

ANALISIS PENGARUH KETERSEDIAAN QRIS DALAM TRANSAKSI JUAL BELI BAGI UMKM KETINTANG

Nawang Fatmala, Jihan Zahidah Imtinan B.

Universitas Negeri Surabaya

Email: nawangfatmala.23013@mhs.unesa.ac.id, jihan.23307@mhs.unesa.ac.id

Abstract:

This study aims to analyze the effect of the availability of Quick Response Indonesian Standard (QRIS) in buying and selling transactions for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Ketintang. QRIS as a non-cash payment system in Indonesia has made it easier for MSME players to make transactions. With the increasing number of QRIS users, it is expected to increase the volume and nominal transactions, as well as MSME revenues. The research method used in this research is quantitative method through questionnaires involving MSME players in the Ketintang area, Surabaya. The results showed that the use of QRIS not only facilitates the payment process, but also increases consumer confidence and expands market reach for MSMEs.

Keywords: QRIS, MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises), Transaction Security, Consumer Trust.

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan Quick Response Indonesian Standard (QRIS) dalam transaksi jual beli bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Ketintang. QRIS sebagai sistem pembayaran non-tunai di Indonesia telah memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam melakukan transaksi. Dengan meningkatnya jumlah pengguna QRIS, diharapkan dapat meningkatkan volume dan nominal transaksi, serta pendapatan UMKM. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif melalui kuisisioner yang melibatkan pelaku UMKM di daerah Ketintang, Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan QRIS tidak hanya mempermudah proses pembayaran, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar bagi UMKM.

Kata kunci: *QRIS, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah),Keamanan Transaksi,Kepercayaan Konsumen*

Article history

Received: desember 2024

Reviewed: desember 2024

Published: desember 2024

Plagirism checker no 78623

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under

a [creative commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[attribution-noncommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam perekonomian global sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemberdayaan masyarakat. Di berbagai negara, sektor UMKM tidak hanya menjadi tumpuan perekonomian, tetapi juga menjaga keberagaman ekonomi, meningkatkan pemerataan pendapatan, dan mendorong inovasi. Pentingnya UMKM tidak hanya tercermin pada kontribusinya terhadap perekonomian, tetapi juga pada peran sosial yang mereka mainkan. UMKM seringkali menjadi sumber lapangan kerja utama bagi masyarakat lokal, terutama di daerah pedesaan dan perkotaan yang sulit diakses oleh perusahaan besar. Selain itu, UMKM juga

berperan penting dalam melestarikan kearifan dan budaya lokal, karena produk dan layanan yang dihasilkan sering kali berasal dari warisan tradisional dan keterampilan masyarakat setempat. Meskipun keberadaan UMKM diakui secara luas, sektor ini masih menghadapi berbagai tantangan. Di antaranya adalah akses terhadap modal, manajemen yang efektif, akses pasar, dan teknologi. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas bisnis sangat penting untuk membantu UMKM mengatasi hambatan tersebut dan berkembang secara berkelanjutan. Teknologi telah berperan sebagai kekuatan utama yang mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dari revolusi industri hingga era digital saat ini, kemajuan teknologi telah mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, belajar, dan melakukan transaksi. Di zaman di mana teknologi terus berkembang dengan pesat, penting bagi kita untuk memahami peran, dampak, dan konsekuensi dari teknologi dalam masyarakat modern. Dalam konteks ini, teknologi memiliki pengaruh yang luas dan mendalam pada berbagai sektor kehidupan manusia. Dalam hal komunikasi, teknologi telah menghubungkan individu di seluruh dunia melalui internet, media sosial, dan platform komunikasi digital lainnya (Misfah Muslimawati, 2016). Di sektor bisnis, teknologi telah membuka peluang untuk inovasi, efisiensi, dan pertumbuhan melalui otomatisasi proses, analisis data, dan perdagangan elektronik. Kemajuan teknologi telah menjadi penggerak utama dalam transformasi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam dunia usaha. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai salah satu pilar ekonomi di banyak negara juga merasakan dampak positif dari perkembangan teknologi. Perdagangan UMKM merupakan salah satu bidang yang sangat terpengaruh oleh kemajuan teknologi. (Hanani et al., 2024). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kategori usaha yang paling banyak jumlahnya. Dalam konteks ekonomi saat ini, uang diartikan sebagai sesuatu yang ada dan secara luas diakui sebagai sarana pembayaran untuk pembelian barang dan jasa, serta aset berharga lainnya, termasuk pembayaran utang (Hutagalung et al., 2021).

