

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Efektivitas

Kata efektivitas memiliki asal kata dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang memiliki makna berhasil.<sup>23</sup> Efektivitas didefinisikan sebagai efisiensi yang membawa hasil dan mendukung agar tujuan tercapai. Sedangkan pengertian lain mengenai efektivitas yaitu pengukuran secara terfokus terhadap tujuan yang sebelumnya sudah ditetapkan.<sup>24</sup> Untuk dapat memahami efektivitas secara mendalam, berikut ini pengertian efektivitas yang dikemukakan oleh para ahli:

- a. Berdasarkan pendapat Robbins, efektivitas dapat diartikan sebagai tingkat pencapaian tujuan (jangka pendek) maupun metode yang digunakan (jangka panjang) dalam sebuah organisasi. Keputusan tersebut mencerminkan konstituen strategis, keinginan untuk keluar, dan keadaan organisasi.
- b. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Sigain<sup>25</sup>, efektivitas merupakan sesuatu yang berkaitan dengan pengerjaan sebuah kegiatan dengan penuntasan kegiatan secara tepat sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan. Dalam hal ini artinya baik atau tidaknya penyelesaian tugas, terutama mengenai bagaimana mekanisme pelaksanaan tersebut, serta seberapa besar biaya yang harus digunakan untuk hal tersebut. Terdapat parameter mengenai efektivitas, diantaranya sebagai berikut:<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Moh. Prabu Tika. *Budaya Organisasi Dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2005). h. 129

<sup>24</sup> Ade Gunawan. "Analisis Consumer Decision Model Untuk Pengukuran Efektivitas Periklanan". *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 3

<sup>25</sup> Gary Jonathan Mingkid. Efektivitas Dana dalam Peningkatan Pembangunan. *Jurnal Ilmu Pemerintahab*. Vol.2 No.2 Tahun 2017

1) Ketepatan Waktu

Ketika keadaan yang tepat berada di tempat, menjadi lebih mudah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2) Ketepatan Biaya

Mengenai keuntungannya, dibutuhkan perkiraan biaya yang akurat untuk memastikan kegiatan tersebut dapat didanai tanpa kehabisan uang.

3) Ketepatan Berpikir

Kerjasama dan hasil terbaik dapat dicapai ketika bekerja sama untuk mengelola suatu kegiatan.

4) Ketepatan Sasaran

Pilihlah tujuan yang tepat agar manfaat yang tepat dapat datang dari kegiatan tersebut.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean dalam penelitian yang berjudul *the reformulated D&M is success model* telah menguraikan beberapa penilaian yang menjadi tolak ukur berhasilnya sistem informasi <sup>27</sup>, diantaranya sebagai berikut:

1) Kualitas sistem (*system quality*)

Sejauh mana perangkat lunak, perangkat keras, dan prosedur kebijakan sistem informasi bisa memenuhi kebutuhan informasi pengguna dapat diartikan sebagai kualitas sistem. Kualitas sistem adalah karakteristik informasi yang melekat pada sistem. Ada berbagai cara untuk mengevaluasi kualitas sistem, seperti kegunaannya, kemahirannya, kemampuan beradaptasinya, keunggulan informasinya, portabilitasnya, integrasinya, dan kepentingannya.

---

<sup>27</sup> William H. DeLone dan Ephraim R McLean. "Keberhasilan Sistem Informasi: Pencarian Variabel", terj. *Journal of Management Information Systems*, (Maret 1992), 60-95

2) Kualitas Informasi (*information quality*)

Sejauh mana informasi secara konsisten memenuhi kriteria dan harapan semua orang yang membutuhkannya dikenal sebagai kualitas informan. Kualitas informasi dapat dinilai dari keakuratan, kelengkapan, relevansi, keteraturan, dan ketepatannya pada waktu yang tepat.

3) Kualitas Pelayanan (*service quality*)

Beberapa indikator, seperti minat pengguna, perangkat keras atau perangkat lunak terkini, kemahiran, dan kecepatan layanan kepada pengguna, dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan.

4) Pengguna (*user*)

Penilaian pengguna sistem dapat dilakukan berdasarkan pola penggunaan, ketergantungan, seringnya penggunaan, durasi penggunaan, banyaknya diakses, dan sebagainya.

