

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Berdasarkan data survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) selama periode 10 Januari - 27 Januari 2023 yang mencakup 38 provinsi di Indonesia dengan total responden sebanyak 8.510 responden. Penetrasi pengguna internet tertinggi atau di atas 80% dan mencatat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19% pada 2023 atau menembus 215.626.156 jiwa dari total populasi yang sebesar 275.773.901 jiwa.<sup>1</sup> Kemajuan teknologi di dunia memiliki dampak yang bisa dirasakan oleh suatu negara.

Saat ini Indonesia tengah gencar merancang berbagai pembangunan infrastruktur negara menuju lebih baik guna menciptakan kondisi masyarakat dan finansial negara yang lebih maju. Digitalisasi pada bidang ekonomi dan keuangan diciptakan guna mengirim, menyimpan, dan memproses data secara efektif dan efisien dalam kapasitas yang besar. Kemajuan teknologi mampu dimanfaatkan masyarakat sebagai peluang usaha, salah satunya transaksi bisnis berbasis elektronik. Pendayagunaan ekonomi berbasis elektronik memberikan sebuah kemanfaatan, kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi bisnis. Maka dalam berinteraksi untuk memenuhi kebutuhannya, manusia melakukan transaksi yang

---

<sup>1</sup> “Survei APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang,” Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023, <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>.

berkaitan dengan harta. Islam telah mengatur perkara yang berhubungan dengan pertukaran harta. Sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾ (النساء/4: 29)

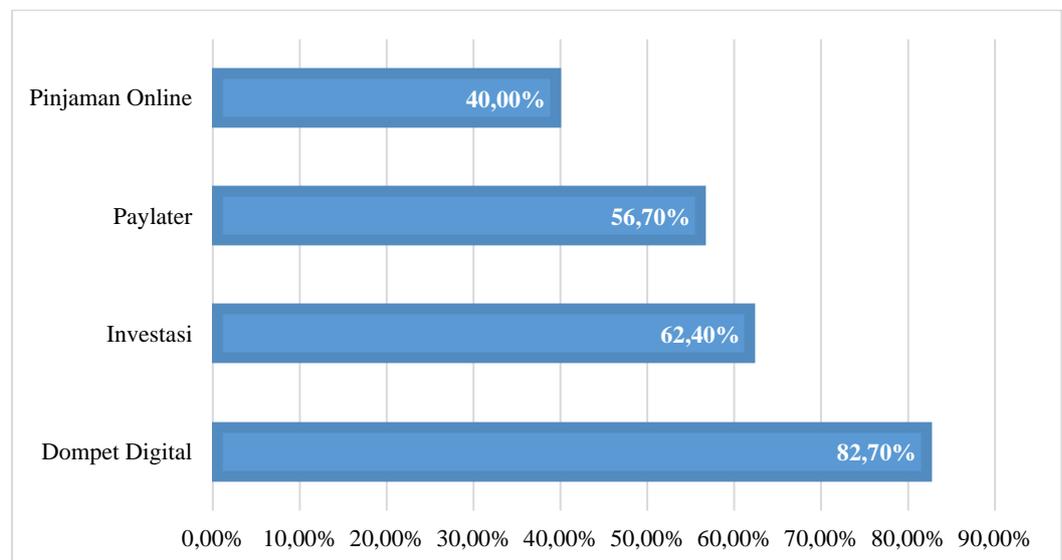
29. Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-Nisa/4:29)<sup>2</sup>

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah melarang seorang muslim mengambil harta milik orang lain dengan cara yang batil atau tidak benar kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar kesepakatan bersama antara kedua belah pihak tanpa paksaan.

Adapun transaksi bisnis atau jual beli di Indonesia menerapkan segi metode pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai atau pembayaran digital seperti dompet digital, *mobile banking*, atau *internet banking* yang menjadi alternatif dari pembayaran uang tunai. Islam memberikan peluang bagi manusia untuk berbuat sesuatu yang menyesuaikan kebutuhan muamalah dalam kehidupan mereka yang didasarkan kepada Al-Quran dan As-Sunnah, atau atas dasar hasil ijtihad yang dibenarkan dalam Islam. Penggunaan pembayaran yang bersifat non

<sup>2</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*.

tunai dalam pandangan Islam merupakan suatu hal yang diperbolehkan, karena Islam menganjurkan manusia untuk melakukan inovasi dalam bermuamalah sesuai dengan kebutuhannya.<sup>3</sup>