Dengan berkembangnya era digital yang mengharuskan hampir setiap kegiatan harus berinteraksi dengan menggunakan teknologi, khususnya dalam bidang informasi dan komunikasi, hal ini juga mempengaruhi rutinitas sehari-hari bagi pelaku UMKM (Santika et al., 2022). Oleh karena itu, para pengusaha tersebut perlu memahami teknologi agar perkembangan usaha mereka tidak tertinggal dibandingkan dengan produk dari usaha lain. Saat ini, Indonesia sudah mulai menerapkan budaya transaksi tanpa pertemuan fisik,

sehingga penjual dan pembeli tidak perlu bertatap muka saat menawarkan atau membeli suatu produk. Indonesia telah meluncurkan sistem pembayaran online yang dikenal sebagai Quick Response Indonesian Standard (QRIS). QRIS diluncurkan oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019, namun mulai berlaku efektif pada 1 Januari 2020. Tujuan dari QRIS adalah untuk mengkonsolidasikan semua transaksi di berbagai bidang. QRIS (Kode Respons Cepat Standar Indonesia) merupakan sebuah kode QR yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dan telah disesuaikan dengan standar yang memungkinkan penggunaannya di semua aplikasi pembayaran berbasis kode QR, seperti OVO, GoPay, LinkAja, Dana, dan lain-lain. QRIS disediakan oleh pedagang atau penjual, sementara konsumen dapat memanfaatkan dompet digital, layanan perbankan mobile, atau uang elektronik berbasis server (Farhan & Shifa, 2023).

Menurut Bank Indonesia, QRIS adalah singkatan dari *Quick Response Code Indonesian Standard*. QRIS bertujuan untuk menstandarkan pembayaran menggunakan kode QR dan mempermudah transaksi bagi semua orang. Pengembangan QRIS ada pada industri sistem pembayaran. Bank Indonesia berharap layanan QRIS ini dapat mempermudah dan mempercepat proses transaksi hanya dengan menggunakan kode QR. Cara berdagang menggunakan QRIS ini

juga disebut lebih aman. Saat ini QRIS dapat digunakan oleh berbagai aplikasi pembayaran bank dan non-bank di Indonesia. (Fauzul et al., 2024). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana ketersediaan Qris di UMKM dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengimplementasikan Qris. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana kemudahan transaksi menggunakan QRIS yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam penerapan Qris di UMKM. Penggunaan sistem pembayaran digital QRIS yang transparan juga dapat memberikan pemahaman dan kesadaran kepada masyarakat akan keuntungan dan risiko yang terjadi terkait transaksi digital (Pratiwi et al., 2024). Berfokus pada peran pembayaran digital dalam meningkatkan transaksi penjualan, bagaimana pembayaran digital itu terjadi dan dampaknya terhadap transaksi penjualan (Era et al., 2019).

KAJIAN PUSTAKA

Quick Response Code Indonesian Standard (Qris)

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah sistem pembayaran digital yang menggunakan kode QR (Quick Response) sebagai metode untuk melakukan transaksi. QRIS dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk memfasilitasi transaksi non-tunai di Indonesia dengan cara yang lebih mudah dan efisien (Rahmawati & Arfiansyah, 2024).

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) diluncurkan oleh Bank Indonesia pada 17 Agustus 2019 untuk mengintegrasikan berbagai sistem pembayaran elektronik di Indonesia yang sebelumnya terpisah-pisah, sehingga memudahkan transaksi non-tunai bagi masyarakat. Dengan tujuan menciptakan sistem pembayaran yang lebih efisien dan inklusif, QRIS mulai berlaku efektif pada 1 Januari 2020 sebagai bagian dari visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025. Selama pandemi COVID-19, QRIS semakin populer karena memungkinkan transaksi tanpa kontak fisik, membantu mengurangi penyebaran virus. Dengan demikian, QRIS telah menjadi solusi penting dalam memodernisasi sistem pembayaran di Indonesia, memberikan kemudahan dan keamanan bagi pengguna (Afradini, 2024).