5) Kepuasan Pengguna (*user satisfaction*)

isi (*content*), ketetapan (*accuracy*), format (*format*), kemudahan pada saat digunakan (*easy to use*), dan informasi yang diberikan aktual (*timeliness*) merupakan lima komponen yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna.

6) Keuntungan Bersih (*net benefit*)

Chin dan Todd mengatakan bahwa ada beberapa hal yang diinginkan pengguna dalam sistem informasi yang termasuk dalam manfaat diantaranya: membuat pekerjaan lebih mudah (*make a job easy*), berguna (*useful*), produktif (meningkatkan produktivitas), efektif (meningkatkan efektivitas), dan meningkatkan kinerja perusahaan).

Teori The Reformulated D&M is Succes Model yang diuraikan oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean digunakan dalam rencana penelitian ini sebagai pengukuran efektivitas untuk mengukur berhasilnya suatu sistem informasi berdasarkan kualitas sistem, kualitas informasi,

kualitas pelayanan, pengguna, kepuasan pengguna, dan keuntungan bersih.

## **B. Sistem Pembayaran**

### **a. Pengertian Sistem Pembayaran**

Sistem pembayaran adalah suatu sistem di mana aturan, lembaga, dan mekanisme digunakan untuk mentransfer uang untuk memenuhi kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran memunculkan konsep "uang" sebagai alat tukar atau perantara barang, jasa, dan transaksi keuangan. Tahapan otorisasi, kliring, dan penyelesaian dari proses sistem pembayaran pada dasarnya sama.<sup>28</sup>

Sistem pembayaran digambarkan dengan istilah “sistem” dan “pembayaran” menurut terminologi. Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan istilah “sistem” sebagai sekelompok bagian yang bekerja sama untuk melakukan suatu tujuan tertentu. Sistem juga dapat didefinisikan dengan metode tertata untuk melaksanakan suatu tugas.

Adapun istilah “pembayaran” mengacu pada berpindahnya nilai tertentu yang disepakati dua belah pihak. Sederhananya kedua pihak tersebut merupakan penjual dan pembeli yang bertransaksi. Sehingga di saat yang sama barang atau jasa mengalami perpindahan. Berdasarkan definisi tersebut, maka akan ada keterlibatan tata cara pembayaran dalam setiap kegiatan ekonomi yang menyangkut pergerakan barang atau jasa.<sup>29</sup>

Sistem pembayaran dapat diartikan sebagai metode yang memungkinkan pembayaran dan pemindahan dana antar bank serta antar penjual dan pembeli. Sistem pembayaran berperan penting dalam perekonomian dan infrastruktur keuangan. Dalam hal ini, sistem pembayaran dapat dikatakan sebagai infrastruktur utama untuk

---

<sup>28</sup> Bank Indonesia. “Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah”, <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx> (diakses pada 12 Agustus 2022)

<sup>29</sup> Aulia Pohan, Sistem Pembayaran (Jakarta: Rajawali Pres, 2011), 70.

perdagangan dan fondasi perekonomian. Sistem pembayaran menyediakan sarana penyelesaian perdagangan dengan memperhatikan nilai tukar melalui beragam inovasi pembayaran.<sup>30</sup>

Namun di satu sisi, sistem pembayaran juga dapat berperan sebagai saluran dalam aliran krisis keuangan dari sistem keuangan atau ekonomi satu negara ke negara lain, yang dapat memberikan tekanan dan mengekspos partisipannya pada risiko tertentu. Maka, infrastruktur keuangan dalam sebuah negara membutuhkan adanya sistem pembayaran yang efektif, aman, dan andal. Untuk mencapai keamanan, perlindungan konsumen, dan stabilitas pada pelaksanaan sistem pembayaran, moneter, dan kegiatan perbankan dibutuhkan tanggung jawab bersama untuk sistem pembayaran antara peserta dan otoritas.<sup>31</sup>

