

SKRIPSI
ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM PADA
PENGUNAAN QUICK RESPONSE CODE
INDONESIA STANDARD (QRIS) SEBAGAI
ALAT TRANSAKSI DI SEBLAK
MANTUL PAREPARE



OLEH
RATRI ADELIA DIVA ANDINI
NIM : 19.2400.092

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2025

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM PADA
PENGUNAAN QUICK RESPONSE CODE
INDONESIA STANDARD (QRIS) SEBAGAI
ALAT TRANSAKSI DI SEBLAK
MANTUL PAREPARE**



OLEH

**RATRI ADELIA DIVA ANDINI
NIM: 19.2400.092**

Skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE
2025**

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Muslim Pada
Penggunaan Quick Response Code Indonesia
Standard (*QRIS*) Sebagai Alat Transaksi Di
Seblak Mantul Parepare

Nama Mahasiswa : Ratri Adelia Diva Andini

NIM : 19.2400.092

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Proposal Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.5038/In.39.8/PP.00.9/10/2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Bahtiar, S.Ag., M.A. (.....)

Nip : 19720505 199803 1 004

Pembimbing Pendamping : Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA. (.....)

Nip : 19880701 201903 1 007

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag

NIP. 19710208 200112 2 202

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Manatul

Nama Mahasiswa : Ratri Adelia Diva Andini

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.092

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.5038/In.39.8/PP.00.9/10/2022

Tanggal Ujian : 14 Januari 2024

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Bahtiar, S.Ag., M.A

(Ketua)

(.....)

Muhammad Majdy Amiruddin, Lc.,MMA.

(Sekretaris)

(.....)

Dr. Damirah, SE.,MM.

(Anggota)

(.....)

Dian Resky Pangestu, S.H., M.E

(Anggota)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



DR. MUZDALIFAH MUHAMMADUN, M.Ag.

NIP: 19710208 2001 12 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhana Wata'ala berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih kepada kedua orang tua saya, yaitu Ibu Adriana dan Bapak Rahmat serta saudaraku Radian dan Arga, yang senantiasa ada saat suka maupun duka yang selalu memanjatkan do'a dalam setiap sujudnya, sehingga penulis diberi kemudahan dan kekuatan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Bahtiar, S.Ag.,M.A. dan Bapak Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., M, M.A. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. Hannani, M.Ag selaku rektor IAIN Parepare atas pengabdianya telah membuat perubahan positif bagi IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan Ibu dosen program studi Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.

4. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staff yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
5. Pihak Seblak Mantul Parepare yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
6. Kepada sahabat penulis Musdalifah, Helmina, Nurul Izza dan Asrikayana yang mau direpotkan dalam segala hal.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt, berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahalanya. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini

Parepare, 1 Juli 2024 M
24 Dzulhijjah 1445 H
Penulis,



Ratri Adelia Diva Andini
NIM. 19.2400.092

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ratri Adelia Diva Andini
NIM : 19.2400.092
Tempat/Tgl Lahir : Parepare, 15 Agustus 2001
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Muslim Pada Penggunaan
Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat
Transaksi Di Seblak Mantul Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 5 November 2024

3 Jumadil Awal 1446 H

Penulis,



Ratri Adelia Diva Andini
NIM. 19.2400.092

ABSTRAK

Ratri Adelia Diva Andini, *Analisis Perilaku Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare* (Dibimbing Bahtiar dan Muhammad Majdy Amiruddin).

Permasalahan yang didapat pada saat melakukan observasi dan wawancara di Seblak Mantul Parepare menunjukkan bahwa menggunakan QRIS sebagai alat pembayaran non tunai yang menjadikan proses pembayaran semakin efektif. Konsumen muslim memiliki pertimbangan khusus terkait keamanan transaksi, dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi pembayaran digital seperti QRIS. Adapun tujuan penelitian ini yang pertama untuk mengetahui mekanisme pembayaran melalui Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) di Seblak Mantul Parepare dan yang kedua untuk mengidentifikasi perilaku konsumen muslim pada penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai alat transaksi di Seblak Mantul Parepare.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Sampel penelitian ini adalah konsumen muslim di Seblak Mantul Parepare. Metode pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan responden, dan observasi langsung ke lokasi. Penelitian ini berusaha untuk memahami secara mendalam persepsi konsumen muslim terhadap QRIS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan teknologi digital dalam sistem pembayaran telah membawa pada perubahan yang signifikan. Salah satu implementasi QRIS sebagai alat transaksi terstandarisasi. Penelitian ini menganalisis perilaku konsumen muslim terkait penggunaan QRIS. Perilaku konsumen muslim terhadap QRIS terbagi menjadi tiga aspek: Kognitif (memahami manfaat) konsumen mengetahui manfaat alat pembayaran digital seperti QRIS. Afektif (sikap positif) konsumen merasa nyaman dan puas karena pengalaman pembayaran yang cepat dan aman. Konatif (berencana menggunakan) konsumen memutuskan untuk menggunakan QRIS secara rutin dalam setiap transaksi. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen muslim terhadap QRIS adalah keamanan, kemudahan, kecepatan dan kepercayaan. Kemajuan ini mempengaruhi perilaku konsumen dan praktik bisnis terutama dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi digital.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, QRIS, Transaksi Digital, Konsumen Muslim, Seblak

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teori	12
1. Perilaku Konsumen Muslim	12
2. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)	25
3. Sistem Pembayaran	32
C. Kerangka Konseptual	40
D. Kerangka Pikir.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	43

B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
C. Fokus Penelitian	44
D. Jenis dan Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengelolaan Data	45
F. Uji Keabsahan Data.....	46
G. Teknik Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Deskripsi Hasil Penelitian	48
B. Pembahasan	53
BAB V PENUTUP.....	61
A. Simpulan.....	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN.....	VI
BIOGRAFI PENULIS	XX

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Hal
Tabel 4.1	Mekanisme Pembayaran melalui <i>Qris</i>	48
Tabel 4.2	Perilaku Konsumen Muslim pada <i>Qris</i> sebagai Alat Transaksi	51



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Hal
Gambar 2.1	Kerangka Pikir Penelitian	42
Gambar 4.1	Mekanisme Pembayaran melalui <i>Qris</i>	55
	Dokumentasi	XV



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Keterangan
1	Surat Izin Penelitian dari IAIN Parepare	VII
2	Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare	VIII
3	Surat Keterangan telah Melaksanakan Penelitian	IX
4	Pedoman Wawancara	X
5	Surat Keterangan Wawancara	XII
6	Dokumentasi	XV
7	SK Penetapan Pembimbing Skripsi	XVIII
8	Berita Acara Revisi Judul Skripsi	XIX
9	Biodata Penulis	XX

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang pada sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (’).

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	a	A
إ	Kasrah	i	I
أ	Dammah	u	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	fathah dan ya	ai	a dan i
وُـ	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / آ	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إِ	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
أُ	dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ :māta

رَمَى :ramā

قِيلَ :qīla

يَمُوتُ :yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ :rauḍah al-jannah atau rauḍatul jannah

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ :al-madīnah al-fāḍilah atau al- madīnatul fāḍilah

الْحِكْمَةُ : al-hikmah

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـَـ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا :Rabbanā

نَجَّيْنَا :Najjainā

الْحَقُّ :al-haqq

الْحَجُّ :al-hajj

نُعَم :nu‘ima

عَدُو :‘aduwwun

Jika huruf ع bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (اِ), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِي :‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِي :‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-), contoh:

الشَّمْسُ :al-syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ :al-zalزالah (bukan az-zalزالah)

الْفَلْسَفَةُ :al-falsafah

الْبِلَادُ :al-bilādu

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (’), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ :ta‘murūna

النَّوْءُ :al-nau’

سَيِّءٌ :syai 'un

أَمْرٌ :Umirtu

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

i. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, alam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk

menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur‘an Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid*, *Naṣr Ḥamīd* (bukan: *Zaid*, *Naṣr Ḥamīd Abū*)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
QS .../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	بدون مكان
صهعي	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- Et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berskala seperti jurnal, majalah, dan sebag

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam memberikan kesempatan kepada orang-orang untuk menemukan berbagai keinginan muamalah dalam hidup mereka, yang terutama didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah, atau atas dasar gagasan umum yang berlaku untuk peraturan Islam, atau gagasan tentang hasil. Ijtihad diperbolehkan melalui Islam¹. Muamalah adalah bagian dari hukum Islam. Sesuai dengan pendapat para ahli bahwa tuntunan muamalah merupakan bagian dari aturan Islam, khususnya hal-hal yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat dengan mengacu pada benda dan kewajiban². Muamalah dalam pengetahuan yang luas adalah pedoman Tuhan untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi, dan dalam pengetahuan yang sempit muamalah adalah aturan Tuhan yang mengubah korelasi manusia-manusia dalam hal menggunakan pendekatan memperoleh dan berbagi harta.³

Ketika keperluan hidup manusia tidak dapat terpenuhi, maka manusia membutuhkan sesamanya agar terpenuhi kebutuhannya. Semenjak itu pertukaran atau perdagangan dimulai serta dikenal oleh manusia. Sebelum manusia mengenal uang atau alat tukar, sistem barter telah digunakan dalam jual beli yakni berupa pertukaran antar barang antara orang yang sama-sama membutuhkan. Dirasa Sistem barter sulit dilakukan karena penjual dan pembeli harus bertemu langsung, dan salah satu pihak tidak serta merta membutuhkan barang yang akan ditukar. Pada akhirnya sistem

¹H. Nasrun haroen, *Fiqih Muamalah, Cet. Ke-2*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007).

² Nawawi Ismail, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2012).

³ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002).

transaksi berubah seiringan dari waktu ke waktu sampai manusia pada akhirnya mulai mengenal mata uang.⁴

Uang biasanya merupakan sesuatu yang dapat diterima di daerah tertentu, untuk alat pembayaran, alat pembayaran hutang, ataupun sebagai alat untuk memberikan layanan jasa ataupun membeli komoditas. Artinya, alat yang bisa digunakan di daerah tertentu adalah uang⁵. Semakin maju dan berkembangnya perekonomian mengakibatkan perubahan pada peradaban dan perilaku masyarakat dalam melaksanakan kegiatan ekonomi⁶. Usaha kecil menengah pada umumnya dalam kegiatannya tidak memperhatikan aspek fungsional perusahaan yang meliputi manajemen keuangan, manajemen produksi, manajemen sumber daya, manusia, dan manajemen prasarana. Sebagai ujung tombak perekonomian Negara, sangat penting UMKM untuk meningkatkan efektivitas usahanya. ⁷Perekonomian pada masa kini, manusia diharuskan agar bisa mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju. Perwujudan dan ide ini menemukan solusi untuk membantu memfasilitasi keinginan manusia untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan⁸. Saat ini sudah semakin berkembangnya perkembangan teknologi sehingga seiring dengan perkembangan zaman cara berpikir manusia semakin maju.⁹ Perkembangan teknologi yang pesat

⁴Suharni, “Uang Elektronik (E-Money) Ditinjau dari Perspektif Hukum dan Perubahan sosial”, *Jurnal Spektrum Hukum*, Vol. 15, April 2018.

⁵Ahmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007).

⁶Sa’adah Yuliana. dkk, *Transaksi Ekonomi dan Bisnis dalam Tinjauan Fiqh Muamalah* (Yogyakarta, Idea Press, 2017).

⁷Besse Faradiba, “Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Makassar” *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientas Riset) 2021*

⁸Jefry Tarantang, dkk, “Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia”, *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 4, Juli 2019.

⁹ ohmansyah, *Fiqh Ibadah Dan Mu’amalah* (Yogyakarta, LP3M UMY, 2017).

berdampak pada sistem pembayaran terutama transaksi bisnis dalam menjaga kelangsungan hubungan bisnis para pihak. Sistem pembayaran yang sudah berkembang menjadi salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan, pada awalnya dengan menggunakan uang tunai, pada saat ini telah menjangkau uang elektronik atau bisa disebut juga sistem pembayaran digital. Teknologi yang maju pada sistem pembayaran mulai mengubah peran uang tunai untuk alat pembayaran dan lebih ekonomis serta efisien dalam bentuk pembayaran *nontunai*.¹⁰

Hal tersebut mengakibatkan perubahan dari uang tunai ke uang *non* tunai cara bayar konsumen. Dahulu jika membeli barang dilakukan dengan cara tunai, saat ini konsumen bisa memilih berbagai macam jenis pembayaran, Mulai dari Visa, kartu kredit, dan saat ini ada fintech yang semakin populer digunakan oleh masyarakat saat ini. Selain itu, beberapa merek fintech, seperti Ovo, *Go-pay*, Dana, dll, agar masyarakat tertarik membeli barang di toko yang bekerjasama dengan fintech secara teratur mengadakan promosi *cashback*. Demikian pula saat membeli barang di *onlineshop*, hanya dengan cara melalui transfer dapat memperoleh produk di rumah menggunakan jasa kirim yang disediakan.

Perkembangan teknologi semakin pesat dalam era digital saat ini. Kemajuan teknologi telah memberikan kemudahan bagi setiap orang dalam banyak bidang, salah satunya dalam bidang perdagangan atau jual beli. Bentuk konkrit dari kemajuan teknologi adalah penggunaan internet. Internet memberikan berbagai kemudahan bagi para pelanggannya, berbagai kegiatan perusahaan dari kecil hingga besar juga

¹⁰ Jefry Tarantang, dkk, “*Perkembangan Sistem Pembayaran*”. 2019

memanfaatkan kemajuan ini dalam menjalankan bisnis mereka, tentunya salah satunya adalah tempat jual beli.¹¹

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia disaat ini merubah pola pikir masyarakat pada umumnya, yaitu ingin lebih praktis, cepat serta tidak sulit memperoleh produk yang diharapkan. Lebih kerennya , bisa *request* ojek *non* konvensional (ojek online) guna membeli makanan atau kebutuhan lain yang diinginkan tanpa harus keluar rumah. Ikuti saja urutan sistem penentuan GPS untuk mendapatkan apa diinginkan.Semuanya praktis dan sederhana dengan bantuan teknologi, hanya perlu memindai kode QR dan mengkonfirmasi pesanan dengan kata sandi¹². Ahli hukum islam (*fuqaha*) telah menyarankan sejumlah perangkat untuk memberikan kenyamanan bagi pihak-pihak yang bertransaksi guna menghindari kecurigaan yang terjadi dalam transaksi.¹³ Pelaku bisnis yang menginginkan kepercayaan konsumen perlu memberikan pelayanan dan pemenuhan kebutuhan yang baik dan sesuai target produk yang diinginkan masyarakat sehingga konsumen memiliki landasan yang kuat dalam memilih.¹⁴

Dengan kemudahan dan kecepatan proses bertransaksi yang dibawa oleh teknologi ini tentu sudah cukup menjadi jawabnya, selain juga karena semakin banyaknya *merchant* dan Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang menggunakan metode ini, namun masih dengan beragam QR Code. Hal inilah alasan

¹¹ Risa Ratna Gumilang, *Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri*, Vol.10, No.1, Maret 2019,

¹²Daniel Hermawan,“*Ekonomi Digital: Antara Peluang dan Tantangan*”, <https://walkandthrough.wordpress.com>, diakses pada tanggal 13 November 2020.

¹³ Muhammad Majdy Ammiruddin “*Khiyar (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-line: Studi Komparasi antara Laazada,Zalara, dan Blibli*” *Jurnal Falah: Ekonomi Syariah* 2016

¹⁴ Muhammad Satar, “*Sistem Kegiatan Pemasaran Dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam*” *Jurnal: Mirai Management* 2022

bagi Bank Indonesia untuk menyatukan sistem pembayaran *QR Code* di dalam negeri dengan *Quick Response Code Indonesian Standard* sebagai wadahnya, sehingga *merchant* hanya perlu menyediakan satu *QR Code* saja, sedangkan pembeli juga tak perlu mengubah aplikasi *QR* yang dimilikinya.¹⁵

Berdasarkan Bank Indonesia, *QRIS* diartikan sebagai penggunaan *QR Code* untuk mengabungkan *QR Code* dari berbagai macam penyelenggara jasa sistem pembayaran (PJSP)¹⁶. Keberadaan *QRIS* membawa banyak manfaat bagi para pelaku bisnis, antara lain mempermudah proses transaksi dengan *QRIS*, mencegah uang palsu, *modern* mesin kasir lebih rapi, serta *up to date*, karena hanya di sediakan satu *QR Code* sudah cukup untuk menerima berbagai pembayaran. Aplikasi, menyederhanakan pendaftaran pelaku usaha, tidak perlu repot mendaftarkan pelaku usaha lagi, menyederhanakan pemantauan dan analisis keuangan bisnis¹⁷. Dengan *QRIS* dapat mendorong kemajuan sektor UMKM yang tentunya dapat mempercepat akses keuangan para pelaku usaha dimanapun mereka berada, sehingga membantu meningkatkan kegiatan inklusi ekonomi para pelaku usaha tersebut¹⁸.

