

BAB II LANDASAN TEORI

A. *Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS)*

1. Pengertian *Quick Response Code Indonesian Standart*

Kode QR Indonesia atau QRIS kini resmi didukung oleh Bank Indonesia. Setiap Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) Berbasis QR wajib memenuhi persyaratan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No. 21/18/2019 tentang Penerapan Standar Internasional QRIS untuk Pembayaran dengan Menggunakan QRIS yang diatur oleh Bank Indonesia. Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia dan Bank Indonesia bersama-sama menciptakan satu-satunya standar pembayaran QR Code untuk sistem pembayaran di Indonesia, yang dikenal sebagai QRIS (ASPI).¹⁴

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah standar QR Code untuk dompet elektronik, *mobile banking*, dan aplikasi uang elektronik berbasis server.¹⁵ QR Code dapat digunakan untuk mengakomodasi berbagai jenis layanan pembayaran, tetapi untuk memastikan interoperabilitas dan efisiensi, Standar Nasional QR Code diperlukan. Dengan adopsi Standar Nasional QR Code, kode QR dapat digunakan secara konsisten oleh berbagai penyedia layanan pembayaran,

¹⁴Dyah Ayu Paramithadan Dian Kusumaningtyas, QRIS(Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2020), 54.

¹⁵H. A. Ningsih, E. M Sasmitha, B. Sari, “ Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa”, *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, Vol 4 No. 1 2021, 1–9.

sehingga mengurangi risiko fragmentasi industri sistem pembayaran dan memudahkan penggunaan pembayaran nontunai nasional. Standar Nasional QR Code mencakup aturan dan protokol yang ditetapkan oleh otoritas regulasi dan industri, yang menetapkan standar format, struktur data, dan teknologi yang digunakan dalam pembuatan kode QR. Ini memungkinkan QR Code yang sama dapat digunakan oleh berbagai penyedia layanan pembayaran, serta memudahkan penggunaan pembayaran nontunai di seluruh wilayah dengan teknologi yang sama.¹⁶

Bank Indonesia sendiri mengusung tema semangat “UNGGUL” dari adanya QRIS, yaitu:¹⁷

a. Universal

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) merupakan sistem pembayaran elektronik yang bersifat inklusif dan dapat digunakan untuk seluruh lapisan masyarakat, baik di domestik maupun luar negeri.

b. Gampang

masyarakat kini dapat bertransaksi dengan mudah dan aman cukup dengan menggunakan smartphone atau ponsel mereka. Dengan adanya teknologi digital dan kemajuan smartphone, masyarakat kini dapat mengakses berbagai aplikasi pembayaran dan melakukan transaksi pembayaran elektronik dengan mudah, cepat, dan aman.

¹⁶Rina Mayanti, “Faktor-faktor yang Memengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerimaan Quick Response Indonesia Standard sebagai teknologi Pembayaran pada Dompot Digital”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, Vol.25, No. 02 (Agustus, 2020), 125

¹⁷Diakses dari <https://www.bi.go.id> pada tanggal 10 Februari 2023 pukul 20.00 WIB.

c. Untung

QRIS memberikan keuntungan bagi pembeli dan penjual karena transaksi dapat berlangsung lebih efisien melalui satu kode QR yang dapat digunakan untuk semua aplikasi pembayaran pada ponsel.

d. Langsung

Kode QR pada QRIS memiliki informasi yang cukup lengkap, sehingga transaksi pembayaran dapat diproses seketika setelah pembeli melakukan pembayaran menggunakan aplikasi pembayaran pada ponsel mereka.

tujuan utama dari adanya QRIS adalah untuk mempermudah transaksi pembayaran digital bagi masyarakat dan memungkinkan pengawasan oleh regulator dari satu pintu. QRIS diciptakan sebagai upaya untuk menciptakan "satu sistem untuk semua model pembayaran" yang dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Maka QRIS bisa digunakan di semua merchant yang kerja sama dengan PJSP seperti OVO, LinkAja, Gopay, DANA, Bukalapak, dan lainnya.¹⁸

Perkembangan QRIS di Indonesia makin meningkat dan semakin banyak merchant yang telah bergabung menggunakan QRIS. Bank Indonesia selaku yang mengeluarkan dan mengembangkan QRIS berkomitmen untuk terus memperluas penggunaan QRIS, salah satunya memfasilitasi penggunaan QRIS dipasar maupun pusat perbelanjaan lainnya. Untuk mewujudkan komitmen tersebut Bank Indonesia dan Kementerian

¹⁸Ana Srikaningsih, QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0(Yogyakarta: Andi, 2020), 5.