Meskipun sistem pembayaran tampaknya merupakan cara yang mudah untuk mengirim uang dari satu pihak ke pihak lain, sistem pembayaran sebenarnya adalah proses yang rumit untuk memastikan agar dana yang dikirimkan aman, cepat, dan efektif. Menetapkan metode transaksi yang aman, andal, dan efisien, serta memperluas dalam akses dan menjamin keamanan, diperlukan seperangkat komponen yang saling berhubungan secara komprehensif. Hal ini akan memungkinkan transfer dana dilakukan dengan biaya rendah dengan risiko moderat dan memfasilitasi transaksi ekonomi yang baik kepada penggunanya.<sup>32</sup>

#### b. Evolusi Sistem Pembayaran

Perkembangan uang dan perannya dalam menyelesaikan transaksi yang melibatkan berbagai sistem pembayaran tidak dapat dipisahkan dari kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu atau lembaga dalam masyarakat. Seiring dengan majunya peradaban dan teknologi

---

30 Solikin M. Juhro, *Pengantar Kebanksentralan Teori dan Kebijakan* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2020), 223.

<sup>31</sup> Ibid., 224

<sup>32</sup> Ibid., 225

informasi, demikian pula sistem dan lembaga pembayaran yang digunakan.<sup>33</sup>

Sistem pembayaran terus berubah seiring dengan evolusi uang yang didorong oleh tiga faktor, diantaranya adalah kebiasaan masyarakat, kebijakan otoritas, model bisnis dan inovasi teknologi. Sistem barter atau pertukaran barang merupakan awal metode pembayaran. Namun, terdapat permasalahan pada saat satu pihak tidak benar-benar membutuhkan barang yang dipertukarkan atau pada saat satu pihak yang ingin bertukar tidak setuju pada nilai pertukaran.<sup>34</sup>

### C. Pembayaran Digital

#### a. Pengertian Pembayaran Digital

Definisi pembayaran adalah perpindahan dana dari pihak yang membayar kepada pihak yang menerima. Pembayaran digital merupakan pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan teknologi. Informasi digital digunakan untuk menyimpan, memproses, dan menerima uang dalam pembayaran digital. Dalam hal ini, alat pembayaran elektronik berfungsi sebagai sarana transfer sejumlah dana. Uang tunai, cek, atau kartu kredit adalah pilihan pembayaran yang tersedia di bawah sistem konvensional. Namun, dalam proses pemrosesan pembayaran digital saat ini, perangkat lunak tertentu. Dalam kartu pembayaran digital terdapat aplikasi untuk transfer uang, infrastruktur jaringan, seperangkat aturan serta prosedur yang mengontrol bagaimana sistem digunakan.<sup>35</sup>

Sistem pembayaran digital memudahkan alat pembayaran saat membeli barang maupun jasa secara online. Penjual dan pembeli tidak memiliki interaksi jarak jauh dengan dunia luar (selain mengirim

---

<sup>33</sup> Ibid., 226

<sup>34</sup> Bank Indonesia. "Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah", <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx> (diakses pada 12 Agustus 2022).

<sup>35</sup> Jefry Tarantang, Annisa Awwaliyah, Maulidiana Astuti, dan Meidinah Munawaroh. "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia", *Jurnal Al Qardh*, Vol. 4, No. 1 (Juli 2019), 65

faktur melalui email atau konfirmasi *fax*), dimana pembeli mengirimkan data terkait pembayaran dengan media internet kepada penjual. Saat ini terdapat lebih dari seratus jenis sistem pembayaran elektronik.<sup>36</sup>

Agar prosedurnya lebih cepat, lebih murah, dan lebih instan, industri *fintech* pembayaran digital menyediakan layanan dalam bentuk pembayaran transaksi online. Industri penyedia layanan ini biasanya sebagai dompet virtual dengan berbagai elemen yang memudahkan untuk melakukan transaksi online B2B (*business-to-business*) antara konsumen dan pemilik bisnis.<sup>37</sup>

Dompet digital (disebut juga *e-wallet*) biasa digunakan oleh masyarakat umum untuk melakukan transaksi. Konsumen dapat menggunakan dompet digital untuk melakukan transaksi dengan jumlah nominal yang diinginkan. *E-wallet* biasanya digunakan untuk pembayaran digital. *Internet banking*, *mobile banking*, dan jaringan ATM adalah pilihan untuk mengisi ulang dompet digital ini. Selain itu, transaksi tunai dapat dikurangi dengan adanya teknologi ini.<sup>38</sup>

Industri *payment gateway* biasanya bekerja sama dengan berbagai pihak di Indonesia, antara lain *merchant* dan toko, industri telekomunikasi, dan bank yang menawarkan layanan transaksi online yang lebih luas. Selain itu, *QR Codes* telah dimanfaatkan dalam perkembangan *financial technology* saat ini (*fintech*) untuk pembayaran digital.