Seblak Mantul Parepare merupakan warung yang menyediakan makanan khas Bandung yaitu Seblak yang banyak diminati masyarakat. Seblak Mantul Parepare menyediakan berbagai cara metode pembayaran salah satunya metode pembayaran digital *QRIS*. Di Seblak mantul Parepare *QRIS* digunakan untuk pembayaran tunai

¹⁵Anonim, “Majalah Bank Indonesia Bicara” edisi LXXVIII, 3 Juli 2019.

¹⁶Anonim, “Quick Response Code Indonesian Standard (*QRIS*)”, <https://www.bi.go.id>, diakses pada tanggal 20 September 2020.

¹⁷ Anonim, “Apa itu *QRIS* dan manfaatnya Bagi Pebisnis,” <https://interactive.co.id>., diakses 20 September 2020.

¹⁸ Yulistyani Kasumaningrum, “Penggunaan *QRIS* Terus Ditingkatkan Termasuk Pedagang Mikro”, <https://www.pikiran-rakyat.com>, diakses pada tanggal 26 Desember 2020.

dan non tunai. Begitupun dengan perilaku konsumen terhadap pembayaran yang dilakukan di Seblak Mantul. Perilaku konsumen bukan hanya dilakukan untuk membeli kebutuhan saja melainkan membeli untuk mencoba produk tersebut, sehingga dalam memasarkan suatu produk kita butuh tanggapan-tanggapan terhadap perilaku konsumen untuk mengetahui bagaimana cara membeli dan cara membayar di outlet tersebut.

Berdasarkan hasil observasi awal di Seblak Mantul Parepare menunjukan bahwa penggunaan *QRIS* sebagai alat pembayaran non tunai yg menjadikan proses pembayaran semakin efektif. Konsumen Muslim memiliki pertimbangan khusus terkait keamanan transaksi, dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi pembayaran digital seperti *QRIS*. Analisis ini akan menggali perilaku mereka terhadap penggunaan *QRIS* dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan atau penolakan mereka terhadap teknologi ini. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pemilik bisnis di Seblak Mantul Parepare dalam mengadaptasi atau memperbaiki strategi pemasaran mereka, serta bagi penyedia layanan pembayaran digital dalam meningkatkan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan konsumen muslim. Dari latar belakang tersebut penulis hendak mengkaji analisis perilaku konsumen muslim terhadap pembayaran *QRIS* dengan judul:

“Analisi Perilaku Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Standar Indonesia (*QRIS*) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare”.

B. Rumusan Masalah

Melihat dari latar belakang masalah terkait dengan Analisis Perilaku Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare maka dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme pembayaran melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) di Seblak Mantul Parepare ?
2. Bagaimana Perilaku Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui mekanisme pembayaran melalui *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* di Seblak Mantul Parepare.
2. Untuk mengidentifikasi Perilaku Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan penelitian penulis.

2. Manfaat Praktis

Bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangannya di bidang penelitian khususnya yang terkait Quick Response Code Indonesia Standard (*QRIS*)



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Berdasarkan hasil pencarian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya, baik berasal dari perpustakaan, website, dan sebagainya, penulis menemukan beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian ini. Hanya saja penulis mendapat beberapa hasil karya ilmiah yang juga membahas hampir sama dengan objek penelitian penulis diantaranya :

1. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Muhammad Irfaa'I (2022) Mahasiswa Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto “Tinjauan Hukum Islam Terhadap *Quick Response Code Indonesia Standard* Sebagai Sistem Pembayaran Digital” (Studi Kasus Pasar Manis Purwokerto) dimana penelitian ini bertujuan mengetahui kepastian hukum Islam terkait akad yang terdapat pada sistem Pembayaran Digital melalui *Quick Response Code Indonesian Standard*, serta memberi informasi dan wawasan kepada penulis dan pembaca tentang praktik penggunaan Quick Response Code Indonesian (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yakni penelitian yang dilakukan dalam kehidupan nyata. Penelitian lapangan ini bertujuan guna melihat serta mendapatkan informasi secara langsung, sehingga data yang diperoleh bersumber dari lokasi tersebut dan terpercaya. Metode Penelitian digunakan dengan tujuan mengembangkan pengertian dan konsep-konsep sehingga menjadi teori, serta melihat sifatnya bersifat umum dan bervariasi atau berkembang sesuai kondisi di lapangan.
2. Aprilia Wulandari, “ Pengaruh Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS) Terhadap Omset Penjualan Pada Usaha Darul Huda Snack

Kecamatan Ukui Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”¹⁹ Dalam penelitian ini membahas tentang penggunaan *QRIS* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan omset penjualan pada usaha Darul Huda Snack. Artinya, jika Usaha Darul Huda Snack menetapkan *QRIS* sebagai sistem pembayaran yang sah maka hal tersebut tidak akan berpengaruh kepada kenaikan atau penurunan terhadap omset penjualan itu sendiri. Tinjauan Ekonomi Syariah terhadap penerapan penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (*QRIS*) dalam omset penjualan pada usaha Darul Huda Snack Kecamatan Ukui, yaitu diperbolehkan berlandaskan banyaknya kemaslahatan yang ada di dalamnya. Di karenakan penggunaan *QRIS* dapat dilakukan apabila uang elektronik tersedia pada sebuah aplikasi. Maka penggunaan uang elektronik telah diatur sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan yang terdapat dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 116/DSNMUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah.

3. Destianingsi, “Analisis Hukum Islam Terhadap Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standart (*QRIS*) dalam Transaksi Elektronik”.²⁰ Dalam penelitian ini membahas tentang Sistem pembayaran tidak dapat dipisahkan dari perkembangan uang yang diawali dari pembayaran secara tunai sampai kepada pembayaran yang bersifat nontunai. Bank Indonesia meluncurkan standar Quick Response (QR Code) yang tertuang pada Peraturan Dewan Gubernur Nomor 21/ 18/ PADG/ 2019 tentang Implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk Pembayaran. QR Code ini merupakan pembayaran

¹⁹ Apriliya Wulandari, “ *Pengaruh Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS) Terhadap Omset Penjualan Pada Usaha Darul Huda Snack Kecamatan Ukui Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*”, (Skripsi ;Sarjana Fakultas Ekonomi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau). 2022.

²⁰ Destianingsi, “*Analisis Hukum Islam Terhadap Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS) dalam Transaksi Elektronik*”, (Skripsi :Sarjana Fakultas Hukum Syariah). 2021

melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, atau mobile banking yang disebut QR Code Indonesian Standard (QRIS). Ketika aplikasi pembayaran digital yang digunakan oleh konsumen berbeda-beda, namun pihak toko (merchant) cukup menyediakan 1 kode QR saja. QRIS sama halnya dengan uang elektronik menawarkan banyak kenyamanan dan kemudahan. Namun di samping mempunyai banyak manfaat dan keunggulan, menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat. Beberapa pihak meragukan keamanan serta keefektifan sistem pembayaran ini dan sistem ini masih memerlukan adanya sosialisasi terkait prosedur penggunaannya.

4. Yashinta, “Penggunaan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Pada Cofee Shop Dikota Pontianak Menurut Persefktif Ekonomi Islam”²¹. Dalam Penelitian ini membahas tentang Sistem pembayaran sebagai pilar yang mendukung stabilitas sistem keuangan, saat ini berkembang dari penggunaan uang tunai ke sistem pembayaran digital melalui aplikasi e-wallet. Dalam perspektif Islam, penggunaan sistem pembayaran digital melalui e-wallet dapat dianggap legal atau boleh, sesuai dengan ayat Al-Quran Surah An-Nisa ayat 39, yang mengizinkan muamalah dalam bidang ekonomi selama dilakukan dengan benar dan tidak melanggar syariah.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui apa saja prinsip – prinsip ekonomi islam yang terdapat dalam penggunaan QRIS pada usaha coffee shop di Kota Pontianak dan bagaimana cara memaksimalkan penggunaan QRIS sebagai system pembayaran pada usaha coffee shop di Kota Pontianak.

5. Rosi Asrorul Maghfiro, ²²“Penggunaan E-money Berbasis Quick Response Indonesia Standart (QRIS) Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah”. Dalam

²¹ Yashinta Eltrixia Shabrin, “Penggunaan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Pada Cofee Shop Dikota Pontianak Menurut Persefktif Ekonomi Islam” Jurnal INSIS, 6. 2024

²² Rosi Asrorul Maghfiro, “Penggunaan E-money Berbasis Quick Response Indonesia Standart (QRIS) Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah”. (Skripsi : Sarjana, Fakultas Syariah, IAIN Jember).2021

Penelitian ini membahas tentang Mekanisme uang elektronik yang terdapat dalam *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)* pada dasarnya sama seperti QR Code lainnya. perbedaannya, *QRIS* bisa digunakan lintas platform sementara QR Code diterbitkan khusus untuk dipindai menggunakan aplikasi layanan pembayaran tertentu. Jenis mekanisme pembayaran yang digunakan pada *QRIS* yaitu dengan Merchant Presented Mode (*push payment*). Mekanisme dalam Merchant Presented Mode yaitu *QRIS* akan muncul di pihak merchant yang kemudian akan di scan oleh pengguna. Jadi, ketika hendak menyelesaikan transaksi di merchant tertentu, maka konsumen akan diberikan atau disodorkan *QRIS* oleh kasir dan menggunakan ponsel masing-masing dengan dua jenis QR Code yaitu statis dan dinamis. Penggunaan e-money berbasis Quick Response Indonesia Standard (*QRIS*) dalam tinjauan Hukum Ekonomi Syariah pada dasarnya sama seperti uang elektronik yaitu telah sesuai dengan Hukum Ekonomi Syariah dan telah memenuhi rukun serta syarat-syarat akad di dalamnya.

B. Tinjauan Teori

1. Perilaku Konsumen Muslim

a. Pengertian Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku konsumen seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumen seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam. Misalnya, apakah barang dan jasa yang dikonsumsi halal atau haram, apa tujuan seorang muslim melakukan aktivitas konsumsi, bagaimana

etika dan moral seorang muslim dalam berkonsumsi, bagaimana bentuk perilaku konsumsi seorang muslim dikaitkan dengan keadaan lingkungannya²³.

Perilaku konsumen merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah kegiatan tersebut dilakukan. Perilaku konsumen juga merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.²⁴

b. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku pembelian konsumen mengacu pada perilaku pembelian dari konsumen final yaitu individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Seluruh konsumen akhir ini berpadu membentuk pasar konsumen. Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor-faktor tersebut tidak dapat sepenuhnya dikendalikan oleh pemasar, akan tetapi harus diperhitungkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian yaitu:²⁵

²³ Rahmat Ilyas, “*Etika Konsumsi dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, Mahasiswa Program Doktor UIN Sumatera Utara, Dosen Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, Jurnal At-Tawassuth, Vol. 1, No. 1, 2016.

²⁴ Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah*”, (Alumnus Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana dan Dosen tetap Program Studi Magister Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta), Jurnal Spirits, Vol. 2, No. 1, November 2017

²⁵ Asna, “*Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada Mahasiswa se-malang raya*”, (Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang), Jurnal Modernisasi, Vol.6, No.2, Juni 2019.

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, berkaitan dengan budaya yang dianut oleh individu dan masyarakat sekitar. Dari ruang lingkupnya, faktor kebudayaan memberikan pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen.

Faktor kebudayaan sangat memengaruhi perilaku konsumsi individu. Nilai budaya, norma sosial, subkultur, agama, dan kebiasaan tradisional semuanya memainkan peran penting dalam membentuk bagaimana seseorang memilih produk, bagaimana mereka berbelanja, dan bagaimana mereka mengelola keuangan mereka. Oleh karena itu, dalam dunia bisnis, memahami faktor kebudayaan dapat membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan menyesuaikan produk dan pesan mereka dengan nilai-nilai dan kepercayaan yang dihargai oleh konsumen di budaya tertentu.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dari sisi eksternal individu. Yang termasuk ke dalam faktor sosial adalah kelompok referensi, keluarga serta peran dan status. Merujuk pada pengaruh yang diberikan oleh individu, kelompok, atau masyarakat dalam membentuk sikap, perilaku, dan keputusan seseorang. Faktor sosial mencakup aspek-aspek

seperti keluarga, teman, kelompok sosial, budaya, norma-norma sosial, serta pengaruh dari media dan lingkungan sosial yang lebih luas. Faktor-faktor ini dapat memainkan peran penting dalam bagaimana seseorang bertindak, berpikir, dan berinteraksi dengan orang lain, sering kali tanpa disadari.

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian yang dilakukan individu juga dipengaruhi oleh karakteristik yang ada pada dirinya. Beberapa karakteristik individu yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah usia dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep. Merujuk pada elemen-elemen internal yang mempengaruhi sikap, perilaku, dan keputusan seseorang. Faktor pribadi berperan penting dalam membentuk cara seseorang memandang dunia, berinteraksi dengan orang lain, dan membuat keputusan.

4) Faktor Psikologis

Kebutuhan yang harus dipenuhi oleh seseorang tidak selalu bersifat fisiologis, yaitu pemenuhan kebutuhan fisik, misalnya pemenuhan kebutuhan akan rasa lapar, haus, dan sebagainya. Pada saat tertentu, seseorang akan memenuhi kebutuhan yang bersifat psikologis. Kebutuhan psikologis merupakan kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, misalnya kebutuhan untuk diakui, harga diri atau kebutuhan untuk diterima dalam

masyarakat. Beberapa hal yang termasuk ke dalam faktor psikologis ini adalah motivasi dan persepsi.

Orientasi pengambilan keputusan sebenarnya didukung oleh pengalaman seseorang, sedangkan sikap terhadap pengalaman itu sendiri berkaitan dengan kematangan emosi seseorang.²⁶ Namun demikian, ada aspek fundamental lain yang berperan dan memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk, yang meliputi:

1) Faktor Kebutuhan

Penentu utama perilaku konsumen dalam membeli suatu produk adalah kebutuhan individu. Makanan, minuman, tempat tinggal, dan pakaian adalah prasyarat penting untuk bertahan hidup. Ia akan membeli barang-barang yang penting, baik untuk kebutuhan rutin maupun kebutuhan yang tidak terduga.

2) Faktor Lingkungan

Lingkungan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap individu, membuat banyak orang memodifikasi gaya hidup dan kebutuhannya berdasarkan lingkungannya. Keputusan pembelian sering dipengaruhi oleh anggota keluarga, terutama dalam rumah tangga dengan anak-anak yang mempengaruhi pembelian makanan, pakaian, dan hiburan. Selain itu teman, rekan kerja, dan kelompok sosial lainnya memberikan pengaruh besar. Konsumen sering membeli produk yang direkomendasikan atau digunakan oleh kelompok referensi mereka.

3) Faktor Kualitas Produk

Banyak pembeli yang tertarik untuk membeli suatu produk karena kualitasnya yang tinggi. Jika dia menemukan barang yang dianggap berkualitas tinggi dan tertarik, dia tidak akan ragu untuk membeli. Produk yang tahan lama memberikan nilai lebih bagi konsumen yang mencari investasi jangka panjang. Kemudian penampilan produk, seperti desain,

²⁶ Muhammad Satar “Pengambilan Keputusan Ditinjau dari majemen diri dan kematangan emosi” *Jurnal Al-Qaib: Psikologi Islam* 2019

warna, dan tekstur, juga memainkan peran penting dalam menarik konsumen yang mengutamakan estetika.