Perdagangan Indonesia bekerja sama dalam program pasar dan pusat perbelanjaan SIAP (Sehat, Inovatif, dan Aman Pakai) dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan, inovasi, dan keamanan dalam lingkungan pasar dan pusat perbelanjaan di Indonesia. Peningkatan kegiatan transaksi dipasar dan pusat perbelanjaan akan mendatangkan manfaat seperti pemulihan ekonomi nasional.¹⁹

2. Kelebihan dan Kekurangan *Quick Response Code Indonesian Standart*

kelebihan QRIS yang berdampak positif, diantaranya:²⁰

a. Pembayaran non-tunai lebih efisien

Uang elektronik dapat menjadi salah satu solusi yang efektif untuk meningkatkan penggunaan pembayaran non-tunai di masyarakat. Meningkatkan penggunaan uang elektronik merupakan salah satu cara untuk mendukung Gerakan Nontunai yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia. Gerakan Nontunai bertujuan untuk mengurangi penggunaan uang tunai dalam transaksi sehari-hari dan menggantinya dengan pembayaran elektronik yang lebih aman dan efisien.

b. Antisipasi tindak kriminal

penggunaan uang elektronik dapat membantu meminimalkan risiko terjadinya tindakan kejahatan seperti pencurian dan perampokan. Dengan membawa uang tunai secara berlebihan, kita memperbesar kemungkinan menjadi target para pelaku kejahatan. Selain itu,

¹⁹Diakses dari <https://www.bi.go.id> pada tanggal 10 Februari 2023 pukul 20.00 WIB.

²⁰Ana Srikaningsih, QRIS dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0(Yogyakarta: Andi, 2020), 5.

penggunaan uang elektronik juga dapat membantu mengurangi risiko terkena scamming atau penipuan online.

c. Persaingan bisnis meningkat

penggunaan uang elektronik telah menjadi tren global dan semakin populer di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan uang elektronik, maka bisnis di Indonesia juga mengikuti perkembangan tersebut dengan menyediakan berbagai macam metode pembayaran elektronik bagi para pelanggan.

d. Semua kalangan dapat menggunakan QRIS

Kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi menjadi hal yang sangat penting bagi masyarakat. Dengan menjamurnya kemudahan IPTEK atau teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat semakin terbuka untuk mencoba hal-hal baru dan mengikuti perkembangan jaman ini. QRIS sendiri telah diterapkan oleh banyak pelaku usaha dan perusahaan di Indonesia sebagai alternatif metode pembayaran non-tunai yang praktis, cepat, dan aman.

meskipun QRIS memiliki banyak manfaat, masih ada beberapa kelemahan dalam penggunaannya di Indonesia. Salah satu kelemahan tersebut adalah kurangnya aksesibilitas terhadap teknologi informasi dan komunikasi (TIK) di beberapa wilayah, terutama di daerah yang masih kurang berkembang. Di Indonesia, masih banyak jaringan internet yang tidak stabil. Bahkan di beberapa tempat, generasi milenial menjadi satu-satunya generasi yang rutin menggunakan

ponsel. Tentunya tidak semua orang menggunakannya secara setara, terutama para lansia dan mereka yang berpenghasilan terbatas yang mungkin belum sepenuhnya memahami cara menggunakan teknologi.²¹

3. *Quick Response Code Indonesian Standart* dalam Perspektif Islam

Seiring berjalannya waktu, metode pembayaran dengan uang telah berkembang menjadi sesuatu yang lebih praktis yang tidak berbentuk fisik, melainkan berbentuk kode digital yang disimpan di server, kartu chip, atau smartphone seseorang. Ini disebut sebagai uang elektronik (e-money) atau mata uang digital (digital currency).