---

<sup>36</sup> Ibid., 65

<sup>37</sup> Yoyo Sudaryo, Nunung Ayu Sofiati (Eli), Mohamad Arfiman Yosep, dan Budi Nurdiansyah. *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* (Yogyakarta: Andi, 2020), 100.

<sup>38</sup> Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantara, Janner Sinarmata Ramen A. Purba, Moch Yusuf Tojiri, Amin Ama Duwila Muhammad Noor Hasan Siregar, Lora Ekana Nainggolan Elisabeth Lenny Marit, dkk. *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 8.

## b. Kegunaan Pembayaran Digital

### 1) Meningkatkan Keamanan Pembayaran

Pembayaran elektronik menggunakan standar keamanan dalam sistem. Pembayaran digital dilindungi oleh nomor pin, atau kata sandi, yang hanya diketahui oleh klien, untuk situasi ini pengusaha.

### 2) memberikan keamanan transaksi yang lebih besar daripada uang tunai

Pembayaran digital hadir guna mengubah transaksi uang fisik menjadi digital, pembayaran digital adalah pilihan layanan keuangan yang paling populer. Karena uang yang dikirim dan diterima dengan pembayaran digital secara otomatis akan ditambahkan ke saldo, tidak akan kehabisan uang tunai terutama jika pembayarannya dalam jumlah besar. Oleh karena itu, tidak perlu menyediakan banyak uang tunai karena takut kehilangannya.

## c. Resiko Pembayaran Digital

Selalu ada potensi bahaya saat menggunakan metode pembayaran digital. Berikut adalah beberapa risiko yang terkait dengan penggunaan metode pembayaran digital ini:<sup>39</sup>

- 1) Dana mungkin telah berkurang karena transaksi yang gagal. Masalah sistem dan koneksi data yang menjadi permasalahan pada metode ini.
- 2) Pencurian dan penyalahgunaan data konsumen merupakan contoh tindakan kriminal. Memanfaatkan jaringan *Wi-Fi* di tempat umum (publik) membuat pengguna berisiko dicuri informasi pribadinya dan transaksi keuangannya oleh penjahat dunia maya.

---

<sup>39</sup> Ibid., 9

## D. *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*

### a. Pengertian QRIS

*Quick Response Indonesian Standard* atau biasa disingkat dengan QRIS (dibaca KRIS) adalah penyatuan dari berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan *QR Code*. Standar penggunaan QRIS yang juga dikenal dengan *QR Code* Indonesia telah resmi diterbitkan oleh Bank Indonesia. Sesuai ketentuan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG), setiap penyelenggara Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran berbasis QR (PJSP) wajib menggunakan QRIS, tentang penerapan QRIS *International Payment Standards* Nomor 18/01/2019. Bank Indonesia bersama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) berkomitmen untuk mengembangkan QRIS sebagai salah satu standar pembayaran *QR Code* untuk sistem pembayaran yang ada di Indonesia.<sup>40</sup>

**Gambar 2. 1 Satu QR Code untuk Seluruh Pembayaran**



Sumber: Bank Indonesia<sup>41</sup>

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

<sup>40</sup> Dyah Ayu Paramithadan Dian Kusumaningtyas, QRIS (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2020), 54.

<sup>41</sup> <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx> diakses pada tanggal 22 Februari 2023 pukul 16.20 WIB

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.<sup>42</sup>

Untuk mengantisipasi kemajuan teknologi dan perluasan kanal pembayaran berbasis *QR Code*, yang keduanya berpotensi memecah belah industri sistem pembayaran dan meningkatkan nonakseptasi pembayaran tunai, diperlukan *QR Code* berstandar nasional. Satu kode dapat digunakan dengan berbagai layanan pembayaran.<sup>43</sup> Dengan satu *QR Code*, penyedia barang serta jasa (*merchant*) tidak harus menyediakan bermacam tipe *QR Code* yang diterbitkan oleh beragam penerbit.