4)Faktor Harga

Harga adalah masalah krusial yang harus dipertimbangkan. Biasanya, harga adalah kriteria utama dan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen mempertimbangkan apakah mereka mampu membeli produk berdasarkan harga absolutnya. Produk dengan harga yang sesuai dengan anggaran lebih mungkin dibeli. Selain itu, Konsumen juga mengevaluasi apakah harga produk sebanding dengan kualitas yang ditawarkan. Produk dengan nilai yang baik, yaitu kualitas tinggi dengan harga terjangkau, lebih disukai. Penawaran diskon, penjualan, dan promosi harga juga akan menarik perhatian konsumen dan mendorong pembelian.

5)Faktor Promosi

Tidak dapat dipungkiri bahwa iklan atau promosi memiliki kemampuan untuk menghipnotis konsumen. Tidak mengherankan jika banyak produk berusaha untuk mengoptimalkan strategi promosi mereka untuk menarik atau mempertahankan sejumlah besar konsumen. Persepsi dan minat konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh iklan di media cetak, televisi, dan platform pemasaran digital seperti mesin pencari dan media sosial. Iklan yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, kreatif, dan menarik secara visual akan lebih efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

c. Komponen Perilaku Konsumen

Sikap menunjukkan arah. Hal ini bisa dilihat apakah orang tersebut bersikap menguntungkan atau tidak terhadap suatu objek. Disamping itu, sikap juga menunjukkan kekuatan, yaitu tingkat keyakinan atau kepercayaan mengenai wujud objek tersebut atau seberapa kuat seseorang merasakan keyakinannya. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku, dan lingkungannya di mana manusia

melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Sikap terdiri dari tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif.²⁷

a. Komponen kognitif

Komponen dari sikap ini menggambarkan pengetahuan dan persepsi terhadap suatu objek sikap. Pengetahuan dan persepsi tersebut diperoleh melalui pengalaman langsung dari objek sikap tersebut dan informasi dari berbagai sumber lainnya. Pengetahuan dan persepsi tersebut biasanya berbentuk kepercayaan (*beliefs*) artinya konsumen mempercayai bahwa suatu objek sikap memiliki atribut dan perilaku yang spesifik dan akan mengarahkan pada hasil yang spesifik.

b. Komponen afektif

Afektif menggambarkan perasaan dan emosi seseorang terhadap suatu produk atau merek. Perasaan dan emosi tersebut merupakan evaluasi menyeluruh terhadap objek sikap (produk atau merek). Afektif mengungkapkan penilaian konsumen terhadap suatu produk apakah baik atau buruk, disukai atau tidak disukai.

c. Komponen konatif

Konatif adalah komponen ketiga dari sikap yang menggambarkan kecenderungan dari seseorang untuk melakukan

²⁷ Endi Sarwoko dan Madziatul Churiyah, “Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek Aqua Berkaitan dengan Penerapan Program CSR (Corporate Social Responsibility)” , Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang, Jurnal Modernisasi, Vol. 3, No.2, Juni 2018.

tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap (produk atau merek tertentu).

d. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif islam, perilaku konsumen selalu berpedoman kepada ajaran islam, diantaranya:²⁸

- a. Barangnya harus hallal dan baik (*hallalan thayyibah*) secara zat dan cara memperolehnya
- b. Tidak mengutamakan diri sendiri (*self interest*) dan mengabaikan orang lain. Dalam islam seorang muslim wajib membagi makanan yang dimasaknya kepada tetangganya yang merasakan aroma dari makanan tersebut. seorang muslim diharamkan kelaparan.
- c. Membedakan antara kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*)
Preferensi konsumen muslim berdasarkan prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas.
- d. Tujuan konsumsi adalah masalah dan falah yang didalamnya mengandung unsur manfaat dan berkah. unsur manfaat adalah pemenuhan kebutuhan fisik, psikis dan material yang bersifat duniawi. Sedangkan berkah adalah pemenuhan kebutuhan spiritual yang bersifat ukhrawi (pahala dan ridha Allah).

Perilaku konsumen muslim dilarang bermewah-mewahan. yang dimaksud dengan bermewah-mewahan disini adalah tenggelamnya dalam kenikmatan hidup. Berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan untuk hal yang tidak bermanfaat untuk diri dan sia-sia. Allah berfirman dalam surah At-Takasur ayat 1

²⁸ Munrokhim Misanan, *Ekonomi Islam*, Rajawali Pres, Jakarta, 2011

التَّكَاثُرُ أَلْهَاكُمْ

Terjemahnya:

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu”²⁹

b. Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam

Perilaku mengacu pada reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan sekitarnya, sedangkan konsumen adalah seseorang yang memanfaatkan barang atau jasa yang diciptakan. Perilaku konsumen mencakup keseluruhan aktivitas, perilaku, dan proses psikologis yang mempengaruhi tindakan ini sebelum, selama, dan sesudah perolehan, penggunaan, dan penilaian barang dan jasa.³⁰ Perilaku konsumen dalam Islam berupaya memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani, dengan tetap berpegang teguh pada norma-norma syariat Islam. Hal ini mencakup evaluasi apakah barang dan jasa yang dimakan mematuhi hukum makanan Islam (halal) atau dilarang (haram), niat di balik konsumsi seorang Muslim, aspek etika dan moral konsumsi, dan hubungan antara perilaku konsumsi seorang Muslim dengan lingkungan sekitarnya.³¹

Perilaku konsumen mencakup tindakan yang dilakukan individu, kelompok, atau organisasi selama proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa ekonomi. Lingkungan sekitar dapat mempengaruhi tindakan ini.³² Ekonomi Islam berpusat pada studi tentang sikap manusia terhadap kekayaan, yang meliputi tindakan yang dilakukan individu untuk memperoleh kekayaan (produksi), mengelolanya (pengelolaan kekayaan), dan memanfaatkan kekayaan (konsumsi). Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumen dipandu oleh kerangka kerja etika yang lengkap yang mencakup seluruh proses pemilihan, penggunaan, dan perolehan manfaat dari berbagai hal. Konsumen Muslim harus menahan diri untuk tidak mengadopsi pola konsumsi yang hanya didorong oleh kesenangan, yang kadang-kadang disebut sebagai *Tarf*, karena bertentangan

²⁹ Al-Qur'an Al Karim

³⁰ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, 1st ed. (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2015)

³¹ Rahmat Ilyas, “Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal At-Tawassuth* 1, no. 1 (2016),

³² Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah,” *Jurnal Spirits* 2 (2011)

dengan prinsip-prinsip Islam dan dapat memiliki konsekuensi yang merugikan bagi kehidupan individu.³³

Dalam Islam, perilaku konsumen dipengaruhi oleh perbedaan yang jelas antara halal (diperbolehkan) dan haram (dilarang). Menggabungkan yang halal dengan yang haram sangat dilarang dalam setiap usaha bisnis. Hal ini berkaitan dengan batasan-batasan konsumsi dalam kerangka perilaku konsumen Muslim. Konsumen Muslim diharuskan untuk memilih barang halal dan menjauhkan diri dari mengkonsumsi produk haram. Pemilihan barang halal juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Prinsip utama perilaku konsumen dalam sistem ekonomi Islam yang ada di Al-Qur'an adalah:

- a. Hidup sederhana dan menghindari kemewahan (*taf*) Hal ini menyiratkan bahwa satu-satunya tujuan kegiatan ekonomi adalah untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*wants*).
- b. Mengimplementasikan zakat, infak, dan shodaqoh. Mengalokasikan pendapatan untuk amal sosial sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Salah satu penyeimbang dari alur kebutuhan individu juga dikenal sebagai alur konsumsi sosial adalah zakat, infak, praktik sejenisnya. Tidak ada penyaluran lain yang seperti ini dalam Ekonomi Islam.
- c. Larangan riba akan digantikan dengan program bagi hasil yang menggabungkan instrumen *mudharabah* dan *musyarakah* dalam transaksi bisnis.
- d. Mengoperasikan bisnis yang halal: segala sesuatu mulai dari barang atau komoditas hingga proses produksi dan distribusi harus mematuhi peraturan halal. Perusahaan tidak boleh berurusan dengan kegiatan spekulatif (*gharar*) dan perjudian (*maisir*).
- e. Menurut Hery Sudarsono, proses konsumsi seorang Muslim bergantung pada beberapa faktor penting: 1) Seluk-beluk masalah ekonomi dalam masyarakat tidak sepenuhnya berada di bawah kendali manusia; Allah SWT bertanggung jawab untuk menjamin kelangsungan hidup manusia. 2) Menurut konsep Islam, pola konsumsi seseorang ditentukan oleh kebutuhannya; pola konsumsi yang didasarkan pada kebutuhan akan lebih efektif dalam mencegah konsumsi yang tidak perlu. Hal ini sesuai dengan ajaran Allah swt.

Etika perilaku konsumen Islam sangat berdampak terhadap perilaku konsumen. Etika konsumsi dalam Islam menyatakan bahwa konsumen harus memilih barang-barang yang adil, tidak berbahaya, moderat, dan sejalan

³³ M. Said, Syihabudin & Ma'zumi, *Falsafah Dan Perilaku Ekonomi Islam* (Jakarta: Diadit Media, 2018)

dengan prinsip-prinsip Islam. Etika konsumsi Islam berdampak pada perilaku konsumen dengan memandu individu untuk memilih barang halal dan menghindari mengonsumsi produk haram. Oleh karena itu, etika pembelian Islam memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumen Muslim, karena bertujuan untuk memberikan keberkahan dan kemakmuran dalam hidup.³⁴

Yusuf Qardhawi juga menekankan prinsip-prinsip dasar yang harus menjadi landasan pendekatan seorang Muslim terhadap konsumsi, seperti

1. Memanfaatkan kekayaan untuk tujuan-tujuan kebajikan dan menahan diri dari sikap terlalu berhemat.
2. Menolak segala bentuk pemborosan (*Mubadzir*).
3. Menghindari hutang.
4. Melestarikan aset-aset yang sudah ada dan aset fundamental.
5. Kesederhanaan.

Jumlah agama seseorang atau kelompok secara substansial mempengaruhi perilaku konsumen dalam ekonomi Islam, yang pada gilirannya menentukan pola konsumsi dan produksi di pasar. Tiga aspek perilaku ekonomi dapat disimpulkan berdasarkan tingkat keimanan. Pada awalnya, ketika agama mencapai tingkat yang tinggi, kekuatan pendorong di balik konsumsi atau produksi akan terutama dipengaruhi oleh masalah (kepentingan umum), kebutuhan, dan kewajiban. Selanjutnya, ketika keimanan berkurang, motivasi yang mendasari tidak hanya terbatas pada tiga faktor tersebut, tetapi juga dibentuk oleh ego, materialisme, dan aspirasi pribadi. Lebih jauh lagi, ketika iman berkurang, tujuan ekonomi akan lebih banyak dipengaruhi oleh sifat-sifat egoisme, egoisme, kerinduan, dan rasionalitas.³⁵

Sementara itu, Muhammad Muflih menjelaskan bahwa konsumsi dalam Islam haruslah menunjukkan hubungan seseorang dengan Allah. Kemakmuran seorang konsumen Muslim digunakan untuk memenuhi kebutuhan material dan spiritual mereka, karena konsumsi secara intrinsik terkait dengan keyakinan agama mereka. Keimanan memiliki arti penting karena membentuk cara pandang seseorang terhadap kehidupan, sehingga mempengaruhi karakter, tindakan, cara hidup, hubungan dengan orang lain, pemanfaatan sumber daya, dan kepedulian terhadap lingkungan. Keimanan

³⁴ Rahman Ambo Masse Nur Alisa, Pipi Arviana, Nur Azizah, Aulia Alwi, "Konsep Konsumsi Islami: Integrasi Prinsip-Prinsip Islam Dalam Teori Konsumsi," *TAFATTAH: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Ahwal Syahsiyah* 8, no. 2 (2023)

³⁵ Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam," *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 6, no. 1 (2016)

mempengaruhi karakteristik, jumlah, dan keunggulan konsumsi, yang mencakup dimensi material dan spiritual.³⁶

Prinsip ekonomi Islam dalam perilaku konsumsi adalah:

- 1) Prinsip Keadilan. Sebagai seorang muslim, mencari rezeki dengan cara yang halal dan sesuai dengan hukum Allah termasuk dalam prinsip keadilan. Islam menetapkan batasan-batasan mengenai jenis barang apa saja yang boleh dan tidak boleh dikonsumsi. Konsumsi oleh umat Islam harus diperoleh secara adil, sesuai dengan peraturan Islam, dan menghormati etika *halalan tayyiban*.
- 2) Prinsip Kebersihan. Makanan yang dikonsumsi haruslah baik, bersih, dan bebas dari bau tidak sedap sesuai dengan konsep kebersihan. Konsumsi harus mempertimbangkan kehalalan dan kualitas. Selain melarang konsumsi bangkai, darah, daging babi, dan alkohol, Al-Qur'an dan hadits juga membatasi makanan dan minuman apa saja yang diperbolehkan dan dilarang. Contohnya adalah buah-buahan, daging sapi, unggas, dan ikan yang halal.
- 3) Prinsip Kesederhanaan. Menurut prinsip ini, konsumsi harus dibatasi pada apa yang diperlukan dan tidak boleh melebihi kebutuhan (*israf*). Makan sebelum lapar dan berhenti sebelum kenyang adalah contoh dari gagasan ini. Islam mendorong kehidupan yang proporsional dan melarang perilaku hedonis dan konsumtif.
- 4) Prinsip Kemurahan hati. Prinsip ini menekankan bahwa, dengan pengetahuan bahwa Allah adalah pemilik segala sesuatu dan sumber dari segala makanan, perilaku konsumen harus didasarkan pada sedekah. Agar setiap orang dapat merasakan rezeki dari Allah, manusia harus menyumbangkan sebagian dari uangnya kepada mereka yang membutuhkan.
- 5) Prinsip moralitas. Pada prinsip moralitas, kebiasaan konsumsi seorang Muslim harus dipandu oleh prinsip-prinsip moral untuk memenuhi kebutuhan material dan spiritual. Kegiatan yang berkaitan dengan konsumsi harus mengedepankan prinsip-prinsip moral, seperti berterima kasih kepada Allah sebelum dan sesudah makan.

Perilaku konsumsi menurut Islam ditujukan untuk menjauhkan seseorang dari hal-hal yang dilarang. Untuk menjaga maslahat dan menuai pahala yang sesuai dengan ajaran Islam, motivasi kegiatan konsumsi harus sejalan dengan prinsip-prinsip tersebut. Dalam Islam, konsumsi memiliki efek yang bermanfaat bagi kehidupan sehari-hari selain memperkuat ketakwaan seseorang kepada Allah.

Terlepas dari kenyataan bahwa belum ada negara Muslim yang sepenuhnya menerapkan ekonomi Islam sesuai dengan ajaran Al-Qur'an, hadits,

³⁶Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 20016),

praktik para sahabat, dan interpretasi para ulama, perbedaan perilaku konsumsi antara individu yang beriman dan bertakwa dengan yang tidak dapat diamati dalam kehidupan sehari-hari. Ketika mendapatkan penghasilan tetap, seorang konsumen Muslim yang religius tidak hanya mempertimbangkan kebutuhan pribadi, tetapi juga merenungkan keimanan, ketakwaan, dan kesadaran bahwa hidup ini dimaksudkan untuk mendapatkan keridhaan Allah Swt. Oleh karena itu, ia mengadopsi perspektif holistik, mengalokasikan penghasilannya untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarganya, serta untuk memajukan agama Islam (*fi sabilillah*). Setiap tindakannya, termasuk pembelian, adalah bentuk dzikir kepada Allah swt. Oleh karena itu, ia memilih untuk mengikuti jalan yang telah ditetapkan oleh Allah swt. dengan menahan diri dari memperoleh komoditas haram, menjauhkan diri dari sifat kikir, dan menghindari keserakahan untuk memastikan bahwa hidupnya sejahtera di akhirat dan di dunia.

c. Batasan Konsumsi Dalam Islam

Islam secara signifikan berkontribusi pada penanaman kualitas moral seperti kejujuran, integritas, kesederhanaan, persahabatan, keadilan, pengertian, kerja sama, perdamaian, harmoni, dan peran mengendalikan perilaku tidak bermoral dalam masyarakat. Inilah sebabnya mengapa hukum Syariah mempengaruhi keseimbangan modal sosial. Hal ini dikuatkan oleh ajaran Islam tentang tanggung jawab manusia di dunia dan akhirat, serta konsep *mardatillah* (mencari keridhaan Allah) untuk perilaku dalam berbagai bentuk dan jenis. Oleh karena itu, keseimbangan antara kebutuhan *ukhrawi* dan duniawi tidak dapat dipisahkan dari konsumsi terpadu dalam Syariah³⁷. Dengan demikian, terdapat perbedaan yang jelas antara apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan dalam kegiatan ekonomi dalam Islam. Dalam kata lain, mencampurkan komponen halal dan haram dilarang dalam kegiatan ekonomi. Hal ini merupakan batasan konsumsi bagi perilaku konsumen Muslim.

