pada aplikasi youtube.
- b. Kemudahan Pendaftaran: Memastikan bahwa proses pendaftaran untuk menggunakan QRIS mudah dan cepat. Ini bisa dilakukan dengan menyediakan formulir pendaftaran online dan bantuan teknis yang memadai.

- c. Integrasi dengan Aplikasi Bisnis: Memperkenalkan fitur QRIS ke dalam aplikasi bisnis yang populer di kalangan UMKM untuk mempermudah proses pembayaran dan pelacakan penjualan.
- d. Pengembangan Ekosistem: Mendorong pengembangan ekosistem QRIS yang inklusif dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, perusahaan teknologi, lembaga keuangan, dan UMKM itu sendiri.
- e. Keamanan dan Privasi: Memastikan bahwa sistem QRIS aman dan mematuhi standar keamanan data yang berlaku untuk memberikan kepercayaan kepada UMKM dan pelanggan. Widowati & Khusaeni, (2022)

2.4.7 Biaya MDR (*Merchand Discount Rate*)

1. Untuk usaha mikro untuk transaksi: Rp. 0 – Rp. 100.000 *Merchand* tidak dikenakan biaya MDR, Jika lebih dari Rp. 100.00 *Merchand* akan dikenakan biaya MDR 0,3% untuk setiap transaksinya.
2. Transaksi Reguler (Transaksi Pembelian Produk, UMKM) akan dikenakan biaya 0,7% dari nilai transaksi Transaksi Bidang Pendidikan 0,6% dari nilai transaksi Transaksi di SPBU 0,4% dari nilai transaksi Transaksi Yayasan / Organisasi Nirlaba / Bantuan Sosial 0% dari nilai transaksi. Lestari,(2023)

2.5 Aplikasi SHOPEE

2.5.1 Sejarah SHOPEE

Shopee adalah Tempat Belanja *Online* se-Indonesia. Shopee merupakan *market place* yang dirancang sedemikian rupa untuk memberikan pengalaman belanja online yang mudah, aman dan cepat dengan sistem pembayaran dengan

berbagai akses yang dapat dipilih dan dukungan *logistic* yang kuat dengan menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Shopee memiliki tujuan untuk terus berkembang dan menjadi *e-commerce* pilihan utama di Indonesia maupun di negara lain. Shopee mempunyai beragam pilihan kategori produk yang dibutuhkan banyak orang, mulai dari Elektronik, Perlengkapan Rumah, Kesehatan, Kecantikan, Ibu & Bayi, *Fashion* hingga Perlengkapan Olahraga yang sangat lengkap. Shopee, merupakan anak perusahaan dari Sea Group, yang pertama kali hadir pada tahun 2015 secara bersamaan di 7 negara, yakni Singapura, Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Sea Group memiliki misi untuk meningkatkan kualitas kehidupan para konsumen dan pengusaha kecil menjadi lebih baik dengan teknologi. Tunnufus & Wulandari (2019)

Pada Desember 2015 shopee resmi diperkenalkan di Indonesia di bawah naungan PT Shopee *International* Indonesia. Produk yang ditawarkan di *marketplace* Shopee banyak variasinya, antara lain produk Kecantikan, Pakaian Pria, Pakaian Wanita, *Handphone & Accesories*, Komputer & *Accesories*, Perlengkapan Rumah, Elektronik, Makanan & Minuman, Pulsa, Tagihan & Tiket, *Fashion* Muslim, *Fashion* Bayi & Anak, Ibu & Bayi, Tas Pria & Wanita, Kesehatan, Fotografi, Olahraga, Voucher, Buku & Alat Tulis, Serba Serbi, Sepatu Wanita & Pria, *Souvenir & Pesta*, Jam Tangan, Hobi & Koleksi, dan masih banyak lagi. Shopee yang merupakan *marketplace* yang digunakan oleh para penjual *online* di Indonesia. Pada tahun 2015 shopee pertama kali ada di

Indonesia dan menjadi situs penjualan *online* yang paling diminati oleh masyarakat, namun saat pertama kali *marketplace* Shopee masuk di Indonesia, *marketplace* ini kalah saing dengan *marketplace* yang sudah berkembang terlebih dahulu seperti Tokopedia dan Lazada. Tetapi pada tahun-tahun terakhir jumlah download aplikasi dan terpopuler yang memegang rating tertinggi adalah *marketplace* Shopee. Sulistiyawati & Widayani, (2020)