**Gambar 2. 2 Penyatuan Berbagai Macam QR Dari Berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) Menggunakan *QR Code***



<sup>42</sup> <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/Bank-Indonesia-Terbitkan-Ketentuan-Pelaksanaan-QRIS.aspx> diakses pada tanggal 22 Februari 2023 pukul 16.34 WIB

<sup>43</sup> Rina 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.

*Mastercard, international europay, dan visa (EMV) Co.* adalah standar internasional yang diadopsi untuk mendukung peningkatan interkoneksi. QRIS disiapkan menggunakan standar ini dan dengan mempertimbangkan persyaratan unik negara untuk memudahkan instrumen, penyedia, dan negara untuk bekerja sama. Saat ini, standar ini juga sudah dipakai di India, Thailand, Singapura, Malaysia, Selatan Korea, dan negara lain.

#### b. Manfaat QRIS

Kehadiran QRIS membawa banyak keuntungan dan keuntungan bagi pengelola uang. Akan banyak kemudahan yang kita dapatkan jika kita mendaftar QRIS, yang dapat membantu bisnis kita menjadi lebih maju dan berkembang dengan cepat. Awalnya digunakan untuk pelacakan kendaraan di bagian manufaktur, kode QR, yang populer di Jepang, sekarang digunakan untuk hal yang lebih luas. Berikut terdapat beberapa manfaat QRIS bagi para pembisnis yaitu :

##### 1) Mempermudah Pemrosesan Transaksi

Semua transaksi nontunai di toko akan berjalan lebih cepat dan mudah dengan QRIS. karena yang diperlukan untuk menerima pembayaran digital dari berbagai aplikasi pembayaran adalah satu *QR Code*.

##### 2) Menyediakan Lebih Banyak Alternatif Pembayaran

Dengan QRIS ,seseorang bisa melayani pembayaran digital dari berbagai bank dan *e-wallet*, seperti *OVO, Gopay, Dana, LinkAja*, hingga *ShopeePay*.

##### 3) Mencegah Adanya Peredaran Uang Palsu

Dengan menggunakan QRIS, ini dapat mempromosikan pola *cashless society* (masyarakat tanpa uang tunai) dan mengurangi kemungkinan beredarnya uang palsu, yang dapat membahayakan.

#### 4) Meja Kasir Lebih Rapi, Modern, dan Kekinian

Meja kasir di toko atau tempat usaha dapat terlihat lebih rapi dan menarik dipandang karena hanya membutuhkan satu QR Code untuk menerima beberapa metode pembayaran. Toko dan bisnis yang menerima berbagai metode pembayaran digital juga akan tampil lebih *up-to-date* dan modern.

#### 5) Mempermudah Pendaftaran Merchant

Tidak perlu lagi mendaftarkan setiap pedagang satu per satu. Karena kita sudah bisa menerima pembayaran digital dari berbagai bank serta *e-wallet* dan hanya perlu daftar sekali untuk QRIS.

#### 6) Mempermudah Pemantauan dan Analisis Keuangan Bisnis

*Merchant* dapat mengecek riwayat transaksi di toko dan bisnis secara *real time* menggunakan QRIS. Karena semua data transaksi tercatat secara otomatis, tidak perlu mencatat setiap transaksi secara manual, memudahkan proses pemantauan hasil penjualan toko.

### c. Karakteristik QRIS

Terdapat empat karakteristik QRIS yang merupakan kepanjangan dari UNGGUL sebagai berikut:

#### 1) Universal

QRIS dapat menerima pembayaran untuk aplikasi pembayaran apa pun yang menggunakan *QR Code*, sehingga pelanggan tidak perlu memiliki jenis aplikasi pembayaran yang berbeda.

#### 2) Gampang

Pengguna : Mudah, tinggal scan dan klik, bayar.

Pedagang: Mudah; hanya ada satu QRIS untuk ditampilkan, yang dapat dipindai dengan aplikasi pembayaran QR apa pun.