Menurut kepercayaan Islam, tindakan mengkonsumsi secara intrinsik terkait dengan keimanan seseorang. Keimanan berfungsi sebagai kriteria penting yang membentuk pandangan dunia seseorang dan memengaruhi karakternya, mencakup tindakan, cara hidup, pilihan, dan interaksi mereka dengan orang lain, serta hubungan mereka dengan sumber daya dan lingkungan. Keyakinan memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat, jenis, dan keunggulan konsumsi, yang mencakup kepuasan material dan spiritual. Tujuannya adalah untuk mencapai keseimbangan antara aspek duniawi dan spiritual dalam kehidupan. Selain itu, iman bertindak sebagai kriteria moral dalam hal alokasi kekayaan, sekaligus mendorong pemanfaatan sumber daya (pendapatan) secara efisien. Kerangka kerja etis ini memastikan bahwa kepentingan individu selaras dengan kepentingan masyarakat dengan

³⁷ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016),

memodifikasi pilihan individu agar lebih sesuai dengan preferensi sosial, sehingga mendorong kebajikan dan efisiensi. Islam melarang *israf* (pemborosan yang berlebihan), kemewahan, dan bentuk-bentuk perilaku boros lainnya dalam situasi ini. Tujuan pelarangan *israf* adalah untuk mencegah konsekuensi yang merugikan seperti inefisiensi, egoisme, dan memperturutkan keinginan, yang mengarah pada pemborosan dan kerusakan. Oleh karena itu, untuk memberantas perilaku *israf*, Islam memerintahkan individu untuk memprioritaskan konsumsi barang-barang yang lebih penting dan bermanfaat serta menahan diri dari konsumsi yang berlebihan dari semua jenis produk.

Pandangan Islam tentang larangan konsumsi tidak hanya mencakup makanan dan minuman, tetapi juga mencakup berbagai hal lainnya. Dalam tafsir Al-Misbah, Quraish Shihab mengklasifikasikan barang-barang yang diharamkan ke dalam dua kategori yang berbeda: produk yang diharamkan karena sifat intrinsiknya, seperti daging babi, bangkai, dan darah, dan barang-barang yang diharamkan karena posisi hukumnya, seperti makanan yang tidak diizinkan oleh pemiliknya. Komoditas yang diizinkan adalah komoditas yang tidak termasuk dalam kedua kategori ini. Selain itu, sangat penting untuk mempertimbangkan elemen-elemen seperti kualitas, kesesuaian, dan kebersihan.

2. QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)

a. Pengertian QRIS

QR Code adalah serangkaian kode yang memuat data/informasi, identitas pedagang/pengguna, nominal pembayaran, dan/atau mata uang yang dapat dibaca dengan alat tertentu dalam rangka transaksi pembayaran. Teknologi QR Code pada penggunaannya telah berkembang ke berbagai industri termasuk di pembayaran. QR Code merupakan jenis barcode dua dimensi yang berisi informasi lebih banyak dari barcode dan dapat dibaca dari berbagai arah secara horizontal maupun vertikal. Sedangkan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah standar QR Code pembayaran untuk sistem pembayaran Indonesia yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) merupakan standar QR Code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik server based, dompet elektronik, atau mobile banking.

Pengembangan *QRIS* ini mengusung semangat UNGGUL, yaitu

- a. Universal: Inklusif, untuk keseluruhan lapisan masyarakat dan dapat digunakan di domestic dan luar negeri.
- b. GampanG: Transaksi dilakukan dengan mudah dan aman dalam satu genggaman.
- c. Untung: Efisien, satu code QR untuk semua aplikasi
- d. Langsung: Transaksi cepat dan seketika, mendukung kelancaran sistem pembayaran.

Pada tanggal 1 Januari 2020 Bank Indonesia (BI) mewajibkan seluruh penyedia layanan pembayaran QR yang beroperasi di Tanah Air menggunakan sistem *QRIS*. *QRIS* dirancang sebagai pemersatu untuk semua aplikasi pembayaran yang menggunakan QR. Maka *QRIS* bisa digunakan di semua merchant yang bekerja sama dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). Karena sistem QR Code ini menggunakan Merchant Presented Mode (MPM). Pengguna tinggal scan QR Code pada *QRIS* yang ada di berbagai merchant yang menyediakan transaksi QR. Merchant yang bekerja sama dengan LinkAja, Gopay, OVO, DANA, Bukalapak, dan sebagainya. Cukup memakai satu QR Code yang terintegrasi. Sehingga apapun aplikasi pembayaran QR yang digunakan konsumen, transaksi dapat dilakukan.

Dalam aturan pelaksanaan *QRIS*, batas nominal transaksi yang bisa dilakukan maksimal Rp 2.000.000 per transaksi. Akan tetapi, penerbit (PJSP) bisa menetapkan batas nominal kumulatif harian dan/ atau bulanan atas transaksi *QRIS* yang dilakukan oleh masing-masing pengguna *QRIS*. Penetapan batas nominal kumulatif itu dengan syarat penerbit punya pertimbangan manajemen resiko yang baik. Penerapan *QRIS* sendiri merupakan salah satu perwujudan visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI)

2025. Dengan adanya *QRIS*, diharapkan transaksi pembayaran bisa lebih efisien atau mudah, inklusi keuangan di Indonesia lebih cepat, UMKM bisa lebih maju dan pada akhirnya bisa mendorong pertumbuhan ekonomi.³⁸

Sebagai pedoman implementasi Quick Response Code Indonesian Standard (*QRIS*), Bank Indonesia menerbitkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) No.21/18/PADG/2019 tentang implementasi Standar Nasional Quick Response Code untuk pembayaran pada tanggal 16 Agustus 2019. Penerbitan ketentuan bertujuan untuk memastikan penyelenggara pelayanan yang menggunakan *QRIS* di Indonesia dapat berjalan dengan baik. Implementasi *QRIS* secara nasional efektif berlaku mulai 1 Januari 2020, guna memberikan masa transisi persiapan bagi Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP³⁹).

b. Jenis Mekanisme Transaksi Menggunakan *QRIS*

a. Merchant Presented Mode

Mekanisme QR Code Merchant Presented Mode. Pelanggan akan meng-scan QR Code yang telah disediakan merchant. Ada 2 bentuk QR Code Merchant Presented Mode:

1) Statis Karakteristik:

- a) QR Code berisi Merchant ID dan bersifat tetap, ditampilkan dalam sticker atau print-out (QR di-generate satu kali)
- b) Nominal transaksi di input oleh customer pada mobile device customer.

2) Dinamis Karakteristik

³⁸ Bank Indonesia, “*Setelah Bunga Acuan Turun, Masih Ribet dengan Banyak QR Code?*,” dalam majalah Bank Indonesia Bicara (2019)

³⁹ Diakses dari <https://www.bi.go.id> pada tanggal 19 Juni 2024

- a) Mesin EDC akan mencetak struk pembayaran dengan tertera juga QR Code dan monitor akan menunjukkan nominal pembayaran
- b) Setiap transaksi dicetak dengan QR Code yang berbeda
- c) Nominal pembayaran telah tertera pada QR Code.

b. Customer Presented Mode

Mekanisme QR Code Customer Presented Mode ini dapat digunakan oleh setiap orang. Konsumen dapat memilih dan mengunduh aplikasi pembayaran yang terpasang pada ponsel dan mempunyai saldo untuk bertransaksi. Merchant akan menscan QR Code yang ditampilkan melalui smartphone pelanggan.⁴⁰

Perangkat yang harus disediakan dalam bertransaksi dengan QRIS dibutuhkan smartphone yang dapat meng-scan QR Code, paket data internet, aplikasi pembayaran, dan saldo pada aplikasi pembayaran.

- 1) Metode Transaksi Sebelum adanya QRIS Merchant harus menyediakan beberapa aplikasi pembayaran di tokonya. Konsumen yang membayar secara nontunai, harus memastikan bahwa aplikasi pembayaran yang dimilikinya harus tersedia pada Merchant.
- 2) Metode Transaksi Sesudah adanya QRIS Merchant tidak perlu mempersiapkan banyak aplikasi pembayaran, hanya menyediakan satu QR Code di toko dan QR code dapat di-scan oleh konsumen dengan berbagai aplikasi pembayaran di smartphone.

c. . Karakteristik QRIS

Ada beberapa karakteristik yang dimiliki oleh QRIS (Quick Response Indonesian Standard) adalah sebagai berikut:

⁴⁰ Josef Evan Sihaloho, dkk., *Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan*, Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 17 No. 2 April 2020.

a. Mempunyai kapasitas data yang lebih besar dibandingkan barcode horizontal.

b. Mempunyai kemampuan untuk tetap dapat dibaca walaupun 30% kode rusak atau kotor.

c. Dapat dibaca dari berbagai arah.

d. Manfaat *QRIS*

Ada beberapa manfaat *QRIS* (Quick Response Indonesian Standard) bagi merchant:⁴¹

a. Mengikuti trend pembayaran secara non tunai digital (OVO, Gopay, LinkAja, DANA, Paytren, CIMB GoMobile, PertamaX, MoBRI, Bank Bali dan sebagainya). Potensi perluasan penjualan karena alternatif pembayaran selain kas.

b. Peningkatan traffic penjualan

c. Penurunan biaya pengelolaan uang tunai atau kecil:

1) Tidak memerlukan uang kembalian.

2) Sebagian uang penjualan tersimpan di bank dan bisa dilihat setiap saat.

3) Risiko uang tunai hilang atau dicuri menurun. d. Penurunan risiko rugi karena menerima pembayaran dengan uang palsu

e. Transaksi tercatat otomatis dan bisa dilihat history transaksi

f. Building credit profile bagi bank, peluang untuk mendapat modal kerja menjadi lebih besar.

g. Kemudahan pembayaran tagihan, retribusi, pembelian barang secara non tunai tanpa meninggalkan toko.

⁴¹ Diakses dari <https://www.bi.go.id> pada tanggal 19 Juni 20224

- h. Mengikuti program pemerintah (BI, Kementerian dan Pemda).
- e. Kelebihan dan Kekurangan Quick Response Indonesian Standard (*QRIS*)

Ada beberapa kelebihan *QRIS* yang berdampak positif, diantaranya:

- a. Mempermudah Transaksi

Mempermudah transaksi yang dimaksud bertransaksi dengan non tunai tidak perlu membawa uang tunai yang memiliki banyak kelemahan dari segi penyimpanan cukup praktis. dan transaksi dapat dengan mudah dilacak baik itu jumlah transaksi, waktu, tempat, seluruh Keterangan tersebut bisa didapat keterangannya dengan mudah.

- b. Sirkulasi Uang Lebih Cepat

Dengan menggunakan uang elektronik masyarakat lebih mudah melakukan berbagai transaksi sehingga sirkulasi uang dalam lingkup perekonomian Indonesia akan lebih mudah dan cepat. Penggunaan uang elektronik mempercepat sirkulasi uang dalam perekonomian dengan menyediakan sistem pembayaran yang lebih cepat, mudah, dan efisien. dengan demikian, sirkulasi uang yang lebih cepat dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih baik dan lebih terintegrasi.

- c. Meningkatkan Keamanan dan Kesehatan

Resiko penggunaan uang palsu bisa dihindari dengan adanya uang elektronik dan menurunkan tingkat perampokan, pencurian, serta kesehatan karena tidak adanya uang tunai yang dibawa.

- d. Pajak akan meningkat

Kemudahan transaksi dan sirkulasi uang yang lebih cepat maka dapat meningkatkan pendapat Negara serta mendorong pertumbuhan ekonomi

Indonesia. Kemudahan transaksi dan sirkulasi uang yang lebih cepat melalui uang elektronik memberikan keuntungan besar bagi perekonomian Indonesia. Dengan meningkatkan jumlah transaksi yang tercatat, mengurangi ekonomi informal, dan memperluas sektor yang dikenakan pajak, negara dapat memperoleh lebih banyak pendapatan dari pajak. Selain itu, dengan meningkatkan efisiensi ekonomi dan mendorong pertumbuhan sektor ekonomi digital, penerimaan negara juga dapat meningkat secara signifikan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih besar dan lebih stabil.⁴²

Namun, ada beberapa kekurangan juga, di antaranya:

- 1) Nominal Transaksi Terbatas Ada batasan nominal yang ditentukan untuk sekali transaksi *QRIS*. Jadi, dalam sekali transaksi, Anda hanya dapat bertransaksi maksimal dua juta rupiah.
- 2) Ancaman Kejahatan Digital Ada yang berpikir bahwa membawa uang tunai akan rawan terjadinya pencopetan, maka memilih uang digital akan dirasa lebih aman. Tapi, tentunya ancaman kejahatan itu masih ada sekalipun Anda menggunakan alat pembayaran dengan sistem digital. Keamanan infrastruktur sistem pembayaran elektronik ini harus selalu update dan penggunaanya harus bijak agar tidak terkena kejahatan siber karena ancaman kejahatan digital ini selalu mengintai.

⁴² Ana Srekaningsih, *QRIS Dan ERA Baru Transaksi Pembayaran 4.0*, (Yogyakarta: CV Andi OFFSET, 2020)

- 3) Adanya biaya transaksi Biaya transaksi *QRIS* dibebankan kepada merchant adalah salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha dalam adopsi sistem pembayaran digital ini.⁴³

3. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang melakukan pengaturan kontrak, fasilitas pengoprasian dan mekanisme teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan, dan penerimaan instruksi pembayaran, serta pemenuhan kewajiban pembayaran yang dikumpulkan melalui pertukaran nilai antar perorangan, bank, dan lembaga lainnya baik domestic maupun antar Negara. Menurut UU No. 23/1999 tentang Bank Indonesia Pasal 1 mendefinisikan secara tegas bahwa sistem pembayaran sebagai satu kesatuan yang utuh dari seperangkat aturan, lembaga, mekanisme untuk melaksanakan perpindahan dana guna memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi.⁴⁴

Sistem pembayaran saat ini terbagi menjadi 2 jenis yaitu pembayaran tunai dan non tunai. Seiring dengan perkembangan zaman, porsi transaksi non tunai mengalami peningkatan sedangkan di sisi lain, transaksi non tunai mengalami penurunan. Muncul dan berkembangnya instrumen pembayaran non tunai telah diperkirakan akan menggeser penggunaan instrumen cash. Aulia Pohan dalam bukunya mengatakan bahwa perkembangan alat pembayaran non tunai didorong oleh perkembangan teknologi yang mengambil peran yang sangat

⁴⁴ Aulia Pohan, Sistem Pembayaran “*Strategi dan Implementasi di Indonesia*”, (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2018)

penting di dalam kehidupan masyarakat, khususnya di bidang telekomunikasi dan informasi yang mendorong berbagai macam alat pembayaran⁴⁵

Pembayaran secara umum dapat diartikan sebagai pemindahan sejumlah uang dari sipembayar ke penerima. Pembayaran digital adalah pembayaran yang berbasis teknologi. Di dalam pembayaran digital uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik. Pembayaran secara tradisional dilakukan melalui uang tunai, cek, atau kartu kredit sedangkan pembayaran digital dilakukan menggunakan software tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik. Komponen-komponen utama dari sistem pembayaran digital antara lain aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, peraturan dan prosedur yang memerintah kegunaan dari sistem tersebut.