UMKM

Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam undang-undang ini.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Menengah atau Usaha Besar, dan memenuhi kriteria yang diatur dalam undang-undang ini.

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dijalankan oleh individu atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang dari Usaha Kecil atau Usaha Besar, dengan jumlah kekayaan bersih atau omset tahunan sesuai ketentuan dalam undang-undang ini (Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja, 2019).

Keamanan Transaksi

Keamanan adalah kemampuan toko untuk mengamankan dan menjaga kerahasiaan transaksi online konsumen, serta melindungi data pribadi yang telah mereka berikan. Keamanan belanja online adalah faktor penting yang menjadi perhatian pembeli, karena semua transaksi dilakukan secara online. Menurut konsumen, persepsi keamanan berarti menjaga kerahasiaan dan keutuhan data pribadi yang telah mereka berikan, sehingga tidak dapat diakses, disimpan, atau disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Didit Darmawan, 2022).

QRIS adalah kode QR yang dikembangkan oleh Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dan regulator dengan tujuan untuk menyederhanakan sistem pembayaran digital secara

aman, mendorong efisiensi pemerintah, dan mempercepat inklusi keuangan digital. QRIS adalah kode QR yang disediakan untuk semua jenis pembayaran digital. Upaya melindungi masyarakat dari kegiatan kriminal (cybercrime) dalam pembayaran digital di dunia digital. Mengingat penyedia layanan sistem pembayaran hanya menawarkan layanan kode QR untuk berbagai jenis aplikasi pembayaran digital, regulator ingin dengan mudah menerapkan aspek perlindungan konsumen menggunakan QRIS. Di sisi lain, regulator juga ingin menerapkan aspek keamanan dan perlindungan konsumen untuk melindungi masyarakat dari kegiatan kriminal (cybercrime) dalam transaksi pembayaran digital di dunia digital. Mengingat penyedia layanan sistem pembayaran hanya menawarkan layanan kode QR untuk berbagai jenis aplikasi pembayaran digital, regulator ingin dengan mudah menerapkan aspek perlindungan konsumen menggunakan QRIS (Riflan Buluati, Deby R. Karundeng, 2023).

Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan adalah kondisi psikologis di mana seseorang menerima sesuatu apa adanya berdasarkan perilaku positif dari orang lain. Kepercayaan juga mencakup pengetahuan dan kesimpulan yang dibentuk oleh konsumen mengenai objek, manfaat, dan atribut tertentu (Juan & Indrawati, 2023).

Kepercayaan terjadi ketika sebuah perusahaan bersedia untuk bergantung pada mitra bisnisnya. Tingkat kepercayaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat pribadi maupun yang berkaitan dengan organisasi. Membangun kepercayaan memang tidak mudah, tergantung pada seberapa ketat suatu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Hal ini dapat membuat konsumen merasa khawatir bahwa barang yang mereka terima tidak akan memenuhi harapan. Kepercayaan mencakup pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang muncul ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka saat mereka menyerahkan kontrol langsung (Leninkumar, 2017).

KAJIAN TEORI

Technology Acceptance Model (TAM)

TAM (Technology Acceptance Model) dirumuskan oleh Davis pada tahun 1989 untuk menjelaskan perilaku penggunaan teknologi komputer. Model ini diambil dari teori yang terkenal, yaitu Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975 dalam bidang psikologi sosial, yang menguraikan perilaku individu berdasarkan niat mereka. Niat (intention) ditentukan oleh dua elemen: sikap individu terhadap suatu perilaku dan norma sosial, yaitu keyakinan bahwa individu atau kelompok tertentu akan mendukung atau menolak perilaku tersebut. TAM secara khusus mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan komputer dan dapat menjelaskan perilaku pengguna dalam berbagai teknologi komputasi yang digunakan oleh pengguna akhir (Saragih, 2019).