#### 3) Untung Pengguna: Dapat menggunakan akun pembayaran QR apapun untuk membayar.

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

4) Langsung

Dengan QRIS, pembayaran langsung diproses. Klien dan pedagang dengan cepat mendapatkan peringatan pertukaran.

d. Kelebihan dan Kekurangan QRIS

Terdapat beberapa kelebihan QRIS yang berdampak positif, antara lain:<sup>44</sup>

1) Pembayaran nontunai lebih efisien

Peningkatan penggunaan uang elektronik merupakan salah satu dukungan atas anjuran pemerintah untuk memperluas gerakan *cashless*. Tidak harus membawa uang tunai dimanapun membutuhkannya untuk transaksi tunai, yang membutuhkan ruang dan perhitungan.

2) Antisipasi tindakan criminal

Sementara perampokan dan pencurian yang meluas di jalan juga menimbulkan ancaman khusus bagi kita yang sering membawa uang ekstra, penggunaan uang elektronik mengurangi pembentukan kejahatan. Selain itu, untuk menghindari ditipu oleh peretas.

3) Persaingan bisnis meningkat

Perkembangan dunia usaha di Indonesia diharapkan dapat mengikuti maraknya penggunaan uang elektronik yang semakin memudahkan masyarakat dalam bertransaksi.

4) Semua kalangan bisa menggunakan QRIS

Semua demografi muda dan tua, kelas atas, kelas menengah, dan kelas bawah dapat mengambil manfaat dari QRIS. Masyarakat didorong untuk mencoba belajar lebih banyak tentang

---

<sup>44</sup> Dyah Ayu Paramithadan Dian Kusumaningtyas, *QRIS* (Kediri: Universitas Nusantara PGRI, 2020), 36.

perkembangan zaman ini sebagai akibat dari menjamurnya fasilitas sains dan teknologi.

Selain kelebihan, keterbatasan penggunaan QRIS saat ini diimbangi dengan akses masyarakat yang tidak merata terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) akibat belum berkembangnya pembangunan secara komprehensif di Indonesia. Di Indonesia masih banyak jaringan internet yang tidak mendukung, hanya generasi milenial yang terus menggunakan ponsel di beberapa daerah. Pasti tidak menyeluruh, dalam penggunaannya, karena orang tua dan kategori ekonomi berpenghasilan rendah tidak sepenuhnya memahami cara menggunakan teknologi.<sup>45</sup>

e. Dari sudut pandang Islam, keberadaan QRIS sebagai perkembangan teknologi

Sistem pembayaran merupakan hal baru dalam dompet digital. Islam menganggap setiap perubahan sebagai sunatullah karena menganut prinsip bahwa “pada dasarnya dalam muamalah, semuanya boleh kecuali ada dalil yang melarangnya”, khususnya di bidang muamalah.<sup>46</sup>

Karena dompet digital memfasilitasi transaksi ketika individu tidak membawa uang tunai, hukum dompet digital diperbolehkan dan legal. Namun, dalam penggunaannya selalu memperhatikan hukum Islam. Pengguna dompet digital benar-benar menderita akibat masalah dompet digital halal dan ilegal. Sering kali, penyedia layanan memberikan informasi kepada pelanggan tentang kebutuhan layanan khusus yang perlu disetujui.<sup>47</sup>

Fatwa DSN-MUI terkait uang elektronik, diatur dalam Fatwa DSN- MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, 37

<sup>46</sup> Ulin Nuha, Moh Nurul Qomar, dan Rafika Anissa Maulana. “Perluakah E-wallet Berbasis Syariah?”, *Journal of Islamic Banking and Finance*, Vol. 4, No. 1 (2020), 64

<sup>47</sup> *Ibid.*, 65

Syariah, fatwa ini berkaitan dengan pedoman penggunaan Uang Elektronik Syariah. Fatwa DSN- MUI ini berlandaskan hukum :

إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya ...(Q.S An-Nisa [4] :58)

Fatwa DSN-MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017 memuat hal-hal mengenai Ketentuan Umum sebagai berikut:<sup>48</sup>