Dompot digital adalah hal baru dalam sistem pembayaran. Dalam pandangan Islam, khususnya dalam bidang muamalah memegang prinsip “pada dasarnya dalam hal muamalah semuanya itu diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya”, sehingga Islam memandang suatu perubahan sebagai sunatullah.²² Islam juga tidak mengutuk pencatutan dari layanan uang elektronik, karena yang dilarang adalah mencoba membeli uang dengan uang, tetapi dengan uang elektronik ini, pengguna membeli layanan "transaksi sederhana" penerbit. jasa memperoleh keuntungan dari jasa yang mereka jual, sedangkan konsumen memperoleh keuntungan dari kemudahan penyedia jasa.²³

²¹Dyah Ayu Paramithadan Dian Kusumaningtyas, QRIS(Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2020), 37

²² Ulin Nuha, Moh Nurul Qomar, dan Rafika Anissa Maulana. “Perlukah E-wallet Berbasis Syariah?”, *Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 4, No. 1 (2020), 64.

²³ Muhammad Ridwan Firdaus, “E-Money Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”, *Tahkim*, Vol. 14, No. 1, Juni 2018, 152-153.

Uang elektronik hukumnya boleh, didasarkan kepada dalil Al-Quran surah

An-Nisa: 29.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa': 29)

Berdasarkan ayat Al-Quran sebelumnya, orang boleh melakukan muamalah dalam bidang ekonomi asalkan dilakukan dengan benar dan tidak melanggar syara, namun perdagangan adalah batil jika mengandung unsur MAGRIB, yang merupakan singkatan dari maisir, gharar, riba, dan batil. Di sisi lain, berdasarkan kesenangan bersama, kejujuran bersama, persetujuan bersama, dan melakukannya dengan sukarela, bukan karena paksaan.²⁴

Hukum dompet digital adalah diperbolehkan dan legal karena adanya dompet digital yang memudahkan transaksi ketika masyarakat tidak membawa uang tunai. Namun, tetap memperhatikan syariat Islam saat menggunakannya. Soal halal dan haram dompet digital, sebenarnya kembali lagi ke pengguna dompet digital. Secara umum, pihak online

²⁴ Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'an*, (Medan : Citapustaka Media Perintis, 2012), 252.

memberikan informasi khusus konsumen tentang persyaratan penggunaan, yang harus disetujui.²⁵

B. Pembayaran Digital

1. Pengertian Pembayaran Digital

digital payment atau pembayaran digital sudah menjadi hal yang sangat umum dan populer di era modern ini. Pembayaran digital dilakukan dengan menggunakan alat pembayaran elektronik seperti kartu kredit, e-wallet, QR code, atau mobile banking. Dalam pembayaran digital, uang atau nilai pembayaran disimpan dalam bentuk informasi digital dan diproses secara elektronik melalui jaringan internet atau teknologi nirkabel lainnya. Proses pembayaran dilakukan dengan memindahkan informasi digital dari pembeli ke penjual atau penerima pembayaran..²⁶

Perusahaan fintech digital payment adalah perusahaan yang menyediakan layanan pembayaran digital yang lebih praktis, cepat, dan murah dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional. Perusahaan fintech digital payment umumnya menyediakan layanan dalam bentuk dompet virtual atau e-wallet yang dapat diakses melalui aplikasi mobile atau website.²⁷

²⁵ Ulin Nuha, Moh Nurul Qomar, dan Rafika Anissa Maulana. "Perlukah E-wallet Berbasis Syariah?", *Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 4, No. 1 (2020), 64.

²⁶ Dian Dinata Houston, "Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial", *Jurnal Medium*, vol 7 No. 2, 2019, 58

²⁷ Yoyo Sudaryo, Nunung Ayu Sofiati (Eli), Mohamad Arfiman Yosep, dan Budi Nurdiansyah. *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* (Yogyakarta: Andi, 2020), 100.