**Gambar 1. 1 Presentase Kesadaran Produk *Fintech***

Sumber : DailySocial.id

Berdasarkan pada Gambar 1.1 riset *Fintech Report 2019* yang dilakukan oleh DailySocial menunjukkan bahwa Dompel Digital menjadi layanan populer pertama sebanyak 82,7%, disusul dengan Investasi sebanyak 62,4%, *Paylater* menjadi layanan populer ketiga sebanyak 56,7% dan keempat Pinjaman *Online* sebanyak 40,0%.<sup>4</sup> Presentase tersebut merupakan hasil riset dari keputusan responden dalam menentukan pilihan dengan indikator kepercayaan terhadap produknya yaitu sebesar 81,6%. selanjutnya karena kebutuhan sebesar 72,2% dan presentase indikator manfaat sebanyak 72,9%. Terlebih responden pun menilai dompel digital

<sup>3</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 12.

<sup>4</sup> DSRResearch, "Fintech Report 2019," 2019.

mudah untuk digunakan dan menghemat waktu dengan persentase masing-masing sebesar 66,2% dan 32,8%.<sup>5</sup>

Pada penelitian yang dilakukan oleh Olivia Samosir dalam Zahwa pengguna pembayaran digital ini masih belum mampu menjangkau seluruh kalangan masyarakat. Terdapat faktor bahwa hal tersebut terjadi atas kurangnya sosialisasi. Faktor tersebut ialah keamanan, kemudahan, dan pengalaman konsumen.<sup>6</sup>

Menurut Hastina Febriaty, melakukan pembayaran secara non-tunai merupakan keputusan yang efektif. Ditinjau dari alat transaksinya baik kartu fisik bahkan digital. Maka, teknologi pembayaran ini menjadi pendorong utama dalam ekspansi ekonomi saat ini yang memberikan manfaat dalam memenuhi kebutuhan ketika keadaan mendesak dan memajukan cara hidup yang lebih efektif dan efisien.<sup>7</sup>

Menurut Puji dan Neni, produk uang elektronik merupakan suatu pembaharuan dari jenis transaksi yang modern. Hal ini dipastikan memberi keuntungan bagi semua pihak. Karena dalam penggunaannya dapat memaksimalkan efisiensi serta kemudahan dan meminimalisir risiko.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Dwi Hadya Jayani, "Top 10 Dompot Digital Yang Paling Sering Digunakan," databoks, 2019, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/27/inilah-dompot-digital-yang-paling-banyak-digunakan>.

<sup>6</sup> Zahwa Madjid, "Survei InsightAsia: 71% Warga Pakai Dompot Digital, GoPay Paling Laris," katadata.co.id, 2022, <https://katadata.co.id/lavinda/finansial/6384a25362e03/survei-insightasia-71-warga-pakai-dompot-digital-gopay-paling-laris>.

<sup>7</sup> Hastina Febriaty, "Pengaruh Social Influence Dan Self-Efficacy Terhadap Intention to Use Mobile Payment System Pada Pengguna E-Wallet," *Prosiding FRIMA (Festival Rooset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 2019, 307–13.

<sup>8</sup> Puji Lestari and Neni Nofriantika, "Literasi Uang Elektronik Di Kalangan Mahasiswa," *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman* 7, no. 1 (2018): 94–109.

Mulanya transaksi digital hanya dilakukan pada salah satu QR Code sesuai dengan akun dompet digital yang tersedia di pihak penjual namun ternyata tidak terstandarisasi. Kemudian Bank Indonesia membuat inovasi baru bernama *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). QRIS merupakan salah satu program inovasi dalam mewujudkan standarisasi pembayaran digital QR Code yang diperkenalkan untuk menggantikan metode pembayaran secara tunai dan kartu debit. QRIS diluncurkan pada tanggal 17 Agustus 2019 oleh Bank Indonesia sebagai QR Code yang berstandar Indonesia dengan *tagline* “UNGGUL: UNiversal, Gampang, Untung, Langsung”.<sup>9</sup>

Selain itu, QRIS menawarkan kemudahan dan keamanan dalam transaksi hanya dengan 2-5 detik. QRIS mulai efektif secara nasional pada tanggal 1 Januari 2020 sesuai dengan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) Nomor 21/18/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran. Penerapan QRIS merupakan salah satu wujud dari Visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) dalam mengakselerasi inklusivitas ekonomi digital di tahun 2025. Adanya QRIS diharapkan transaksi pembayaran yang dilakukan lebih efisien atau murah, inklusi keuangan di Indonesia lebih cepat, UMKM bisa lebih maju, dan pada akhirnya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Bank Indonesia, “Kanal Dan Layanan QRIS,” Bank Indonesia: Bank Sentral Republik Indonesia, 2020, <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>.