1. Uang elektronik adalah suatu cara pembayaran yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:
  - a. Diberikan berdasarkan ukuran nyata uang tunai yang disimpan sebelumnya kepada penjamin;
  - b. Ukuran nyata dari uang tunai yang disimpan secara elektronik di media terdaftar;
  - c. Jumlah nominal penerbit uang elektronik yang dikelola bukan merupakan simpanan sebagaimana diatur dalam peraturan perbankan;
  - d. Digunakan untuk cicilan kepada pengirim yang bukan pendukung uang elektronik.
2. Uang elektronik yang menganut prinsip syariah disebut uang elektronik syariah.
3. Nominal uang elektronik adalah jumlah uang terkecil yang dapat ditransfer karena transaksi pembayaran atau transfer dana memerlukannya.
4. Penerbit adalah bank atau lembaga selain bank yang menerbitkan uang elektronik.

---

<sup>48</sup> *Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah, 7-10.*

5. Pihak yang menggunakan uang elektronik dianggap sebagai pemegang uang elektronik.
6. Principal adalah bank atau lembaga selain bank yang bertanggung jawab atas pengelolaan sistem dan/atau jaringan antar anggotanya yang berperan sebagai penerbit dan/atau acquirer, dalam transaksi uang elektronik yang kerjasama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis.
7. Acquirer adalah bank atau lembaga selain bank yang:
  - a. Memungkinkan pedagang untuk memproses transaksi menggunakan uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak selain pengakuisisi yang bersangkutan dengan bekerja sama dengan pedagang; dan
  - b. bertanggung jawab untuk menyelesaikan pembayaran yang dilakukan kepada pedagang.
8. Pedagang adalah orang yang menjual barang dan jasa dan mengambil pembayaran dari pemegang.
9. Dalam rangka transaksi uang elektronik, penyelenggara kliring adalah bank atau lembaga lain selain bank yang menghitung hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau *acquirer*.
10. Penyelenggara penyelesaian akhir ialah bank atau lembaga selain bank yang melakukan dan bertanggungjawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau acquirer dalam rangka transaksi uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.
11. Agen Layanan Keuangan Digital (LKD) adalah pihak ketiga yang bekerjasama dengan penerbit dan bertindak untuk dan atas nama penerbit dalam memberikan layanan keuangan digital.

12. Akad *wadi'ah* adalah akad penitipan uang dari pemegang uang elektronik kepada penerbit dengan ketentuan pemegang uang elektronik dapat mengambil/menarik/menggunakan kapan saja sesuai kesepakatan.
13. Akad *qardh* adalah akad peminjaman dari pemegang uang elektronik kepada penerbit dengan ketentuan bahwa penerbit wajib mengembalikan uang yang diterimanya kepada pemegang kapan saja sesuai dengan kesepakatan.
14. Akad *ijarah* adalah Akad pengalihan hak pakai hasil (manfaat suatu barang atau jasa untuk jangka waktu yang telah ditentukan dengan imbalan pembayaran atau upah).
15. Akad *ju'alah* adalah kontrak yang memberikan imbalan tertentu (*'iwadh/ju'l*) untuk mencapai hasil yang ditentukan pekerjaan (*natijah*).
16. Akad *wakalah* dengan kompensasi (*ujrah*) adalah akad *wakalah bi al-ujrah*.
17. Biaya layanan fasilitas uang elektronik adalah biaya yang dilakukan oleh penerbit kepada pemegangnya dalam bentuk:
  - a. Biaya penggantian media uang elektronik menarik penggunaan atau penggantian media uang elektronik yang rusak atau hilang;
  - b. Menggunakan saluran pengiriman pihak lain atau menambah biaya bersama dengan penerbit; dan/atau
  - c. Biaya penarikan tunai yang dilakukan melalui pihak lain sehubungan dengan penerbit atau melalui *delivery channel* yang digunakan oleh pihak lain; dan/atau
  - d. Biaya administrasi terkait dengan tidak digunakannya uang elektronik selama waktu yang telah ditentukan.
18. Riba adalah pembayaran tambahan yang dilakukan dengan imbalan barang *ribawi* (*al-anwal al-ribawiyah*) dan

pembayaran tambahan yang dilakukan kepada pokok utang sebagai imbalan penangguhan pembayaran mutlak.