Menurut Hancock dan Humphrey sistem pembayaran adalah tulang punggung perekonomian dan menjadi infrastruktur utama untuk perdagangan. Sistem pembayaran memfasilitasi penyelesaian perdagangan untuk menggunakan berbagai inovasi pembayaran di luar barter dengan menyediakan berbagai media untuk mempertukarkan nilai. Pasar keuangan dan perekonomian bergantung kepada sistem pembayaran untuk memfasilitasi perdagangan dan pertukaran di antara institusi dan konsumen dalam pasar produk barang dan jasa. Sistem pembayaran juga melayani transmisi arus dana baik domestik maupun internasional ke dalam investasi produktif melalui pasar finansial

⁴⁵ Aulia Pohan, Sistem Pembayaran “*Strategi dan Implementasi di Indonesia*”, (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2018)

Menurut Humphrey sistem pembayaran adalah suatu rancangan yang membuat pasar finansial berjalan dan menjadikan riil. Ketika barang digantikan dengan uang tunai cek, giro, kartu kredit dan debit, perdagangan semakin meluas dan biaya transaksi berkurang, serta secara tidak langsung meningkatkan spesialisasi barang. Humphrey dalam penelitiannya mengemukakan sistem pembayaran adalah sistem yang terdiri atas aturan hukum, standar, prosedur dan tata cara teknis operasional pembayaran yang digunakan transaksi nilai uang antara dua pihak, dalam wilayah nasional maupun internasional dengan memanfaatkan instrumen pembayaran yang diterima secara umum, dan dapat membuat kegiatan ekonomi berjalan lebih baik dan lebih lancar (dalam pembayarannya).⁴⁶

Inti dari kedua pengertian diatas menyatakan bahwa sistem pembayaran merupakan rancangan atau mekanisme menggunakan instrumen pembayaran yang dapat menggerakkan kegiatan ekonomi, serta dengan menggunakan sistem pembayaran akan meningkatkan efesiensi dan mengurangi tingkat terhadap transaksi ekonomi. Sistem pembayaran terdiri atas prosedur, peraturan, standar, serta instrumen yang digunakan dalam pertukaran nilai keuangan (financial value) antara dua pihak yang terlihat dalam transaksi. Mishkin mengatakan secara sederhana bahwa sistem pembayaran adalah metode perekonomian dalam hal untuk mengatur transaksi.

Menurut Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia, Bank Indonesia sebagai Bank sentral memiliki wewenang dalam hal mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran adalah menetapkan penggunaan alat pembayaran bertujuan untuk mencapai

⁴⁶ Elita Kirana, “Analisis Pengaruh Transaksi Pembayaran Non Tunai Terhadap Indeks Harga Konsumendi Indonesia Periode Tahun 2014-2019”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2020).

keamanan dan efisiensi bagi penggunanya. Sistem pembayaran terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

- a) Politik/kebijaksanaan yang telah dianut, bersifat normatif, menerangkan mengenai tujuan dan manfaat yang diharapkan dapat dicapai/diperoleh dari sistem pembayaran.
- b) Lembaga/organisasi yang terkait dalam sistem pembayaran.
- c) Sistem hukum yang berlaku.
- d) Alat-alat pembayaran yang lazim dan dinyatakan untuk dipergunakan.

Adapun peran Bank Indonesia dalam sistem pembayaran dan perkembangan sistem pembayaran yaitu sebagai berikut :

a. Peran Bank Indonesia dalam Sistem Pembayaran

Menurut Undang-Undang No.23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia memiliki wewenang dalam menyelenggarakan, mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran. Yaitu dengan jalan memperluas memperlancar, dan mengatur lalu lintas pembayaran giral dan kliring antar bank sebagai salah satu tugas Bank Indonesia sebagai Bank sentral. Bank Indonesia memiliki wewenang untuk menetapkan kebijakan, mengatur, melaksanakan dan memberi persetujuan, perijinan, dan pengawasan atas penyelenggaraan jasa sistem pembayaran. Sehingga peran Bank Indonesia dalam sistem pembayaran adalah sebagai regulator, fasilitator, dan katalisator pengembangan sistem pembayaran di Indonesia.

b. Perkembangan Sistem Pembayaran

Seiring dengan perkembangan zaman, sistem pembayaran mengalami banyak perubahan. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat. Pengelolaan pembayaran menjadi semakin terotomatisasi melalui pengelolaan yang semakin mengendalikan kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi. Adapun sistem pembayaran di Indonesia adalah sebagai berikut :

1) Sistem Pembayaran Tunai

Sistem Pembayaran tunai merupakan alat untuk melakukan transaksi secara langsung yaitu dengan menggunakan uang kartal (uang kertas dan logam). Uang kartal memiliki peranan yang sangat penting khususnya dalam transaksi yang bernilai kecil. Di era masyarakat modern saat ini, pemakaian alat pembayaran secara tunai seperti uang kartal, cenderung lebih kecil dibanding penggunaan uang giral. Hal ini dikarenakan pemakaian uang kartal memiliki kendala dalam hal efisiensi.

Pembayaran menggunakan uang tunai harus mengeluarkan biaya pengadaan dan pengelolaan (*cash handling*) yang terbilang mahal. Sementara itu, apabila transaksi dilakukan dalam jumlah besar, juga mengundang risiko kejahatan seperti perampokan maupun pencurian serta pemalsuan uang. Oleh karena itu dalam menanggapi hal tersebut, Bank Indonesia selaku Bank Sentral berinisiatif untuk meningkatkan penggunaan uang secara non tunai dengan mendorong ataupun membangun masyarakat supaya terbiasa memakai alat pembayaran non tunai hingga terciptanya komunitas *Less Cash Societ*.

Dari proses evolusi sistem pembayaran di Indonesia menggunakan suatu kebijakan bertransaksi dalam bentuk tunai yang berupa uang kartal (kertas dan logam).

- a) Menurut Mangani terdapat tiga aspek pokok dari kebijakan tunai ini, yaitu:
Pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap uang kartal dimana kebijakan tersebut mengarah pada kecukupan uang yang beredar di masyarakat sehingga tidak mengalami kekurangan uang dan dapat tersebar di masyarakat luas baik dalam bentuk pecahan maupun nominal.
- b) Menjaga kualitas uang layak edar. Tentunya pergantian bahan dan bentuk uang yang makin tahun diubah adalah salah satu bentuk Bank Indonesia menjaga kualitas uang tersebut. Kualitas kertas yang digunakan juga harus memenuhi syarat, salah satunya tahan lama dan tidak mudah rusak. Apabila uang tersebut sudah rusak, maka Bank Indonesia wajib mengganti uang

tersebut dalam bentuk baru sehingga uang tersebut tetap layak digunakan masyarakat luas.

- c) Melakukan tindakan preventif serta represif dalam mengurangi peredaran uang palsu melalui sosialisasi mengenal ciri-ciri uang palsu. Upaya kedua yang dilakukan Bank Indonesia adalah meningkatkan sosialisasi 3D (Dilihat, Diraba, dan Diterawang) melalui iklan dari media cetak, media elektronik dan lain sebagainya. Upaya ketiga yaitu menyediakan sarana informasi tentang ciri-ciri uang asli dan palsu di kantor pusat Bank Indonesia ataupun media *online* misal *website* Bank Indonesia.

2) Sistem Pembayaran Non Tunai

Pengertian sistem pembayaran non tunai yaitu sebuah sistem yang didalamnya terdapat peraturan, kontrak, teknis dan fasilitas sebagai sarana untuk proses penyampaian, pengesahan maupun instruksi pembayaran yang membantu klancaran suatu pertukaran “nilai” antar perorangan maupun pihak lain seperti bank maupun lembaga dalam negeri maupun lembaga dalam negeri maupun internasional.

Sistem Pembayaran nontunai merupakan alat pembayaran tanpa menggunakan uang tunai. Menurut Bank Indonesia, instrumen pembayaran non tunai terbagi menjadi tiga kategori, yakni berbasis kertas (warkat), kartu dan elektronik. Bank maupun lembaga bukan bank yang menerapkan sistem pembayaran non tunai turut menghadirkan alat transaksi non tunai itu sendiri yakni:

a) Kartu Kredit

Kartu kredit sebagai alat pembayaran pengganti uang tunai yang berupa kartu dan dapat kita gunakan dimana saja dan untuk melakukan pembelian apa saja selama tempat tersebut menyediakan alat untuk transaksi menggunakan kartu kredit dan pihak yang bekerja sama dengan penerbit Kartu kredit akan diberikan limit kredit tertentu yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan mereka, dan harus mengembalikan jumlah yang dipinjam dalam

periode waktu yang telah ditentukan. Biasanya, jika saldo yang digunakan tidak dibayar penuh pada akhir periode, akan dikenakan bunga atas saldo yang belum dibayar

Kartu kredit alat pembayaran yang dapat menawarkan kenyamanan dan keuntungan, tetapi juga membawa risiko jika tidak digunakan dengan bijak. Pengguna harus memahami cara kerja kartu kredit, termasuk bunga, biaya, dan kebijakan pembayaran, agar dapat memanfaatkannya secara maksimal tanpa terjebak dalam masalah keuangan. Bagi yang beragama Islam, penting untuk memperhatikan apakah penggunaan kartu kredit melibatkan bunga atau riba, dan lebih memilih kartu kredit syariah sebagai alternatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

b) Kartu Debet

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No 14/2/PBI/2012, yang dimaksud kartu debet adalah kartu APMK yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban pembayaran seperti transaksi belanja yang mana terdapat kewajiban pembayaran dan ditanggung oleh pemegang kartu dari simpanan atau tabungan pemegang kartu kepada bank atau lembaga yang berwenang.

Kartu debet adalah pembayaran dari nasabah dengan cara pendebitan di rekening saat sedang menggunakan kartu. Sedangkan menurut Arief mendefenisikan kartu debet adalah alat berbentuk kartu plastik yang diterbitkan oleh suatu lembaga keuangan yang dapat digunakan untuk transaksi belanja dengan mendebit uang atau saldo yang ada dalam kartu debet pengguna lalu mengkredit saldo rekening yang ada pada penjual sebesar jumlah nominal yang dihabiskan untuk belanja tersebut.

3) Sistem Pembayaran Digital

Pembayaran secara umum dapat diartikan sebagai pemindahan sejumlah uang dari sipembayar ke penerima. Pembayaran digital adalah pembayaran yang berbasis teknologi. Di dalam pembayaran digital uang

disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui alat pembayaran elektronik. Pembayaran secara tradisional dilakukan melalui uang tunai, cek, atau kartu kredit sedangkan pembayaran digital dilakukan menggunakan *software* tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik. Komponen-komponen utama dari sistem pembayaran digital antara lain: aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, peraturan dan prosedur yang memerintah kegunaan dari sistem tersebut.

Sistem pembayaran secara digital menyediakan cara pembayaran untuk pembelian barang ataupun jasa melalui internet. Berbeda dengan sistem pembayaran yang biasanya, pelanggan mengirimkan seluruh data yang berkaitan dengan pembayaran kepada penjual melalui internet, tidak ada interaksi eksternal yang jauh antara pelanggan dan penjual (dengan mengirimkan faktur melalui email atau konfirmasi melalui fax). Sekarang ini, sudah lebih dari 100 macam sistem pembayaran secara elektronik.

Bank Indonesia sendiri pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia pasal 1 angka 6 juga telah mendefinisikan secara tegas mengenai sistem pembayaran yang merupakan satu kesatuan yang utuh dari seperangkat aturan, lembaga, mekanisme untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi. Hal ini berhubungan dengan alat pembayaran, prosedur perbankan sehubungan dengan pembayaran dan juga sistem transfer dana antar bank yang dipakai dalam proses pembayaran. Berbagai kendala dalam penggunaan uang tunai (kertas dan logam) mendorong munculnya inovasi-inovasi baru dalam penciptaan alat pembayaran yang bersifat non-tunai. Alat pembayaran non-tunai yang saat ini kita kenal ada yang berbentuk paper based (Cek/BilyetGiro), card-based (Kartu Kredit, Kartu Debet) dan electronic.

C. Kerangka Konseptual

Untuk mendapatkan gambaran lebih jelas guna memberikan kesalahpahaman dalam memberikan arti atau makna yang digunakan dalam judul skripsi, “Analisis Persepsi Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare”. Maka penulis perlu memberikan beberapa penjelasan terkait beberapa kata yang di anggap perlu agar mudah dipahami. Berikut uraian dari judul:

1. Perilaku Konsumen Muslim

Dalam penggunaan QRIS memfokuskan pada 3 komponen yaitu komponen kognitif dimana masyarakat percaya dan yakin bahwa dengan memakai pembayaran digital QRIS dapat memudahkan transaksi nya berjalan dengan mudah apalagi sekarang penggunaan QRIS sudah 0 admin. Kemudian komponen ke dua ialah komponen afektif, komponen ini dapat mengubah sudut pandang masyarakat terhadap pembayaran digital QRIS apakah penggunaan pembayaran ini banyak disukai masyarakat sekitar atau pun sebaliknya, dan komponen yang terakhir ialah konatif menggambarkan tindakan atau perilaku masyarakat terhadap pembayaran digital QRIS di komponen inilah yang nantinya kita akan fokus terhadap jawaban-jawaban masyarakat nanti.

2. Pembayaran Digital

Pembayaran digital merupakan proses transaksi menggunakan uang elektronik dengan metode transfer dengan metode transfer bank, scan QR, maupun e-money. Singkatnya digital berarti berarti dilakukan melalui internet dan tanpa uang secara fisik. System pembayaran melalui scan QR QRIS sudah dapat digunakan di seblak mantul.

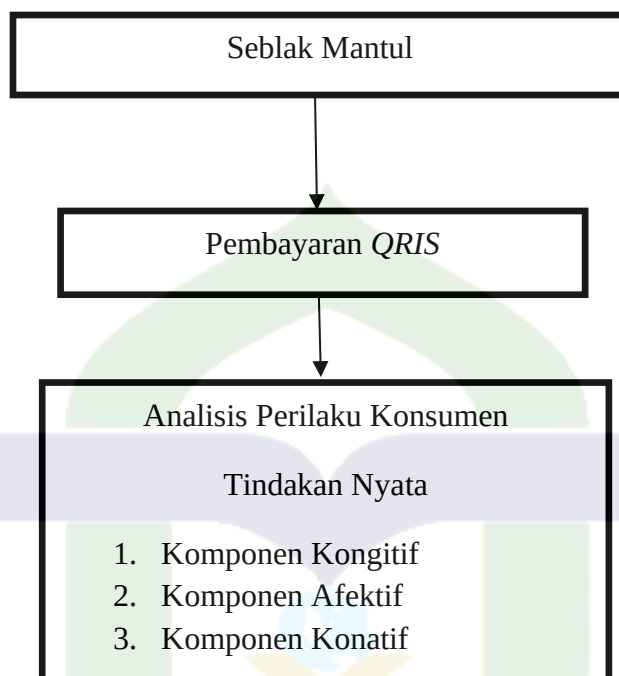
3. Seblak Mantul Parepare

UMKM yang sedang viral saat ini karena menjual makanan khas Bandung terdapat di kota Parepare, Seblak Mantul Parepare berada di jln Andi Makassar.

D. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini dikembangkan suatu konsep atau kerangka pikir dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya. Kerangka pikir ini memberi peneliti lebih banyak kejelasan karena tujuan yang ingin mereka capai sudah dirancang sebelumnya. Perkembangan teknologi saat ini sangat melambung pesat sehingga banyak fitur-fitur pembayaran digital terbaru yang digunakan salah satunya Quick Response Indonesia Standart atau biasa disebut masyarakat saat ini adalah *QRIS*.

Teknologi yang berkembang pesat berdampak terhadap transaksi dalam sistem pembayaran. Sehingga pembayaran non tunai bermunculan, namun masih menggunakan QR Code yang berbeda-beda. Kini terdapat Quick Response Code Indonesian Standard (*QRIS*) sebagai wadahnya, sehingga merchant hanya menyediakan satu QR Code. Hal ini penting bagi masyarakat sekitar agar dapat memajukan Negara Indonesia. Untuk lebih jelasnya peneliti akan menguraikan dengan dalam sebuah bentuk gambar dibawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research), dengan fokus kajian pendekatan Empiris. Yang dimaksud dengan empiris merupakan kerangka pembuktian atau pengujian untuk memastikan suatu kebenaran.