Model Technology Acceptance (TAM) adalah suatu kerangka kerja yang digunakan untuk meramalkan dan menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan memanfaatkan teknologi yang berkaitan dengan tugas mereka. Model TAM berakar dari teori psikologis yang menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi berdasarkan kepercayaan (belief), niat (intention), dan hubungan antara perilaku pengguna (user behavior relationship). Teori ini membangun model perilaku individu sebagai fungsi dari tujuan yang ingin dicapai (Sukma et al., 2019). Penelitian ini terkait dengan **Technology Acceptance Model (TAM)** karena model ini menjelaskan penerimaan teknologi berdasarkan dua faktor utama: kemanfaatan dan kemudahan penggunaan. QRIS dianggap bermanfaat jika dapat meningkatkan efisiensi transaksi, pendapatan, dan jangkauan pasar UMKM, serta mudah digunakan tanpa hambatan signifikan.

TAM juga mencakup sikap terhadap teknologi, niat untuk menggunakannya, dan akhirnya penggunaan aktual. Kerangka TAM membantu menganalisis bagaimana persepsi UMKM terhadap manfaat dan kemudahan QRIS memengaruhi adopsi teknologi ini dan dampaknya pada bisnis mereka.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang memanfaatkan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Untuk pendekatan yang digunakan yaitu dengan melakukan survei menggunakan kuesioner bertipe *Skala Likert* (Taluke et al., 2019). Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui media sosial dan offline di wilayah Ketintang, Kabupaten Surabaya, dalam kurun waktu 14 hari. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang berada di wilayah Ketintang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Berbeda dengan sampling acak, dalam *purposive sampling*, peneliti menggunakan pengetahuan dan pertimbangan untuk menentukan individu atau kelompok yang dianggap dapat memberikan informasi yang paling relevan dan berguna untuk studi yang dilakukan (Lenaini et al., 2021). Dengan jumlah sampel berdasarkan perhitungan, maka jumlah minimal sampel adalah 95, dengan demikian penelitian ini menggunakan total 121 responden. Dalam penelitian ini, akan digunakan sumber data primer yaitu respon survei dan sumber data sekunder yaitu dengan studi literatur.

Penentuan besar sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), karena jumlah populasi tidak diketahui (Setiawan et al., 2022).

Rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

n = Banyaknya sampel yang dibutuhkan

Z = Nilai z-score (Z = 1,96) dengan Tingkat kepercayaan 95%

p = Proporsi populasi yang memiliki karakteristik yang dicari. (dengan asumsi 0,5 karena jumlah populasi tidak diketahui, hal ini ditujukan karena dapat memberikan ukuran sampel minimum)

e = Tingkat margin of error (10%)

Maka hasil perhitungan sampel yang dibutuhkan adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 27. Teknik pengumpulan data adalah metode yang diterapkan untuk mengumpulkan informasi yang akan diteliti. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk memastikan bahwa data dan teori yang terkandung di dalamnya valid dan relevan, sehingga dapat diukur keberhasilan atau kegagalan suatu penelitian (Denny Riyanto, Eka Sriwahyuni, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

		Correlations						
		X1	X2	X3	Y1	Y2	Y3	Total_XY
X1	Pearson Correlation	1	.484**	.365**	.536**	.369**	.121	.675**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	.185	<,001
	N	121	121	121	121	121	121	121
X2	Pearson Correlation	.484**	1	.472**	.567**	.440**	.137	.743**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	.135	<,001
	N	121	121	121	121	121	121	121
X3	Pearson Correlation	.365**	.472**	1	.513**	.534**	.263**	.742**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	.004	<,001
	N	121	121	121	121	121	121	121
Y1	Pearson Correlation	.536**	.567**	.513**	1	.528**	.220*	.792**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	.015	<,001
	N	121	121	121	121	121	121	121
Y2	Pearson Correlation	.369**	.440**	.534**	.528**	1	-.030	.635**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		.745	<,001
	N	121	121	121	121	121	121	121
Y3	Pearson Correlation	.121	.137	.263**	.220*	-.030	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.185	.135	.004	.015	.745		<,001
	N	121	121	121	121	121	121	121
Total_XY	Pearson Correlation	.675**	.743**	.742**	.792**	.635**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	121	121	121	121	121	121	121

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Analisis:

Tabel perhitungan di atas merupakan hasil uji Validitas. Data seluruh item pada instrumen penelitian diuji dengan mengkorelasikan setiap item (X1, X2, X3, Y1, Y2, Y3) terhadap total skor (Total_XY). Kriteria yang digunakan untuk menilai validitas adalah nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) < 0,05 dan nilai korelasi yang menunjukkan hubungan positif antara item dengan total skor.