2. Kegunaan Pembayaran Digital

Berikut adalah kegunaan dari pembayaran digital:²⁸

a. Meningkatkan keamanan pembayaran

keamanan menjadi salah satu keunggulan dari penggunaan pembayaran digital atau e-payment. Sistem pembayaran digital menggunakan teknologi keamanan yang canggih, seperti enkripsi data, otentikasi dua faktor, dan sertifikat keamanan digital untuk memastikan transaksi yang dilakukan aman dan terlindungi dari serangan peretas.

b. Memberikan keamanan bertransaksi dibandingkan dengan tunai

pembayaran digital juga memungkinkan adanya proses otomatisasi yang lebih efisien dan akurat dalam pencatatan transaksi keuangan. Dengan demikian, pengguna dapat memantau secara real-time aliran kas mereka, termasuk pengeluaran dan pemasukan, sehingga dapat mempermudah pengelolaan keuangan. Selain itu, pembayaran digital juga memudahkan pembayaran tagihan secara rutin seperti tagihan listrik, telepon, internet, dan lainnya, sehingga mengurangi risiko terlambat bayar atau lupa membayar.

3. Risiko Pembayaran Digital

Bahaya yang terjadi tidak tercakup oleh penggunaan pembayaran digital. Berikut ini adalah beberapa bahaya yang terkait dengan penerapan pembayaran digital:²⁹

a. Terdapat kemungkinan terjadi kegagalan transaksi pada pembayaran digital meskipun dana telah terpotong. Kegagalan transaksi bisa terjadi karena berbagai faktor, seperti koneksi internet yang buruk atau terputus, sistem error pada aplikasi atau platform digital payment yang digunakan.

²⁸Arif Hoetoro dan Dias Sastra. *Smart Economy: Kewirausahaan UMKM 4.0* (Malang: UB Press, 2020), 79.

²⁹Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantara, dkk., *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 9.

- b. Keamanan data konsumen merupakan salah satu masalah yang seringkali dihadapi dalam penggunaan pembayaran digital. Penggunaan jaringan Wi-Fi pada tempat umum yang tidak aman dapat memungkinkan terjadinya pencurian data konsumen oleh para cybercriminal.

C. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kata Romawi "satis" (yang berarti "cukup baik, cukup") dan "facio" adalah asal mula kepuasan (melakukan atau membuat). Sederhananya, kepuasan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk menyelesaikan atau menyelesaikan sesuatu secara memadai. Padahal, jika dilihat dalam konteks perilaku konsumen, frasa "kepuasan pelanggan" memiliki makna yang lebih bernuansa.³⁰

Philip Kotler mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai tingkat perasaan atau evaluasi yang didapatkan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diterima dari suatu produk atau layanan dengan harapan atau ekspektasi yang dimilikinya sebelumnya.³¹ Dalam pandangan F. Gerson, kepuasan konsumen tergantung pada sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi konsumen.³²

Oliver berpendapat bahwa mengevaluasi kejutan yang terkait dengan pengalaman membeli dan/atau menggunakan suatu produk merupakan evaluasi kesenangan konsumen.³³ Sedangkan menurut Irawan, kepuasan

³⁰Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Cet. Ketiga (Jawa Timur: Banyumedia Publishing, 2007), 349.

³¹Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Terj. Teguh hendra (Jakarta: Prenhalindo, 2002), 246

³²Richard F. Gerson, Tingkat Kepuasan Pelanggan, Terj. Widyaningrum (Jakarta: PPM, 2002), 3.

³³Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa (Yogyakarta: Andi, 2014), 353.

konsumen adalah hasil dari evaluasi konsumen atau pelanggan terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau pelayanan jasa yang ditawarkan. Evaluasi tersebut mencakup perbandingan antara kualitas produk atau pelayanan yang diberikan dengan harapan yang dimiliki konsumen sebelumnya. Jika kualitas produk atau pelayanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka kemungkinan besar konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika kualitas produk atau pelayanan di bawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas dan mungkin akan mencari alternatif lain.³⁴

Pendapat para ahli membawa kita pada kesimpulan bahwa mengukur kebahagiaan konsumen melibatkan kontras kondisi aktual dengan yang diantisipasi untuk setiap pelanggan individu. Konsumen akan puas jika penawaran perusahaan memenuhi harapan mereka terhadap produk atau jasa. Sebaliknya, konsumen akan mengalami kekecewaan jika penawaran perusahaan tidak sesuai dengan harapan mereka.