19. *Gharar* adalah ketidakpastian dalam suatu akad mengenai penyerahan dan kualitas atau kuantitas obyek akad.
20. Setiap kontrak yang dibuat dengan tujuan yang tidak jelas dan perhitungan yang ceroboh, spekulasi, atau kebetulan disebut *maysir*.
21. *Tadlis* adalah ketika penjual mencoba menipu pembeli agar percaya bahwa objek akad itu cacat dengan menyembunyikan cacat di dalamnya.
22. *Risywah* adalah pemberian yang berusaha mengambil sesuatu yang bukan haknya, membuat sesuatu yang palsu tampak benar, dan mengambil sesuatu yang bukan haknya.
23. *Israf* adalah pemboros harta yang berlebihan.

## E. Transaksi Penjualan

### a. Pengertian Transaksi Penjualan

Transaksi, berasal dari bahasa Inggris “*transaction*”. Dalam bahasa Arabnya sering disebut sebagai *al-Mu‘amalat*. Dengan demikian transaksi merupakan kata lain dari *al-Mu‘amalat*.<sup>49</sup>

Menurut Skousen (2007:71) mengemukakan bahwa “Transaksi adalah pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan-perusahaan dan organisasi lain) kejadian lain yang mempengaruhi ekonomi atas bisnis”.

Menurut Bastian (2007:27) “Transaksi adalah pertemuan antara dua belah pihak (penjual dan pembeli) yang saling menguntungkan dengan adanya data/bukti/dokumen pendukung yang dimasukkan kedalam jurnal setelah melalui pencatatan”.

---

<sup>49</sup> Mohd. Ma’sum Billah, *Modern Financial Transaction Under Syariah*. (Petaling Jaya: Ilmiah Publisher, 2003), hlm. 11; Mohammad Hashim Kamali, *Islamic Commercial Law*. (Cambridge: Islamic Texts Society, 2000), hlm. 66.

Secara umum transaksi diartikan sebagai kegiatan yang melibatkan paling sedikit dua belah pihak, pembeli dan penjual, yang saling melakukan pertukaran. Adapun yang dimaksud dengan transaksi pertukaran (mu'awad}at) adalah suatu transaksi yang diperoleh melalui proses atau perbuatan memperoleh suatu dengan memberikan sesuatu, melibatkan diri dalam perikatan usaha, pinjam-meminjam atas dasar suka sama suka ataupun atas dasar ketetapan hukum dan syariah yang berlaku.<sup>50</sup>

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).<sup>51</sup>

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran. dalam hal ini, penjualan ini, seperti penjual harus menentukan kebijaksanaan dan prosedur yang akan diikuti memungkinkan dilaksankannya rencana penjualan yang ditetapkan.

#### b. Tujuan Tranksaksi Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak

---

<sup>50</sup> Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013, h. 212

<sup>51</sup> M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166

mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu<sup>52</sup> :

1. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk- produk yang lebih menguntungkan.
2. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

#### c. Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Penjualan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha dan Irawan adalah sebagai berikut:<sup>53</sup>

##### 1. Kondisi dan kemampuan penjual

Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan dengan jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan harga produk dan syarat penjualan.

##### 2. Kondisi Pasar

<sup>52</sup> Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran strategi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2008), h. 604.

<sup>53</sup> Basu Swastha, *Manajemen Penjualan Edisi Ketiga*, (Yogyakarta:BBFE,2001)h.,59

Adapun faktor-faktor kondisi pasar, kelompok pembeli, daya belinya, frekuensi pembeliannya, keinginan dan kebutuhannya.

### 3. Modal

Untuk memperkenalkan barang kepada pembelinya maka penjual memerlukan sarana serta usaha seperti: alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Dan semua ini hanya dapat dilakukan oleh penjual apabila memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk melaksanakan maksud tersebut.

### 4. Kondisi Organisasi perusahaan

Biasanya didalam perusahaan besar masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang orang-orang tertentu/ahli dibidang penjualan. Lain halnya perusahaan kecil, masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsifungsi lain.

### 5. Faktor lain

Faktor-faktor lain, seperti periklanan, peragaan, kampanye pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.