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	6

Analisis:

Hasil uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha menunjukkan nilai sebesar 0,738 untuk 6 item yang diuji. Berdasarkan interpretasi umum, nilai Cronbach's Alpha memiliki kriteria sebagai berikut:

- > 0,9: Sangat reliabel (excellent)
- 0,7 - 0,9: Reliabel (good)
- 0,6 - 0,7: Cukup reliabel (acceptable)
- < 0,6: Tidak reliabel (poor)

Dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,738, instrumen penelitian ini dapat dikategorikan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang baik untuk mengukur variabel penelitian.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		RESS_2	
N		121	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0	
	Std. Deviation	1	
Most Extreme Differences	Absolute	.079	
	Positive	.079	
	Negative	-.078	
Kolmogorov-Smirnov Z		.873	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.432	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.415 ^c	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.403
		Upper Bound	.428

a. Test distribution is Normal.

b. User-Specified

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Analisis:

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan hasil sebagai berikut:

- Jumlah data (N) yang diuji adalah 121.
- Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,873, yang lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.

Berdasarkan kriteria uji normalitas:

- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,873, dapat disimpulkan bahwa data residual (RESS_2) berdistribusi normal.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.401	.396	1.649

a. Predictors: (Constant), Ketersediaan QRIS

b. Dependent Variable: Transaksi Jual Beli Pada UMKM

Analisis:

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan hal berikut:

- Koefisien Korelasi (R) sebesar 0,633, yang menunjukkan hubungan positif yang kuat antara variabel prediktor (Ketersediaan QRIS) dan variabel dependen (Transaksi Jual Beli pada UMKM).
- Koefisien Determinasi (R Square) sebesar 0,401, yang berarti 40,1% variasi dalam variabel dependen (Transaksi Jual Beli pada UMKM) dapat dijelaskan oleh variabel prediktor (Ketersediaan QRIS). Sisanya, sebesar 59,9%, dijelaskan oleh faktor lain di luar model.
- Adjusted R Square sebesar 0,396, yang menyesuaikan nilai R Square berdasarkan jumlah prediktor dalam model. Nilai ini menunjukkan bahwa model tetap stabil meskipun terjadi penyesuaian.
- Standar Error of the Estimate sebesar 1,649, yang mengindikasikan rata-rata kesalahan prediksi dalam model.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketersediaan QRIS memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan transaksi jual beli pada UMKM.

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216.615	1	216.615	79.662	<,001 ^b
	Residual	323.583	119	2.719		
	Total	540.198	120			

a. Dependent Variable: Transaksi Jual Beli Pada UMKM

b. Predictors: (Constant), Ketersediaan QRIS

Analisis:

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel Ketersediaan QRIS memiliki pengaruh signifikan terhadap Transaksi Jual Beli pada UMKM ($F = 79.662$, $Sig. < 0.001$). Hal ini berarti bahwa model regresi yang digunakan secara statistik dapat menjelaskan hubungan antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian, ketersediaan QRIS secara nyata meningkatkan transaksi jual beli pada UMKM.

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.106	.844		4.864	<,001
	Ketersediaan QRIS	.612	.069	.633	8.925	<,001

a. Dependent Variable: Transaksi Jual Beli Pada UMKM

Aanalisis:

Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel Ketersediaan QRIS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Transaksi Jual Beli pada UMKM ($B = 0.612$, $t = 8.925$, $\text{Sig.} < 0.001$). Artinya, setiap peningkatan 1 unit Ketersediaan QRIS akan meningkatkan Transaksi Jual Beli sebesar 0.612. Dengan signifikansi yang sangat kecil (< 0.001), hubungan ini terbukti kuat dan relevan secara statistik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis statistic pada Pengaruh Ketersediaan QRIS terhadap Transaksi Jual Beli UMKM :

- Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas :
 - Semua item dalam kuesioner dinyatakan valid dengan nilai korelasi masing-masing item melebihi nilai batas kritis yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara akurat.
 - Uji reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner memiliki konsistensi yang baik dengan nilai Cronbach's Alpha > 0.70 , sehingga dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian.
- Hasil Uji Normalitas :
 - Data dinyatakan berdistribusi normal berdasarkan hasil uji normalitas, yang menunjukkan nilai $p > 0.05$. Hal ini memungkinkan penggunaan analisis statistik parametrik, termasuk regresi linear sederhana.
- Hasil Uji Regresi Linear Sederhana :
 - Berdasarkan hasil regresi linear sederhana, variabel Ketersediaan QRIS memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Transaksi Jual Beli pada UMKM. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0.612, yang berarti setiap peningkatan 1 unit Ketersediaan QRIS akan meningkatkan transaksi jual beli sebesar 0.612.
 - Model regresi yang digunakan signifikan secara statistik, sebagaimana ditunjukkan oleh uji F dengan nilai F sebesar 79.662 dan signifikansi < 0.001 .
 - Variabel Ketersediaan QRIS menjelaskan sebagian besar variasi dalam Transaksi Jual Beli UMKM, dengan tingkat kontribusi yang ditunjukkan oleh nilai Beta (0.633) pada hasil uji T.
- Hasil uji F menunjukkan bahwa ketersediaan QRIS memiliki pengaruh signifikan terhadap transaksi jual beli pada UMKM. Hal ini didukung oleh nilai F sebesar 79.662 dengan nilai signifikansi < 0.001 .
- Uji T juga menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara Ketersediaan QRIS dan Transaksi Jual Beli. Dengan nilai koefisien B sebesar 0.612, setiap peningkatan 1 unit Ketersediaan QRIS dapat meningkatkan transaksi jual beli sebesar 0.612.

Negeri Semarang. 1(2), 322–333.

- Hutagalung, R. A., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2021). Analisis Perbandingan Keberhasilan UMKM Sebelum Dan Saat Menggunakan Quick Response Indonesia Standard (QRIS) Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi, 3(2)*, 94–103. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v3i2.260>
- Juan, E., & Indrawati, L. (2023). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELAKUKAN PEMBAYARAN MENGGUNAKAN QRIS. 2(1)*, 313–325.
- Lenaini, I., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2021). *TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL PURPOSIVE DAN SNOWBALL SAMPLING. 6(1)*, 33–39.
- Leninkumar, V. (2017). *The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. April.* <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v7-i4/2821>
- Misfah Muslimawati. (2016). *ANALISIS PENGGUNAAN APLIKASI QRIS SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN NON TUNAI UNTUK MEMPERMUDAH TRANSAKSI BAGI PELAKU USAHA UMKM DI KECAMATAN ABEPURA, KOTA JAYAPURA. 2(1)*, 1–23.
- Pratiwi, L. A., Ningsih, N. A., Amaliah, F., & Tiara Sri Intan. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital Qris Terhadap Kenaikan Omset Penjualan Pada Umkm. *Jurnal Bisnis Kolega, 10(1)*, 12–23. <https://doi.org/10.57249/jbk.v10i1.127>
- Rahmawati, S., & Arfiansyah, M. A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan QRIS Pada UMKM Kota Surakarta. *Mbia, 22(3)*, 435–449. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i3.2663>
- Riflan Buluati, Deby R. Karundeng, M. A. S. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Keamanan Dan Kepercayaan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan QRIS (Quick Response Indonesian Standard) Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Boalemo. 75(2)*, 33–47.
- Santika, A., Aliyani, R., & Mintarsih, R. (2022). Persepsi Dan Intensi Pelaku Umkm Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Sistem Pembayaran Digital Di Kota Tasikmalaya. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan, 2(4)*, 61–70. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.142>
- Saragih, S. P. (2019). Technology Acceptance of Digital Payment System Pada Pelaku Umkm Di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal, 7(2)*, 82–90. <https://doi.org/10.33884/cbis.v7i2.1402>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. 4(2)*, 139–147.
- Sudati Nur Sarfiah, Hanung Eka Atmaja, D. M. V. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *Riset Ekonomi Pembangunan, 4(2)*, 161–173. <http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/REP>
- Sukma, E. A., Hadi, M., & Nikmah, F. (2019). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Dan Trust Terhadap Intensi Pengguna Instagram. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis, 12(2)*, 112. <https://doi.org/10.26623/jreb.v12i2.1659>
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial, 6(2)*, 531–540.