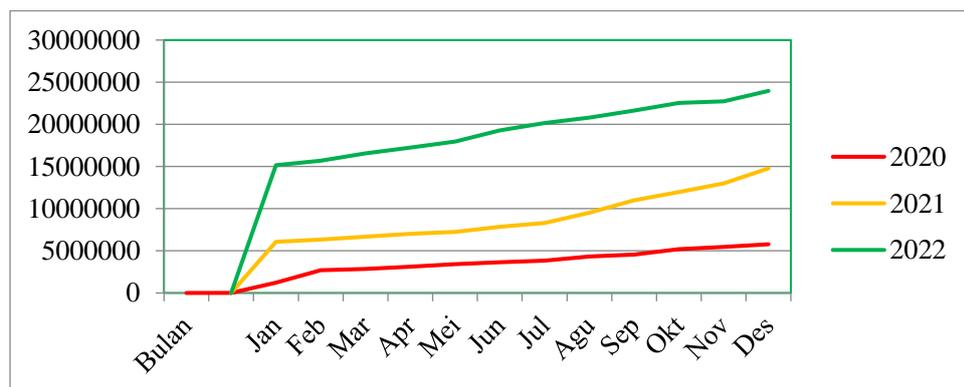
<sup>10</sup> Departemen Komunikasi BI, “Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/2019 Tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code Untuk Pembayaran,” Bank Indonesia: Bank Sentral Republik Indonesia, 2019, <https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan>.

Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) mencatat, sepanjang tahun 2022 rata-rata volume transaksi QRIS adalah 3 sampai 5 kali transaksi per *merchant* per bulannya. Sementara, rata-rata nilai transaksi QRIS ada pada kisaran Rp295.000 sampai Rp510.000 per *merchant* per bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata volume dan nominal transaksi masih berpeluang besar untuk ditingkatkan.<sup>11</sup>

**Tabel 1. 1 Jumlah Merchant QRIS di Indonesia (2020-2022)**

| Bulan     | Jumlah Merchant QRIS |            |            |
|-----------|----------------------|------------|------------|
|           | 2020                 | 2021       | 2022       |
| Januari   | 1.210.000            | 6.080.000  | 15.150.000 |
| Februari  | 2.690.000            | 6.330.000  | 15.680.000 |
| Maret     | 2.850.000            | 6.690.000  | 16.570.000 |
| April     | 3.100.000            | 7.000.000  | 17.240.000 |
| Mei       | 3.410.000            | 7.250.000  | 17.950.000 |
| Juni      | 3.640.000            | 7.850.000  | 19.270.000 |
| Juli      | 3.820.000            | 8.300.000  | 20.170.000 |
| Agustus   | 4.330.000            | 9.530.000  | 20.820.000 |
| September | 4.570.000            | 11.010.000 | 21.630.000 |
| Oktober   | 5.210.000            | 11.960.000 | 22.530.000 |
| November  | 5.460.000            | 13.010.000 | 22.740.000 |
| Desember  | 5.780.000            | 14.780.000 | 23.970.000 |

Sumber: databoks.katadata.co.id



**Gambar 1. 2 Grafik Jumlah Merchant QRIS di Indonesia (Januari 2020-Desember 2022)**

Sumber : databoks.katadata.co.id

<sup>11</sup> ASPI Indonesia, "Berita Statistik: Sistem Pembayaran Indonesia (Triwulan II)," 2021.