Shopee juga memfasilitasi banyak pilihan aplikasi terpisah dan sangat mudah di pahami oleh semua orang sehingga memudahkan konsumen dalam membeli serta dilengkapi fitur jasa pengiriman yang sangat aman dan pembayarannya pun sudah terjamin, alasan pelaku usaha menggunakan aplikasi shopee karena dalam mempromosikan produk nya lebih mudah dan terdapat aplikasi terpisah untuk menunjang pelaku usaha, tidak hanya untuk pelaku usaha pada aplikasi shopee tetapi pelaku usaha profesional di banding *e-commerce* yang lain. Aplikasi terpisah inilah yang kemudian sangat berpengaruh besar terhadap pelanggan seperti aplikasi mitra shopee, *shopeefood driver*, *shopeepay*, dan *shopee partner* berfungsi sebagai penunjang untuk pelaku usaha serta mendapatkan daya tarik untuk konsumen yang melihat terpicat dan ingin membelinya karna minim adanya eror pada aplikasi shopee tersendiri. Widodo & Prasetyani (2022)

2.5.2 QRIS Pada Aplikasi Shopee Partner

Menurut Website aplikasi shopee *partner* adalah *platform* yang dapat memudahkan *merchand* shopeepay & *merchand* mitra Shopee untuk mengelola bisnis dengan lebih praktis, fitur shopee *partner* dapat diakses melalui situs

shopee *partner* portal dan aplikasi shopee *partner* mulai menerapkan QRIS untuk mendukung visi Bank Indoensia dalam menciptakan *cashless society* yang *inklusif*, *transaksi* menjadi lebih gampang, aman, dan cepat. Pada aplikasi shopee *partner* para UMKM mendapatkan ringkasan & laporan performa bisnis, mengatur menu pada *merchand*, hingga mengelola akun agar lebih aman.

2.5.3 Fitur - Fitur Unggulan Aplikasi Shopee *Partner*

Menurut website shopee aplikasi Shopee *Partner* memiliki fitur – fitur unggulan seperti berikut:

1. Ringkasan transaksi: untuk memantau transaksi di masing-masing UMKM secara langsung (*real time*).
2. Laporan transaksi: untuk mengakses dan download laporan transaksi pada periode kapan pun.
3. Rincian transaksi shopeefood: untuk mendapatkan detail transaksi pesanan pada outlet shopeefood.
4. Rincian transaksi shopeepay: untuk mendapatkan detail transaksi shopeepay.
5. Pengembalian dana shopeepay: untuk UMKM shopeepay dapat melakukan pengembalian dana transaksi yang nominalnya tidak sesuai, berlaku untuk pembayaran transaksi dengan status berhasil atau sudah terjadi.
6. Ringkasan payout: untuk melacak aktivitas keuangan yang masuk dan keluar pada bisnis pengguna shopee *partner*.
7. Laporan payout *merchand* shopeefood: untuk melihat detail info dan download laporan pembayaran dari transaksi pada outlet shopeefood.

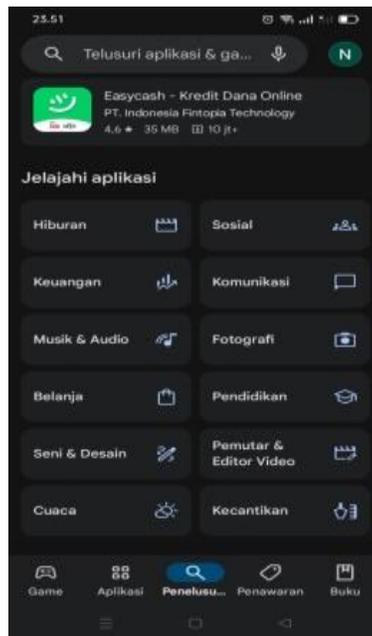
8. Laporan payout *merchand* shopeepay: untuk melihat detail info dan download laporan pembayaran dari transaksi shopeepay.
9. Atur menu makanan shopee: untuk mengubah meng-*update*, dan mengatur menu atau paket yang disukai konsumen.
10. Pengaturan akun: untuk mengubah informasi akun seperti username dan password dengan lebih mudah.
11. Pengaturan shopee food: untuk UMKM shopeefood, dapat mengatur jam operasional sehari-hari dan jam khusus untuk hari libur dan melihat pengaturan pesanan untuk tiap outlet shopeefood.
12. Pengaturan shopeepay: untuk mengatur pin untuk tiap outlet agar UMKM lebih terjaga keamanannya.
13. Laporan Saya: untuk mengakses semua laporan keuangan serta transaksi pada UMKM yang telah *didownload*.
14. Notifikasi: untuk mendapatkan info terbaru seperti pesanan masuk, pembatalan pesanan. pembayaran masuk, persetujuan ubah menu dan lainnya untuk membantu operasional UMKM sehari-hari.