Penelitian ini mengambil data primer dari lapangan yang dikaji secara intensif yang disertai analisa dan pengujian kembali pada semua data atau informasi yang telah dikumpulkan. Melalui beberapa cara yaitu wawancara, observasi dan penelitian-penelitian eksperimental. Dilihat dari sisi pelaksanaannya, penelitian secara langsung berinteraksi dengan Karyawan Seblak Mantul Parepare.

Maka dapat dikatakan penelitian ini menggunakan pendekatan *kualitatif*, Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan kepada *quality* atau hal yang terpenting dari sifat suatu jasa berupa kejadian atau fenomena, gejala sosial yang memiliki makna dibalik kejadian yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan konsep teori.⁴⁷

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian yang mengangkat masalah “Analisis Persepsi Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)

⁴⁷ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Cet VII; Bandung: Alfabeta, 2017).

Sebagai Alat Transaksi”. Ditetapkan penelitian ini dilaksanakan di Seblak Mantul Parepare yang beralamat Jl. Andi Makassar, Kota Parepare.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini rencananya dilakukan kurang lebih 1 bulan lamanya.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada dasarnya adalah masalah yang bersumber pada pengalaman peneliti atau melalui pengetahuan yang diperoleh melalui keputusan ilmiah maupun keputusan lainnya. Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Penggunaan/mekanisme pembayaran *QRIS* pada seblak mantul
2. Perilaku konsumen muslim terhadap penggunaan *QRIS*

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, yaitu peneliti mengumpulkan data berdasarkan observasi situasi yang wajar, sebagaimana adanya, tanpa dipengaruhi dengan sengaja. Peneliti yang memasuki lapangan berhubungan langsung dengan situasi dan orang yang diselidiki.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari :

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek dan orang-orang yang menjadi informan yang mengetahui pokok permasalahan atau objek penelitian. Subjek penelitian ini adalah Konsumen Seblak Mantul
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber utama melainkan dari pihak lain seperti menalaah dari buku-buku, jurnal atau artikel yang berhubungan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengelolaan Data

Peneliti menggunakan beberapa pendekatan mengumpulkan data, pengamatan (observasi), interview, dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala pada objek penelitian untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks, dan makna dalam upaya mengumpulkan data penelitian.⁴⁸ Adapun pengamatan yang diamati dalam penelitian ini adalah SOP dalam pembayaran digital *QRIS*.

2. Interview

Interview dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, Tanya jawab, dan dialog apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah informan relative kecil/sedikit.⁴⁹ Dalam penelitian ini peneliti akan wawancara dengan 5 konsumen seblak mantul.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah yaitu proses pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, dan sebagainya.⁵⁰ Penelitian metode ini digunakan untuk mengumpulkan data sebagai data pendukung dan data

⁴⁸ Hadari Nawawi dan Martini Hadari, *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, (Pontianak: Gajahmadah University Press, 2006).

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2002)

pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara yang mendalam.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah data-data yang telah terkumpul dan tidak semuanya memiliki kebenaran yang sesuai dengan apa yang diteliti oleh peneliti. Karnaya perlu melakukan pemeriksaan terhadap data-data tersebut agar keabsahan data tersbut bisa dipertanggung jawabkan, sebab kemungkinan masih ada data yang belum cukup atau terdapat kekurangan dan tidak lengkap.⁵¹ Adapun uraian uji keabsahan data pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Kepercayaan (*credibility/Validitas Internal*). Peneliti akan melakukan pemeriksaan kelengkapan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi dengan perpanjangan pengamatan untuk memperoleh kebenaran yang valid dari data yang diberikan
2. Keteralihan (*transferability/ Validasi Eksternal*). Peneliti membuat laporan penelitian dengan memberikan uraian yang rinci dan jelas sehingga orang lain dapat memahami penelitian dan menunjukkan ketepatan diterapkannya penelitian ini.
3. Kebergantungan (*dependability*). Peneliti akan menguji data dengan informan sebagai sumbernya dan teknik pengambilannya menunjukkan rasionalitas yang tinggi atau tidak, sebab jangan sampai ada data tetapi tidak dapat ditelusuri cara mendapatkannya dari orang yang mengungkapkannya.
4. Kepastian (*confirmability*). Peneliti dalam hal ini menguji hasil penelitian yang berkaitan dengan proses penelitian yang dilakukan

⁵¹ Syamratun Nurjannah dan Yasmin Ghalyah, “Pemberdayaan Ekonomi Nelayan Perbatasan Di Desa Temajuk Kecamatan Paloh Kabupaten Sambas Kalimantan Barat”, Jurnal Pemikiran Islam dan Ilmu Sosial, 13.1, (2020)

G. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan secara simultan pada saat peneliti berada dilapangan, semua data yang diperoleh dari informan yang masih membutuhkan kejelasan membawa peneliti untuk mempertanyakan lebih mendalam, hingga sampai pada tahap tertentu hingga peneliti memperoleh data yang dianggap kredibel.⁵² Terdapat beberapa langkah dalam melakukan analisis data yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh di lapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian di sederhanakan dengan cara memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema dan polanya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Sebagaimana diungkapkan oleh Miles and Huberman (1984) mengatakan: *“the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text”*. Yang paling penting digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁵³ Penyajian yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antara kategori.

3. Penarikan Kesimpulan

Data yang telah direduksi yang selanjutnya diungkapkan secara deskriptif. Dimana data yang di peroleh di sajikan dalam bentuk naratif agar dapat memberikan pemahaman terhadap peneliti secara khusus dan masyarakat secara umum terkait dengan hasil temuan dilapangan.

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Mekanisme Pembayaran Melalui QRIS di Seblak Mantul Parepare

Data yang diperoleh diproses, dievaluasi, dan divalidasi terutama melalui penggunaan pengkodean. Reduksi dan kategorisasi data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan berbagai informasi dan hasil observasi berdasarkan tema dan kode mengungkapkan bahwa penggunaan *QRIS* mempermudah transaksi antara pelanggan dan merchant. Proses pembayaran menjadi lebih cepat, aman, dan efisien karena hanya membutuhkan ponsel dengan aplikasi pembayaran yang mendukung *QRIS*. Selain itu, penerapan *QRIS* mendukung digitalisasi ekonomi lokal khususnya di seblak mantul parepare dengan memberikan alternatif pembayaran nontunai yang modern, sehingga meningkatkan kenyamanan pelanggan dan membantu pengelolaan keuangan usaha secara lebih baik. Adapun untuk penjelasan secara lengkap dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.1 Mekanisme Pembayaran melalui QRIS

NO.	Informan	Transkrip Wawancara	Coding	Kategori
1.	Helmina Putri Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	“cara menggunakannya sangat mudah, kita hanya membuka mbanking atau media pembayaran digital lainnya lalu mengetik sesuai jumlah pembayaran dan menunggu pembayaran berhasil. ”	<i>QRIS</i>	Penggunaan <i>QRIS</i>

2.	Ica Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	“Pernah, tapi tidak terlalu sering nanti kalau pakai <i>QRIS</i> jika saya tidak punya uang cash karna saya dirumah pake wifi kadang kalo diluar juga saya tidak punya data untuk buka aplikasi makanya saya pake uang cash saja”	Sistem Pembayaran	Transaksi
3.	Mala Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	“Gampang kok serta praktis jadi saya tidak susah untuk membawa uang cash terus untuk cara kerjanya itu cukup scan kode QR yang disediakan di kasir untuk transaksi pembayaran”	Pembayaran	Sistem Pembayaran
4.	Imran Selaku Pelanggan Seblak Mantul	“pengalaman saya menggunakan <i>QRIS</i> di Seblak mantul memuaskan dan prosesnya yang mudah juga cepat”	Mekanisme Pembayaran	Transaksi Digital
5.	Mala selaku pelanggan seblak mantul	“pembayarannya cepat, praktis, dan tanpa ribet membawa uang tunai atau kartu”	<i>QRIS</i>	Sistem Pembayaran

Berdasarkan Tabel 4.1 ini menyatakan bahwa, pada proses mekanisme pembayaran melalui *QRIS* sangat mudah dan praktis. Pengguna cukup membuka aplikasi mobile banking atau aplikasi pembayaran digital lainnya, memasukkan jumlah pembayaran, dan menunggu proses pembayaran selesai. Proses ini sederhana dan efisien, sehingga memudahkan transaksi. Hal ini menegaskan bahwa *QRIS* adalah solusi yang efisien untuk transaksi digital. Sistem pembayaran menggunakan *QRIS* sangat mudah dan praktis. Pengguna tidak perlu membawa uang tunai karena cukup memindai kode QR yang tersedia di kasir untuk menyelesaikan transaksi. Hal ini mencerminkan kepraktisan dan kemudahan dalam sistem pembayaran moderen.

2. Perilaku Konsumen Muslim pada *QRIS* sebagai Alat Transaksi di Seblak Mantul

Data yang diperoleh diproses, dievaluasi, dan divalidasi terutama melalui penggunaan pengkodean. Reduksi dan kategorisasi data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan berbagai informasi dan hasil observasi berdasarkan tema dan kode mengungkapkan bahwa persepsi konsumen muslim adalah cara konsumen muslim memahami, mengevaluasi, dan memberikan makna terhadap suatu produk, layanan, atau pengalaman berdasarkan keyakinan agama Islam, norma sosial, pengalaman pribadi, dan preferensi individu. Perilaku ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat umum dalam proses pengambilan keputusan konsumen, seperti kualitas produk, harga, dan kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh nilai-nilai agama dan budaya yang khas dalam Islam. Dengan menganalisis komponen afektif, komponen kognitif, dan komponen konotif.

Tabel 4.2 Perilaku Konsumen Muslim pada QRIS sebagai Alat Transaksi

No.	Informan	Transkrip Wawancara	Coding	Kategori
1.	Ica Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	“Bagus, karna mempermudah transaksi tidak usah repot tarik tunai di ATM cukup metode QRIS semuanya aman”	Faktor Perilaku	Perilaku Konsumen
2.	Helmina Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	”bermanfaat sekali bagi saya yang jarang memegang cash banyak”	Keunggulan QRIS	Manfaat QRIS
3.	Mala Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	“sejauh pengalaman saya selama menggunakan QRIS tidak ada kendala lain biasanya agak terhambat ketika jaringan agak bermasalah atau kelamaan loading”	Kekurangan QRIS	Dampak Negatif
4.	sheila Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	“saya rasa iya setiap melakukan transaksi pembayaran sesuai dengan jumlah pesanan saya dan selalu memastikan kembali apabila telah melakukan	Komponen Afektif	Komponen perilaku konsumen

		pembayaran sehingga selalu jelas dan adil”		
5.	Imran Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	“saya percaya saja dengan keamanan <i>QRIS</i> karena <i>QRIS</i> diawasi dan diatur oleh Bank Indonesia, sehingga saya merasa lebih yakin terhadap keamanan sistemnya.”	Komponen kognitif	Komponen perilaku konsumen
6.	Helmina Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	“jujur saja dalam pembayaran <i>QRIS</i> sama seperti melakukan pembayaran tunai memasukan jumlah pembayaran sesuai pesanan dan mengkonfirmasi pembayaran telah berhasil”	Perilaku Konsumen	Perspektif Islam
7.	Sheila Selaku Pelanggan di Seblak Mantul	“Ya saya seterusnya akan menggunakan <i>QRIS</i> sesuai keadaan, terlebih ketika saya sama sekali tidak membawa uang tunai.	Komponen konatif	Komponen perilaku konsumen

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa pengguna merasa yakin dan percaya terhadap penggunaan *QRIS* sebagai metode pembayaran, keyakinan ini didasarkan pada fakta bahwa *QRIS* diawasi dan diatur oleh Bank Indonesia, sehingga dianggap memiliki sistem yang aman. Dalam setiap transaksi, pengguna selalu memastikan

pembayaran sesuai dengan jumlah pesanan dan memeriksa kembali setelah melakukan pembayaran untuk memastikan proses yang jelas dan adil. *QRIS* dianggap sebagai solusi yang praktis, terutama dalam situasi ketika tidak membawa uang tunai. Oleh karena itu, pengguna menyatakan kesediaannya untuk terus menggunakan *QRIS* sesuai dengan kebutuhan di masa mendatang. Selama pengalaman konsumen menggunakan *QRIS* tidak ditemukan kendala berarti, kecuali pada beberapa situasi tertentu seperti gangguan jaringan atau proses yang lambat akibat loading yang terlalu lama. Meskipun demikian, *QRIS* tetap dipandang sebagai solusi pembayaran yang efisien dan bermanfaat.

B. Pembahasan

1. Mekanisme Pembayaran Melalui QRIS di Seblak Mantul Parepare

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) adalah standar pembayaran menggunakan kode *QR (Quick Response Code)* yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (*ASPI*). *QRIS* dirancang untuk menyatukan berbagai aplikasi penyedia layanan pembayaran agar dapat menggunakan satu kode *QR* yang terstandar di seluruh Indonesia. Dengan *QRIS*, pengguna dapat melakukan transaksi non-tunai melalui berbagai aplikasi pembayaran seperti dompet digital (*e-wallet*) atau *mobile banking* hanya dengan memindai satu kode *QR*, tanpa memerlukan kode berbeda untuk setiap layanan pembayaran.

Quick Response Indonesian Standard (QRIS) terus berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi dan ekonomi digital. Penggunaannya menjadi semakin penting dalam perekonomian Indonesia yang semakin terdigitalisasi. *QRIS* memungkinkan transaksi yang lebih aman karena tidak perlu memberikan rincian rekening bank atau informasi keuangan lainnya saat melakukan pembayaran. Data terkait pembayaran sudah ditenkripsi dalam kode *QR*. *QRIS* memberikan manfaat bagi pedagang UMKM maupun pemilik bisnis karena mereka dapat menerima

berbagai metode pembayaran dengan satu kode QR, mengelola transaksi dengan lebih efisien dan mengurangi risiko penipuan.

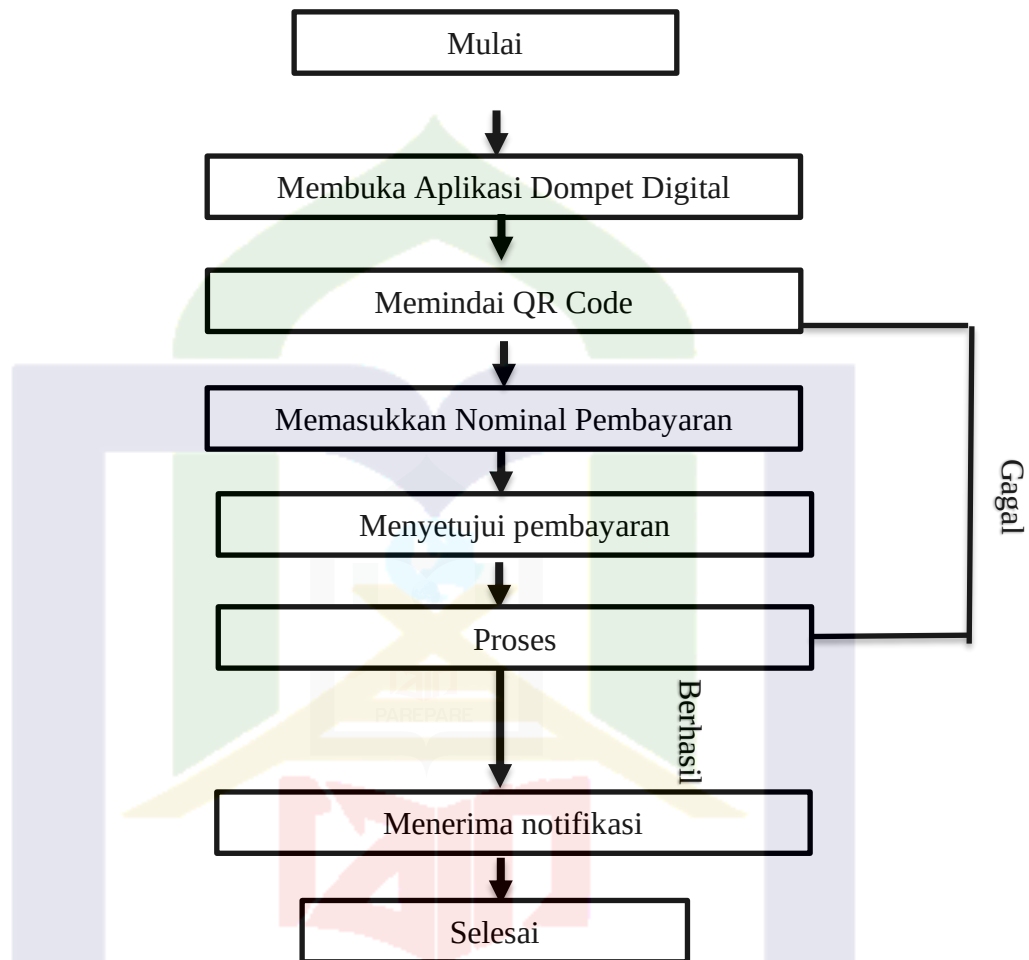
Terdapat dua jenis pembayaran dalam sistem pembayaran menggunakan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)*, yaitu:

- a) Pembayaran jenis konsumtif Sistem pembayaran yang digunakan oleh para pelaku UMKM adalah pembayaran jenis konsumtif, jenis pembayaran ini digunakan untuk keperluan pribadi yang bersifat konsumsi contohnya sistem pembayaran ini dapat discan pada merchant (pedagang) contohnya seperti rumah makan, toko, dan lain-lain.
- b) Pembayaran jenis amal ibadah Sistem pembayaran ini digunakan masyarakat untuk keperluan beramal ibadah contohnya berinfaq, zakat, sedekah. Sistem pembayaran ini dapat di-scan pada yayasan-yayasan sosial seperti masjid, badan amil zakat, wakaf, dan lain-lain.