Data yang dikutip dari ASPI dalam Adi, pada Desember 2022 layanan QRIS sudah dimanfaatkan oleh 23,97 juta *merchant*. Jumlah itu meningkat sekitar 5% dibanding November 2022 (*month-on-month/mom*), serta tumbuh 62% dibanding Desember 2021 (*year-on-year/yoy*). Seiring dengan jumlahnya terus bertambah, namun volume dan nilai transaksi QRIS di setiap *merchant* cenderung rendah karena dari sisi penyedia (pedagang UMKM) hal ini dipengaruhi banyaknya *merchant* yang kurang aktif atau belum menjadikan QRIS sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi.<sup>12</sup>

Jual beli menggunakan QRIS pada *merchant* sama seperti akad jual beli pada umumnya yaitu akad antara dua belah pihak, pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalannya baik berupa uang maupun barang. Menurut ulama hanafiyah, akad tersebut dikatakan *fasid* karena penggunaan QRIS dapat dilakukan apabila uang tersedia pada sebuah aplikasi. Sehingga penggunaan uang elektronik telah diatur sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan yang terdapat dalam Fatwa DSN MUI Nomor 116/DSNMUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah. Dalam hal ini QRIS diperbolehkan berlandaskan banyaknya kemaslahatan yang terkandung di dalamnya.<sup>13</sup>

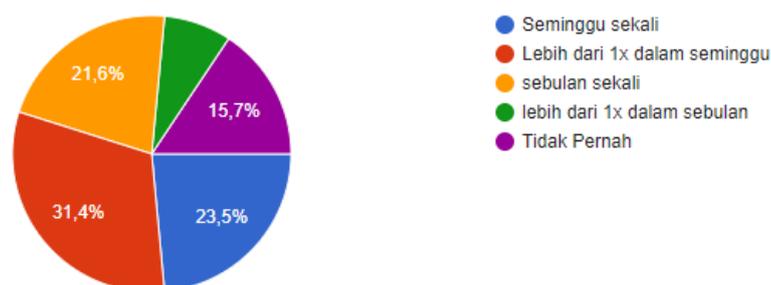
---

<sup>12</sup> Adi Ahdiat, "Jumlah Merchant QRIS Meningkat, Tapi Transaksinya Masih Rendah," databoks, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/jumlah-merchant-qrismeningkat-tapi-transaksinya-masih-rendah#:~:text=Dengan adanya fasilitas ini%2C pedagang,oleh 23%2C97 juta merchant.>

<sup>13</sup> Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa Tentang Uang Elektronik Syariah*, 2017, hlm. 7

Keputusan penggunaan QRIS tidak hanya dimanfaatkan oleh pedagang atau pelaku UMKM sebagai penyedia QR Code untuk pembayaran produknya. Kalangan mahasiswa sebagai pengguna pun ikut andil saat melakukan transaksi pembelian produk. Menurut Darjana, mahasiswa merupakan kelompok yang tepat karena mahasiswa merupakan generasi yang banyak bersentuhan dan cakap dengan teknologi serta lebih mudah dan cepat mengikuti kemajuan teknologi sehingga mampu merealisasikan sesuatu serta memiliki tingkat perhatian yang lebih terhadap gaya hidup yang mengikuti perkembangan tren.<sup>14</sup>

Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang peneliti lakukan untuk mengetahui alasan bagi mahasiswa melakukan keputusan menggunakan QRIS, diketahui data sebanyak 50 responden mahasiswa S1 dari 7 fakultas di Universitas Siliwangi dengan hasil sebagai berikut:<sup>15</sup>



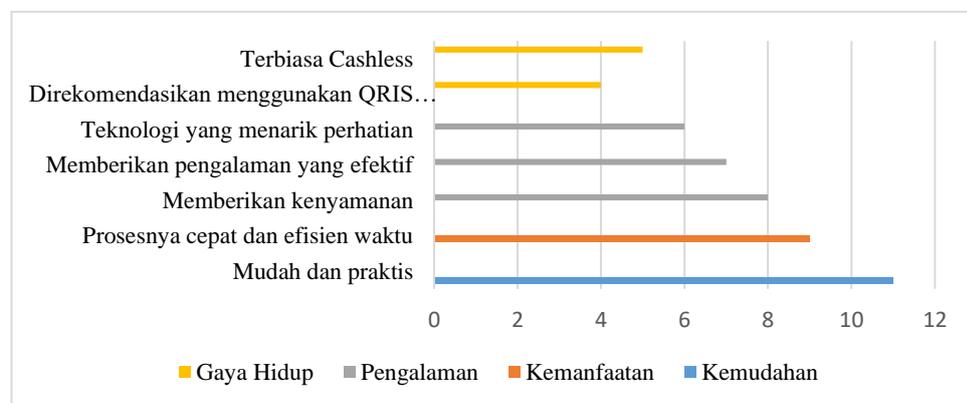
**Gambar 1. 3 Frekuensi Penggunaan QRIS**

Sumber: Data Primer, 2023

<sup>14</sup> “Dongkrak Jumlah Pengguna QRIS, BI Sasar Ribuan Mahasiswa Baru UNIB,” *RRI*, 2023, <https://www.rri.co.id/keuangan/305185/dongkrak-jumlah-pengguna-qr-is-bi-sasar-ribuan-mahasiswa-baru-unib>.