Bagian-bagian inilah yang menjadi keunggulan pada aplikasi Shopee *Partner* dan menjadi nilai tambah serta daya tarik UMKM untuk menggunakan satu aplikasi bisa digunakan berbagai kegunaan seperti rincian transaksi, laporan payout, dan lain-lain.

2.5.4 Cara mendownload Shopee *Partner*

Menurut pada website shopee cara mendownload Shopee *Partner* sebagai berikut:

1. Buka google *playstore* atau *app store* diperangkat anda.



Gambar 2.1 Google Playstore

2. Cari aplikasi “Shopee *Partner*” dikotak pencarian.



Gambar 2. 2 Cari Aplikasi “Shopee *Partner*” pada kotak pencarian

3. Tekan tombol "*Install*" (untuk Android) atau "*Get*" (untuk iOS) untuk mulai mengunduh dan menginstal aplikasi.



Gambar 2. 3 *Install* Shopee *Partner*

4. Setelah aplikasi terpasang, buka aplikasi *Shopee Partner* dari layar utama atau dari menu aplikasi di perangkatmu.



Gambar 2. 4 Hasil *Install* Aplikasi *Shopee Partner*

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Siti Aisyah 1, Nia Andriani	Implementasi Teknologi	kualitatif	Dari hasil penelitian yang
2,	Niken	<i>Financial</i>		peneliti
3,	Rahmadyah 3, Deby	Dalam Qris Sebagai Sistem		lakukan dalam rangka
	Novriansyah	Pembayaran		sosialisasi
4,	Amelia	<i>Digital</i> Pada		pengimplement
5,	Elsa Putri	Sektor Umkm		asian
6	Mayori	Di Kota Binjai		penggunaan QRIS
				dibeberapa

				UMKM yang ada dikota binjai. hasil penelitian membuktikan bahwa 20% dari para pelaku UMKM sudah menggunakan sistem pembayaran menggunakan QRIS, namun 80% pedagang UMKM belum mengetahui apa itu QRIS.
2.	Josef Evan Sihaloho (1), Atifah Ramadani (2), Suci Rahmayanti (3) (2020)	Implementasi Sistem Pembayaran <i>Quick Response</i> Indonesia <i>Standard</i> Bagi Perkembangan UMKM di Medan	Kualitatif	Hasil Penelitian Para pedagang UMKM tersebut memilih pembayaran non tunai menggunakan aplikasi e –

				<p><i>wallet</i> di tokonya dengan menyediakan QR <i>Code</i>. Alasan utamanya karena banyak pelanggan menggunakan aplikasi e-wallet di smartponenya</p>
3.	Rika Permatasari1, F. Yudhi Priyo Amboro2, Nurlaily3 (2022)	Efektivitas Penerapan Transaksi QRIS Era Covid-19 di Pasar Tradisional Kota Batam Menurut Perspektif Hukum Progresif	Metode analisis sosiologis-empiris dengan teknik penumpulan data berupa observasi dan wawancara	Hasil penelitian menunjukkan pembayaran iuran bulanan masyarakat seperti uang kebersihan, keamanan ataupun infak dengan menggunakan sistem QRIS.
4.	I Kadek Dwi Perdana1, Ni Kadek	Penerapan Transaksi <i>Payment</i>	Metode analisis deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan Penerapan

Sinarwati2 (2022)	<i>Gateway</i> Berbasis QRIS Pada UMKM (<i>Study Empiris</i> Pada Pedangang di Pantai Penimbangan)	Kualitatif dengan teknik penumpula n data berupa observasi dan wawancara.	Transaksi <i>Payment</i> <i>Getway</i> berbasis QRIS pada pedagang di pantai penimbangan.
5. Katherine Amelia Dyah Sekarsari1, Cicilia Dyah Sulistyaningr um Indrawati2, Anton Subarno3 (2021)	Optimalisasi Penerapan <i>Quick Response</i> <i>Code</i> Indonesia <i>Standard (Qris)</i> Pada <i>Merchand</i> Di Wilayah Surakarta	Metode analisis deskriptif Kualitatif dengan teknik penumpula n data berupa observasi, wawancara dan studi dokumenta si	Hasil penelitian menunjukkan peneliti mengkaji untuk mengoptimalka n penggunaan QRIS, pada para <i>merchand</i> di Surakarta.

Sumber : Berbagai jurnal penelitian, 2024.