Aplikasi quick response indonesian standard (*QRIS*) merupakan standard yang diinisiasi oleh bank indonesia sebagai bentuk efisiensi masyarakat indonesia, karena bank indonesia tidak menginginkan infrastruktur yang mahal. Kode QR dirancang untuk semua masyarakat tanpa terkecuali, termasuk pedagang kecil yang susah payah menggunakan investasi atau modal yang besar untuk menggunakan *QRIS* tujuannya untuk memperluas cakupan bisnis. Oleh karena itu *QRIS* dijadikan sebagai solusi dan inovasi pembayaran digital indonesia.

Mekanisme sistem pembayaran yang dilakukan pada seblak mantul diparepare menggunakan mekanisme pembayaran non digital maupun digital, adapun mekanisme pembayaran yang dilakukan saat pembeli memesan menu atau produk kasir dengan membayar uang cash atau secara tunai, sedangkan mekanisme pembayaran digital dapat dilakukan saat pembeli memesan menu atau produk dikasir dengan menggunakan sistem QR atau *barcode*.

Adapun mekanisme pembayaran melalui *QRIS* yang pada pada seblak mantul diparepare adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Mekanisme Pembayaran melalui *Qris*

Mekanisme diatas menjelaskan bahwa saat akan menggunakan sistem pembayaran *QRIS*, pelanggan harus memiliki aplikasi penyelenggara jasa pembayaran (*PJSP*) atau lebih khususnya aplikasi dompet digital. Transaksi dapat dilakukan dengan memindai *QR code* pada sistem pembayaran *QRIS* yang berada pada seblak mantul dan kemudian memasukkan jumlah nominal uang yang telah

ditransaksikan. Apabila tidak berhasil maka pelanggan mengulangi pemindaian *QR code* dan apabila berhasil pelanggan akan menerima notifikasi.

Mekanisme pembayaran dengan QRIS di Seblak Mantul melibatkan beberapa langkah yang sederhana namun efektif. Pelanggan harus memiliki aplikasi dompet digital yang mendukung QRIS, memindai QR Code yang tersedia, memverifikasi jumlah nominal, dan menyelesaikan pembayaran. Apabila transaksi berhasil, pelanggan akan menerima notifikasi konfirmasi, dan Seblak Mantul akan mendapatkan pemberitahuan pembayaran yang berhasil. Dengan proses yang cepat, mudah, dan aman ini, QRIS menjadi solusi pembayaran digital yang nyaman baik bagi konsumen maupun merchant.

2. Perilaku konsumen muslim pada QRIS sebagai alat transaksi di seblak mantul.

Persepsi konsumen Muslim adalah cara konsumen Muslim memahami, mengevaluasi, dan memberikan makna terhadap suatu produk, layanan, atau pengalaman berdasarkan keyakinan agama Islam, norma sosial, pengalaman pribadi, dan preferensi individu. Persepsi ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat umum dalam proses pengambilan keputusan konsumen, seperti kualitas produk, harga, dan kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh nilai-nilai agama dan budaya yang khas dalam Islam.

Komponen perilaku konsumen muslim:

1) Komponen Kognitif

Bagian dari proses pemikiran dan pengetahuan seorang individu yang didasarkan pada pemahaman, kesadaran, serta keyakinan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Komponen ini mencakup bagaimana seseorang memahami, menganalisis, dan mengevaluasi informasi berdasarkan nilai-nilai dan hukum syariah. komponen kognitif merupakan aspek yang berhubungan dengan pengetahuan, kepercayaan, dan pikiran seseorang terhadap suatu objek, ide, atau

situasi. Dalam konteks syariah, komponen ini melibatkan penggunaan akal dan ilmu yang dipandu oleh ajaran Islam untuk menentukan sikap atau tindakan yang benar sesuai dengan hukum syariah.

Komponen kognitif berkaitan dengan aspek pengetahuan, pemahaman, dan persepsi seseorang terhadap suatu objek atau situasi. Dalam transaksi, komponen ini melibatkan informasi yang diketahui oleh seseorang tentang produk, layanan, atau sistem pembayaran.

Konsumen muslim mengetahui bahwa menggunakan *QRIS* untuk pembayaran atau transaksi diseblok mantul itu lebih cepat, mudah, dan praktis dibandingkan dengan uang tunai karena hanya menggunakan sistem *QR code* serta memasukkan biaya yang akan dibayar sudah selesai. Nah pengetahuan ini diperoleh dari pengalaman pribadi promosi atau informasi dari orang lain.

2) Komponen Afektif

merupakan sikap emosional, perasaan, dan nilai-nilai spiritual seseorang yang dipengaruhi oleh ajaran Islam. Komponen ini mencakup bagaimana seorang Muslim merasakan dan merespons sesuatu secara emosional atau intuitif, dengan landasan cinta kepada Allah SWT, keyakinan terhadap ajaran-Nya, dan kesadaran akan tanggung jawab sebagai hamba Allah. aspek emosional dan spiritual yang membentuk bagaimana seorang Muslim merasakan dan menilai sesuatu berdasarkan ajaran Islam. Emosi ini diarahkan untuk meningkatkan ketaatan kepada Allah, menumbuhkan rasa cinta dan syukur atas nikmat-Nya, serta menghindari kemaksiatan. Dengan demikian, komponen afektif memainkan peran penting dalam mendorong seseorang untuk bertindak sesuai dengan nilai-nilai Islam secara tulus dan penuh kesadaran.

Komponen afektif berkaitan dengan perasaan atau emosi seseorang terhadap suatu objek atau situasi. Ini mencakup respon emosional seperti suka, tidak suka, atau nyaman terhadap produk atau layanan yang digunakan dalam transaksi.

Konsumen muslim akan merasa puas dan nyaman ketika melakukan pembayaran dan bertransaksi di Seblak Mantul menggunakan *QRIS* karena prosesnya sederhana, aman, dan tidak perlu membawa uang tunai. Perasaan ini mendorong pengalaman positif terhadap layanan ini.

Komponen afektif dalam perilaku konsumen mencakup emosi dan perasaan yang sangat berperan dalam membentuk pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Dalam konteks transaksi dengan *QRIS* di Seblak Mantul, perasaan nyaman, aman, dan puas mendorong konsumen untuk memiliki pengalaman positif. Bagi konsumen Muslim, faktor keamanan dan kesesuaian dengan nilai-nilai Islam juga turut meningkatkan perasaan afektif mereka terhadap layanan tersebut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan mereka terhadap Seblak Mantul.

3) Komponen Konatif

Merupakan aspek perilaku yang diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata berdasarkan niat dan pemahaman Islami. Komponen ini memastikan bahwa tindakan seorang Muslim tidak hanya relevan dengan nilai-nilai agama, tetapi juga berdampak positif bagi dirinya dan masyarakat. Melalui komponen konatif, seorang Muslim menunjukkan keselarasan antara niat, emosi, dan perbuatannya sesuai dengan tuntunan syariah.

Komponen konatif berkaitan dengan tindakan nyata atau perilaku seseorang. Ini mencerminkan niat atau keputusan yang diambil berdasarkan pengetahuan (kognitif) dan perasaan (afektif).

Setelah memahami manfaat *QRIS* (kognitif) dan merasa puas dengan penggunaannya (efektif) maka konsumen muslim yang bertransaksi atau melakukan pembayaran menggunakan *QRIS* di Seblak Mantul akan selalu memutuskan untuk menggunakan *QRIS* saat berbelanja di toko yang mendukung pembayaran digital (konatif)

Komponen konatif dalam perilaku konsumen berfokus pada tindakan nyata yang diambil berdasarkan pengetahuan (kognitif) dan perasaan (afektif). Dalam konteks penggunaan QRIS di Seblak Mantul, konsumen muslim yang memahami manfaat QRIS (kognitif) dan merasa puas dengan pengalaman mereka (afektif) akan cenderung terus menggunakan QRIS di masa depan saat berbelanja di toko yang mendukung pembayaran digital. Keputusan ini menggambarkan pergeseran dari pemahaman dan perasaan menuju tindakan nyata, yang pada akhirnya membentuk kebiasaan dan loyalitas dalam bertransaksi.

Hubungan Ketiga Komponen dalam Transaksi:

Ketiga komponen—kognitif, afektif, dan konatif—berinteraksi secara sinergis dalam membentuk sikap dan perilaku konsumen terhadap penggunaan QRIS. Secara garis besar, prosesnya dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Kognitif: Konsumen mengetahui manfaat menggunakan alat pembayaran digital seperti QRIS.
- b. Afektif: Konsumen merasa nyaman dan puas karena pengalaman pembayaran yang cepat dan aman.
- c. Konatif: Konsumen memutuskan untuk menggunakan QRIS secara rutin dalam setiap transaksi.

Ketiga komponen ini saling berhubungan dalam membentuk sikap dan perilaku konsumen terhadap transaksi yang dilakukan. Dengan demikian, konsumen muslim akan:

1. Meningkatkan Penggunaan QRIS Secara Rutin

Setelah memahami manfaat dan merasakan kenyamanan menggunakan QRIS, konsumen Muslim akan lebih cenderung untuk terus menggunakannya dalam setiap transaksi, baik di Seblak Mantul maupun di tempat lainnya yang

menerima pembayaran digital. Penggunaan yang rutin akan membentuk kebiasaan, sehingga QRIS menjadi pilihan utama mereka dalam bertransaksi.

2. Merekomendasikan QRIS kepada Orang Lain

Konsumen yang merasa puas dan nyaman dengan pengalaman mereka menggunakan QRIS cenderung merekomendasikan penggunaan QRIS kepada orang lain, baik kepada keluarga, teman, atau orang di sekitar mereka. Sikap positif ini tercermin dalam keputusan mereka untuk membagikan pengalaman baik kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan adopsi QRIS di masyarakat.

3. Meningkatkan Kesadaran akan Pentingnya Teknologi Pembayaran Digital

Seiring dengan meningkatnya pemahaman dan pengalaman positif terhadap QRIS, konsumen Muslim akan lebih menyadari pentingnya teknologi pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari. Mereka akan memahami bahwa teknologi ini tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga lebih aman dan efisien dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional. Kesadaran ini mendorong mereka untuk lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi pembayaran digital lainnya di masa depan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pokok masalah yang diteliti dalam skripsi ini serta kaitannya dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dirumuskan simpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme pembayaran melalui *QRIS* di seblak mantul cenderung positif, dengan mayoritas responden merasa terbantu akan adanya *QRIS* sebagai alat transaksi atau sistem pembayaran di seblak mantul serta konsumen merasa efisien dan juga mempermudah proses bertransaksi dan sangat aman dalam menggunakan *QRIS* sebagai media pembayaran di seblak mantul.
2. Perilaku konsumen muslim terhadap penggunaan *QRIS* sebagai alat transaksi dibagi menjadi 3 aspek yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Komponen konsumen kognitif berarti konsumen memahami manfaat *QRIS*, seperti kemudahan, kecepatan dan keamanan dalam bertransaksi, komponen afektif konsumen memiliki sikap positif terhadap *QRIS* karena kemudahan dalam bertransaksi kemudian yang terakhir komponen konatif mereka berencana menggunakan atau akan berniat menggunakan *QRIS*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Mekanisme pembayaran pada *QRIS* harusnya lebih banyak lagi memberikan edukasi dan pelatihan kepada konsumen yang kurang paham tentang tata cara penggunaan *QRIS* bahwa jika menggunakan *QRIS* dalam bertransaksi makan akan semakin mudah dan efisien serta menyediakan jaringan wifi gratis disekeliling rumah agar konsumen yang ingin menggunakan *QRIS* namun tidak memiliki kuota internet agar menggunakan wifi yang tersedia.
2. Pengembangan fitur pembayaran pada *QRIS* untuk menghindari kesalahan dalam pembayaran bisa membuat sistem *QRIS* otomatis dengan gunakan *QRIS* dinamis yang secara otomatis menampilkan jumlah yang harus dibayara sesuai transaksi. Dengan integrasi dan otomatis ini, pelanggan bisa langsung melakukan pembayaran tanpa mengetik jumlah yang lebih mudah,serta meningkatkan keamanan data dan privasi agar konsumen muslim tidak lagi ada keraguan dalam menggunakan *QRIS*.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

Al-Mizan. *Konsep Kebebasan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Hukum dan Ekonomi Vol: 07 No:1

Anin, "Majalah Bank Indonesia Bicara" edisi LXXVIII, 3 Juli 2019.

Afgania, "Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)", <https://www.bi.go.id>, diakses pada tanggal 20 September 2020.

Andin, "Apa itu QRIS dan manfaatnya Bagi Pebisnis," <https://interactive.co.id>, diakses 20 September 2020.

Anonim. "Apa itu QRIS dan Manfaatnya Bagi Pebisnis", <https://interactive.co.id>

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2020).

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2020).

Bahri, Andi. *Ekonomi Islam Zakat Ajaran Kesejahteraan dan Keselamatan Ummat* (Cet.I; Stain Parepare, 2016).

Besse Faradiba, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Makassar" *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientas Riset)* 2021

Bank Indonesia. *Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat dan Lembaga Penyedia Jasa Terhadap Pembayaran Sistem Pembayaran Non Tunai*. Bank Indonesia, Op., Cit.

Basri, Hasan. *Metodologi Tafsir al-Qur'an; Kajian Kritis, Objektif dan Komprehensif* (Cet. I; Jakarta: Penerbit Riora Cipta, 2020).

Bin Zakaria Al-Razi, Ahmad bin Faris. *Mu'jam Maqayis al-Lugah*, Juz IV (t.p: Dar al-Fikr, 1399 H/ 1979 M).

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Al-Huda, 2015).

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke IV.

- Destianingsi, “Analisis Hukum Islam Terhadap Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS) dalam Transaksi Elektronik”, (*Skripsi :Sarjana Fakultas Hukum Syariah*). 2021
- Djam'an,Satori dan Komariah Aan. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Cet VII; Bandung: Alfabeta, 2017).
- Fatimah, *Daras Fiqh Muamalah* (Bengkulu: K Law, 2019).
- Fikri, dkk. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2023
- Gemilang,Risa Ratna. Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil.
- Handayani,Sinaga Erayon. “Tinjauan Yuridis Quick Response Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Sistem Transaksi Pembayaran Dalam Mengatasi Monopoli Menurut Peraturan Anggota Dewan Gubernur No 21/18/PADG/2019 (Studi Pada Bank Indonesia Medan), Skripsi (Medan: Universitas HKBP Nommensen, 2020).
- Haroen,H. Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Cet. Ke-2, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007).
- Hasbiyalloh,Muslim dan Ahmad Jakaria, Aplikasi Penjualan Barang Pelengkapan Hand Phone di Zildan Cell Singaparna Kabupaten Tasikmalaya,Jumantaka, vol 1, No. 1, 2018.
- Hasnah,Linda Nur Hasanah. “Kedudukan Hukum Uang Elektronik (E-Money) Dalam Melakukan Transaksi Pembayaran Non Tunai”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.
- Henry,Simamora. Akuntansi Basis Pengembalian Keputusan Bisnis, (Jakarta:Salemba Empat,2000).
- Hermawan,Daniel.“Ekonomi Digital: Antara Peluang dan Tantangan”, <https://walkandthrough.wordpress.com>, diakses pada tanggal 13 November 2020.
- Home Industri, Vol.10, No.1, Maret 2019.
- Ismail,Nawawi. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2012).
- Iswanto,Kuwat. *Manajemen Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelaaar, 2009).
- Kementerian Agama RI, *Pembangunan Ekonomi Umat : Tafsir al-Qur'an Tematik* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an, 2009).

- Kusumanigrum,Yulistyani. “Penggunaan QRIS Terus Ditingkatkan Termasuk Pedagang Mikro”, <https://www.pikiran-rakyat.com>, diakses pada tanggal 26 Desember 2020.
- Luth,Thohir. *Antara Perut Dan Etos Kerja Dalam Perspektif Islam*.
- Luth,Thohir. *Antara Perut Dan Etos Kerja Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Gema Insanipress, 2010).
- Maghfiro,Rosi Asrorul. “Penggunaan E-money Berbasis Quick Response Indonesia Standart (QRIS) Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah”. (*Skripsi : Sarjana, Fakultas Syariah, IAIN Jember*),2021.
- Magnis,Suseno Franz. *Etika Dasar*. (Jakarta : Kanisius, 1987).
- Mannan,Muhammad Abdul. *Islamic Economics, Theory and Practice*, Cambridge: Houlder and Stoughton Ltd., 1986, dalam buku Abdul Manan, Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Pengadilan Agama (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012).
- Mardan, *Konsepsi al-Qur'an; Kajian Tafsir Tematik atas Sejumlah Persoalan Masyarakat*.
- Marom Chairul. *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*, Cet. Ke-2, Jakarta: Penerbit Grasindo,2002).
- Mujahidin,Ahmad. *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007).
- Mulkhan,Abdul Munir. *Mencari Tuhan dan Tujuh Jalan Kebebasan (Sebuah Esai Pemikiran Imam al-Ghazali)*. Bumi Akasara, Jakarta, cet. I, 1992.
- Muhammad Majdy Ammiruddin “*Khiyar (hak untuk memilih) dalam Transaksi Online: Studi Komparasi antara Laazada,Zalara, dan Blibli*” *Jurnal Falah: Ekonomi Syariah* 2016
- Muhammad Satar “*Pengambilan Keputusan Ditinjau dari majemen diri dan kematangan emosi*” *Jurnal Al-Qaib: Psikologi Islam* 2019
- Muhammad Satar, “*Sistem Kegiatan Pemasaran Dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam*” *Jurnal: Mirai Management* 2022
- Nawawi,Hadari dan Martini Hadari. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, (Pontianak: Gajahmadah University Press, 2006).
- Ngajenan,Muhammad. *Kamus Etimologi Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta: Dahara Prize, 1986).

- Nurjannah, Syamratun dan Yasmin Ghalyah. "Pemberdayaan Ekonomi Nelayan Perbatasan Di Desa Temajuk Kecamatan Paloh Kabupaten Sambas Kalimantan Barat", *Jurnal Pemikiran Islam dan Ilmu Sosial*, 13.1, (2020).
- Ohmansyah, *Fiqh Ibadah Dan Mu'amalah* (Yogyakarta, LP3M UMY, 2017).
- Pohan, Aulia. Sistem Pembayaran (Strategi dan Implementasi di Indonesia), (Jakarta: Rajawali Pers, cet 2, 2013).
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008).
- Rangkuti, Afifah. *Konsep Keadilan Dalam Perspektif Islam*, Tazkiya, Vol. 4 No. 1, (2017).
- Sari, Risma Purnama. Skripsi: "Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian Indonesia" (Bandar Lampung: UNILA, 2019).
- Shabrin, Yashinta Eltrixia. "Penggunaan QRIS Sebagai Sistem Pembayaran Pada Cofee Shop Dikota Pontianak Menurut Persepektif Ekonomi Islam" *Jurnal INSIS*, 6. 2024.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan bisnis kontemporer* (Jakarta: Prenada Media Group, 2019).
- Suardi, Didi. *Makna Kesejahteraan Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam*, (Jurnal Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Islamic Village). Tangerang Banten.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suharni, "Uang Elektronik (E-Money) Ditinjau dari Perspektif Hukum dan Perubahan sosial", *Jurnal Spektrum Hukum*, Vol. 15, April 2018.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002).
- Syukur, Nico. *Filsafat Kebebasan*, (Yogyakarta : Kanisius, 1998).
- Tarantang, Jefry, dkk. "Perkembangan Sistem Pembayaran".
- Tarantang, Jefry, dkk. "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital pada Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia", *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 4, Juli 2019.
- Winardi, *Manajemen Pemasaran dan Penjualan*, (Bandung: Sinar Baru, 1981).
- Wulandari, Apriliya. "Pengaruh Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS) Terhadap Omset Penjualan Pada Usaha Darul Huda Snack

Kecamatan Ukui Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”, (*Skripsi ;Sarjana Fakultas Ekonomi*, UIN Sultan Syarif Kasim Riau).2022.

Yanti,Illy dan Rafidah. “Ekonomi Islam Dalam Sistem Ekonomi Indonesia (Studi tentang Prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam KHES dan Implementasinya terhadap Ekonomi Nasional)”, *Jurnal KONTEKSTUALITA* Vol. 25 No. 1, Juli 2009).

Yuliana,Sa’adah, dkk. *Transaksi Ekonomi dan Bisnis dalam Tinjauan Fiqh Muamalah* (Yogyakarta, Idea Press, 2017).







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2967/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2024

26 Juni 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : RATRI ADELIA DIVA ANDINI
Tempat/Tgl. Lahir : PARE-PARE, 15 Agustus 2001
NIM : 19.2400.092
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester : X (Sepuluh)
Alamat : JL. COPPO TOMPONG, KELURAHAN TUMAMPUA, KECAMATAN
PANGKAJENE, KABUPATEN PANGKAJENE DAN KEPULAUAN

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM PADA PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) SEBAGAI ALAT TRANSAKSI DI SEBLAK MANTUL PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 26 Juni 2024 sampai dengan tanggal 26 Juli 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



SRN IP0000534

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmtsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 540/IP/DPM-PTSP/6/2024

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA

: **RATRI ADELIA DIVA ANDINI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA
Jurusan

: **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
: EKONOMI SYARIAH

ALAMAT

: **JL. COPPO TOMPONG, KAB. PANGKAJENE KEPULAUAN**

UNTUK

: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **ANALISIS PERPSEPSI KONSUMEN MUSLIM PADA PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) SEBAGAI ALAT TRANSAKSI DI SEBLAK MANTUL PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **SEBLAK MANTUL KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **27 Juni 2024 s.d 27 Juli 2024**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
 Pada Tanggal : **28 Juni 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
 Pembina Tk. 1 (IV/b)
 NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00



**PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN UJUNG**

Jalan Mattirotasi Nomor 22 Parepare, Telp. (0421) 21165
Kode Pos 91111, Email : ujung@pareparekota.go.id
Website : ujung.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 070 / 19 / Ujung

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HAIDAL, S.Sos
NIP : 19860115 200502 1 001
Jabatan : Sekretaris Kecamatan
Alamat Kantor : Jl. Mattirotasi No. 22 Parepare

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : RATRI ADELIA DIVA ANDINI
Tempat / Tgl lahir : Parepare, 15 Agustus 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswi
Program Studi : Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Coppo Tompong, Kab. Pangkajene Kepulauan

Yang bersangkutan telah melakukan Penelitian/Wawancara di Kecamatan Ujung Kota Parepare, dengan Judul "ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN MUSLIM PADA PENGGUNAAN QUICK RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) SEBAGAI ALAT TRANSAKSI DI SEBLAK MANTUL PAREPARE" berdasarkan Surat Rekomendasi Penelitian nomor : 540/IP/DPM-PTSP/6/2024 tanggal 28 Juni 2024
Lokasi Penelitian : Seblak Mantul

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 13 Desember 2024



A. H. CAMAT UJUNG,
Sekretaris Kecamatan

HAIDAL, S.Sos
Pangkat : Penata Tk I, III/d
NIP : 19860115 200502 1 001



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT
AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM

Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307

VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Nama Mahasiswa : Ratri Adelia Diva Andini
Nim : 19.2400.092
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Persepsi Konsumen Muslim pada Penggunaan
Quick Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Alat
Transaksi di Seblak Mantul Parepare

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bisakah anda memberikan sedikit informasi tentang diri anda? Misalnya, usia anda, pekerjaan, dan seberapa sering anda melakukan transaksi di Seblak Mantul Parepare?
2. Apakah anda sudah pernah menggunakan *QRIS* sebagai metode pembayaran di Seblak Mantul Parepare sebelumnya? Jika ya, seberapa sering Anda menggunakannya?
3. Bagaimana pendapat anda tentang teknologi *QRIS* sebagai alat transaksi? Apakah Anda merasa familiar dengan cara kerjanya?
4. Apa pendapat anda tentang penggunaan *QRIS* di Seblak Mantul?
5. Menurut anda apakah *QRIS* mudah digunakan? Mengapa?
6. Bagaimana pengalaman Anda menggunakan *QRIS* di Seblak Mantul?
7. Apakah anda merasa *QRIS* memberikan manfaat dalam bertransaksi di Seblak Mantul? Mengapa?
8. Sejauh mana *QRIS* dianggap praktis dan efisien dalam transaksi?

9. Bagaimana nilai-nilai Islam seperti keadilan, transparansi, dan kejujuran mempengaruhi pilihan Anda dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di Seblak Mantul Parepare?
10. Apakah anda merasa selama menggunakan layanan QRIS di seblak mantul menerapkan. Transparansi, kejujuran, serta keadilan dalam melakukan pembayaran?
11. Bagaimana kepercayaan anda terhadap keamanan dan privasi QRIS?
12. Bagaimana Anda menilai kualitas layanan yang diberikan Seblak Mantul ketika menggunakan QRIS?
13. Apakah Anda merasa puas dengan transaksi menggunakan QRIS di Seblak Mantul? Mengapa?
14. Apa saja kendala yang Anda alami saat menggunakan QRIS?
15. Apakah ada pengalaman positif atau negatif yang memengaruhi pandangan Anda terhadap QRIS?
16. Bagaimana pengalaman keseluruhan Anda saat menggunakan QRIS dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya?
17. Apakah Anda memiliki niat untuk terus menggunakan QRIS di Seblak Mantul Parepare di masa mendatang? Mengapa atau mengapa tidak?

Parepare, 24 Juni 2024

Mengetahui:

Pembimbing Utama,-

Pembimbing Pendamping,-



Bahtiar, S.Ag., M.A.
19720505 199803 1 004



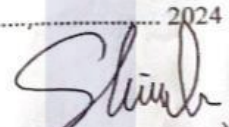
Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA.
19880701 201903 1 007

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : gheila
ALAMAT : rt. balara Araba capade blok B. No 2
UMUR : 29 tahun
PEKERJAAN : pegawai swasta

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ratri Adelia Diva Andini yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi "Analisis Persepsi Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare"

2024

(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : Ica
 ALAMAT : Jl. Banganura
 UMUR : 23
 PEKERJAAN : Wiraswasta

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ratri Adelia Diva Andini yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi "Analisis Persepsi Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare"

..... 2024

(Ica)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : Hermia Putri
 ALAMAT : Jl. Jendral Sudirman
 UMUR : 22
 PEKERJAAN : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ratri Adelia Diva Andini yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi "Analisis Persepsi Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare"

..... 2024

(Hermia)

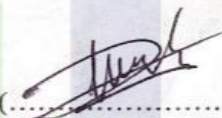
SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ARDI ANSYAR
 ALAMAT : JL. JEND A YANI
 UMUR : 20
 PEKERJAAN : PEG SWASTA

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ratri Adelia Diva Andini yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi "Analisis Persepsi Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare"

..... 2024

()

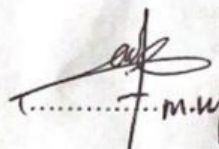
SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : MUH. IKNAN SAPUTRA
 ALAMAT : Jl. MANASA
 UMUR : 21 TAHUN
 PEKERJAAN : KARY. SWASTA

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ratri Adelia Diva Andini yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi "Analisis Persepsi Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare"

..... 2024

()
 T. M. IKNAN

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA	: Mala
ALAMAT	: Jl. Jend. A. Yani Km. 6
UMUR	: 23 tahun
PEKERJAAN	: Pegawai status

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ratri Adelia Diva Andini yang sedang melakukan penelitian dengan judul skripsi “Analisis Persepsi Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (Qris) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare”

..... 2024
(.....)

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Sheila konsumen muslim pengguna QRIS di Seblak Mantul



Wawancara dengan Mala konsumen muslim pengguna QRIS di Seblak Mantul



Wawancara dengan Ica konsumen muslim pengguna QRIS di Seblak Mantul



Wawancara dengan Helmina konsumen muslim pengguna QRIS di Seblak Mantul



Wawancara dengan Muh Irfan konsumen muslim pengguna QRIS di Seblak Mantul



Wawancara dengan Ardi Ansyar konsumen muslim pengguna QRIS di Seblak Mantul

SK Penetapan Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.5038/In.39.8/PP.00.9/10/2022
 Lampiran : -
 Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

21 Oktober 2022

Yth: **1. Bahtiar, S.Ag., M.A.** (Pembimbing Utama)
2. Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA. (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Ratri Adelia Diva Andini
 NIM. : 19.2400.092
 Prodi. : Ekonomi Syariah

Tanggal **1 Agustus 2022** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**PRILAKU KONSUMTIF TERHADAP PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PERSPEKTIF
 EKONOMI SYARIAH**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Tembusan:
 1. Ketua LPM IAIN Parepare
 2. Arsip

Berita Acara Revisi Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

BERITA ACARA REVISI JUDUL SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : Ratri Adelia Diva Andini
N I M : 19.2400.092
Prodi : Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP PENGGUNA SHOPEE PAYLATER
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Telah diganti dengan judul baru:

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM PADA PENGGUNAAN QUICK
RESPONSE CODE INDONESIA STANDARD (QRIS) SEBAGAI ALAT
TRANSAKSI DI SEBLAK MANTUL PAREPARE

dengan alasan / dasar:

.....ketersediaan data lebih mudah mengakses data Qris dibandingkan
.....Shopee Paylater

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing Utama,

Bahtiar, S.Ag., M.A.

Parepare, 21 Januari 2025

Pembimbing Pendamping,

Muhammad Majdy Amiruddin, Lc., MMA.



Mengetahui,
Dekan,

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP. 197102082001122002

BIOGRAFI PENULIS



Ratri Adelia Diva Andini, lahir pada 15 Agustus 2001 di Kota Parepare, Sulawesi selatan. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Rahmat Ibu Adriana. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu mulai masuk pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri (SDN) 10 Bontomangape Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan pada tahun 2007-2013, Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) 2 Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan 2013-2016 , Kemudian melanjutkan lagi ke Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan pada tahun 2016-2019. Kemudian pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah. Penulis melaksanakan Praktek Pengalaman Kerja (PPL) di Dinas Tenaga Kerja Parepare dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Rajang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. Dengan ini penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu tugas akhir mahasiswa (i) untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi penulis mengajukan skripsinya dengan judul “Analisis Persepsi Konsumen Muslim Pada Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Transaksi Di Seblak Mantul Parepare”.