<sup>15</sup> Hasil Survei Pendahuluan pada tanggal 15 November 2023.

Grafik diatas menyatakan 15,7% responden yang tidak pernah melakukan penggunaan QRIS dan responden lainnya meyatakan pernah melakukan penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran dengan persentase lebih dari 1x dalam seminggu (31,4%), seminggu sekali (23,5%), sebulan sekali (21,6 %), dan lebih dari 1x dalam sebulan (7,8%). Hal ini didukung dengan menanyakan faktor yang mendorong mahasiswa melakukan penggunaan QRIS sebagai berikut:



**Gambar 1. 4 Alasan Menggunakan QRIS Pada Mahasiswa UNSIL**

Sumber: Data Primer, 2023

Pada grafik diatas terlihat bahwa yang menjadi alasan mereka melakukan penggunaan QRIS yakni disebabkan oleh kemudahan dan kemanfaatan. Hal ini didukung oleh penelitian Armaditya yang menemukan faktor pendorong keputusan pembelian yakni faktor psikologis dan faktor pribadi. Faktor psikologis diantaranya persepsi yaitu kemudahan dan kemanfaatan serta pengalaman. Faktor pribadi yaitu berkaitan dengan gaya hidup yang diperhatikan dan diterapkan oleh konsumen.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Armaditya Budi Pratama, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian," *JURNAL MANAJEMEN* 13, no. 4 (2021), hlm. 634.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Rahmi & Krisitina<sup>17</sup> yang menyebutkan persepsi kemanfaatan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Allen dkk<sup>18</sup> menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian yang dilakukan Meti dan Anita menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga menunjukkan bahwa setiap peningkatan gaya hidup akan meningkatkan pula proses keputusan pembelian.<sup>19</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Pengalaman, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan QRIS pada Mahasiswa Universitas Siliwangi”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Universitas Siliwangi?
2. Bagaimana pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Universitas Siliwangi?

---

<sup>17</sup> Rahmi Auliya Akhyar and Kristina Sisilia, “The Influence Of Perceptions Of Usefulness And Perceptions Of Convenience On The Decision To Use Digital Quick Response Code Payment Indonesian Standard (QRIS),” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 4 (2023), hlm. 3946.

<sup>18</sup> Allen Kristiawan et al., “Pengaruh Pengalaman Berbelanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 8, no. 2 (2021): 479–472.

<sup>19</sup> Meti Sapitri and Anita Maulina, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Menggunakan Dompot Digital OVO Di Janji Jiwa Citywalk,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 1, no. 1 (2021), hlm. 27.

3. Bagaimana pengaruh pengalaman terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Universitas Siliwangi?
4. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Universitas Siliwangi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Universitas Siliwangi
2. Mengetahui pengaruh kemanfaatan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Universitas Siliwangi
3. Mengetahui pengaruh pengalaman terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Universitas Siliwangi
4. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan QRIS pada mahasiswa Universitas Siliwangi

### **D. Kegunaan Penelitian**

Peneliti memiliki harapan untuk terealisasinya sebuah karya ilmiah yang bermanfaat kepada para pembaca. Kegunaan yang diharapkan antara lain:

1. Kegunaan teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini sebagai salah satu bentuk pengembangan keilmuan dalam bidang ekonomi khususnya keputusan penggunaan, antara lain:

a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti mengenai pembayaran digital terutama QRIS.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi sumber rujukan atau acuan tambahan informasi serupa ketika melakukan penelitian terkait serta dikembangkan lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Universitas Siliwangi

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pengembangan pengetahuan dan penerapan secara pasif dalam bidang penelitian yang bersangkutan dengan pengaruh kemudahan, kemanfaatan, pengalaman, dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan QRIS.

a. Bagi Bank Indonesia

Melalui penelitian ini diharapkan mampu menjadi suatu bahan pertimbangan bagi lembaga terkait dalam memperkuat perkembangan inovasi sistem QRIS sehingga mampu meningkatkan kinerja sistem dan jumlah pengguna di masyarakat.

b. Bagi Masyarakat

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran digital.