2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Pelanggan puas jika harapannya terpenuhi, atau sangat puas jika harapannya terlampaui, menurut Lupiyoadi dalam bukunya. Berikut terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:³⁵

a. Kualitas Produk

Apabila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi, konsumen akan senang. Jika suatu produk

³⁴Basu Swasta Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 119.

³⁵Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 158.

dapat memuaskan permintaan seseorang, maka dianggap memenuhi syarat untuk orang tersebut. Performa, daya tahan, fitur, konsistensi, dan desain adalah minimal 5 komponen kualitas produk yang merupakan dimensi global.

b. Sistem pelayanan yang baik

kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Selain itu, faktor manusia seperti perilaku dan sikap pihak pemberi layanan juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Teknologi dan sistem yang digunakan juga harus dapat memfasilitasi pemberian layanan dengan mudah dan cepat.

c. Emosional

kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial seperti self-esteem dan image atau citra merek. Konsumen seringkali memilih produk atau merek tertentu untuk meningkatkan citra diri mereka atau untuk memenuhi kebutuhan psikologis seperti rasa percaya diri atau status sosial.

d. Harga

harga yang lebih rendah untuk produk yang memiliki kualitas yang sama dapat memberikan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen.

e. Biaya

Konsumen cenderung lebih puas dengan produk atau jasa yang mudah diakses dan tidak membutuhkan biaya tambahan yang besar untuk memperolehnya.

3. Tipe-tipe Kepuasan Konsumen

Arnould, Price & Zinkhan menyatakan bahwa tipe-tipe kepuasan konsumen terdiri dari beberapa komponen:³⁶

a. Strategi Ofensif

- 1) Perusahaan dapat menarik kelompok penarik non-pemakai. Selain itu, perusahaan dapat merebut pelanggan pesaing, yaitu pelanggan yang sebelumnya menggunakan produk atau jasa dari pesaing. Dan perusahaan juga dapat menarik kembali mantan pelanggan yang pernah menggunakan produk atau jasa.
- 2) Memperluas pasar yang dilayani adalah strategi untuk meningkatkan pangsa pasar perusahaan dengan cara menambah produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada ke dalam segmen pasar yang lebih luas, atau memperluas jaringan distribusi sehingga produk perusahaan bisa lebih mudah dijangkau oleh konsumen.
- 3) Perusahaan mencoba untuk menemukan pasar baru untuk produk yang sudah ada dan menunjukkan manfaat baru dari produk tersebut kepada pasar yang belum terjangkau.

b. Strategi Defensif

- 1) meningkatkan tingkat pembelian atau pemakaian adalah salah satu strategi pemasaran yang bisa dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Beberapa cara untuk meningkatkan tingkat pembelian atau pemakaian adalah dengan memberikan diskon untuk pembelian

³⁶Price Arnould & Zinkhan, Consumers (New York: McGraw-Hill, 2002).

dalam jumlah besar, memberikan bonus atau hadiah untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

- 2) merebut pelanggan baru lebih mahal dibandingkan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang sudah ada.
- 3) mengembangkan program promosi atau diskon khusus bagi pelanggan setia yang ingin mencoba manfaat baru dari produk tersebut. Selain itu, perusahaan juga dapat melakukan kampanye iklan dan promosi yang berfokus pada manfaat baru dari produk yang ditujukan kepada pelanggan yang sudah ada.

4. Indikator Kepuasan Konsumen

gerakan atau kampanye konsumen dapat didorong oleh gagasan bahwa konsumen yang puas cenderung lebih loyal dan berpotensi menyebarkan pengalaman positif mereka dengan produk atau layanan tertentu kepada orang lain.³⁷ Menurut Kotler berikut adalah indikator dari kepuasan konsumen:

- a. Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal
- b. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk yang ada
- c. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan
- d. Kurang memperhatikan produk, iklan
- e. Pesaing, kurang sensitif pada harga

³⁷Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 12

- f. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan
- g. Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin.