

Adoption of QRIS on Sales Intensity by Mediating the Financial Literacy Level of MSMEs in Surakarta City.

Arief Surya Adhi¹ 

¹ Department of Accounting, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

adhiariefsurya@gmail.com 

Abstract

Currently, payment systems have evolved into digital-based payment systems. It is known that this system brings various kinds of benefits to its users, both business owners and consumers. However, it is still a matter of debate whether this system is able to increase sales intensity or not, and it is also still a matter of debate in the academic world whether the tendency of business people to adopt this system is based on their level of financial literacy. Therefore, this research was conducted with the aim of analyzing the direct and indirect correlation between the adoption of the QRIS payment system on the sales and repurchasing intensity of MSMEs in the creative economy sector and the level of education as a mediator. The population in the study were MSMEs in Surakarta City, Central Java Province. The sample for this research was 30 MSME supervisors, selected using the accidental-purposive sampling method. This research's quantitative primary data was collected through online and offline questionnaire surveys, then analyzed using the multiple regression method. The research results indicate that QRIS adoption has a direct and indirect relationship to sales intensity with the level of financial literacy as a mediating variable which has a significant positive and negative relationship.

Keywords: QRIS Adoption; Sales Intensity; Financial Literacy; MSMEs; Payment; Digital

Adopsi QRIS Terhadap Intensitas Penjualan dengan Mediasi Tingkat Literasi Keuangan UMKM Kota Surakarta.

Abstrak

Sistem pembayaran pada saat ini telah berevolusi menjadi sistem pembayaran berbasis digital. Diketahui sistem tersebut banyak mendatangkan berbagai macam benefit bagi para penggunanya, baik oleh pemilik bisnis ataupun bagi konsumen. Akan tetapi, masih menjadi peredabatan apakah sistem ini mampu untuk meningkatkan intensitas penjualan atau tidak, dan juga masih menjadi peredabatan dalam dunia akademik apakah kecenderungan pelaku bisnis untuk mengadopsi sistem ini adalah berdasarkan tingkat literasi keuangan yang dimilikinya. Maka dari itu, penelitian ini diadakan dengan tujuan untuk menganalisis korelasi secara langsung dan tidak langsung antara adopsi sistem pembayaran QRIS terhadap intensitas penjualan dan *repurchasing* UMKM sektor ekonomi kreatif dengan tingkat pendidikan sebagai mediasinya. Populasi dalam penelitian adalah UMKM yang berada Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah. Sampel penelitian ini yaitu 30 *supervisor* UMKM, dipilih menggunakan metode *accidental-purposive sampling*. Data primer kuantitatif penelitian ini dikumpulkan melalui survei kuesioner secara daring dan luring, kemudian dianalisis memakai metode regresi berganda. Hasil penelitian menginformasikan adopsi QRIS mempunyai hubungan langsung dan tidak langsung terhadap intensitas penjualan dengan tingkat literasi keuangan sebagai variabel mediasi yang memiliki hubungan secara positif dan negatif secara signifikan.

Kata kunci: Adopsi QRIS; Intensitas Penjualan; Literasi Keuangan; UMKM; Pembayaran; Digital

1. Pendahuluan

Sistem pembayaran adalah sistem yang terdiri dari perjanjian, kontrak, fasilitas operasional, dan mekanisme teknis untuk mengirimkan, memvalidasi, dan menerima instruksi pembayaran serta untuk memenuhi kewajiban pembayaran melalui nilai tukar menukar antara masyarakat, bank, dan lembaga lain baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Evolusi uang, dari pembayaran tunai ke pembayaran elektronik non-tunai, tidak dapat dipisahkan dari sistem pembayaran.

Peningkatan inklusi keuangan dan pertumbuhan ekonomi digital akan dibantu oleh kemajuan teknologi dan terobosan informasi. Transaksi pembayaran nontunai menjadi salah satu cara penerapannya. Dompet digital (*e-wallet*), pengganti uang elektronik, telah dikembangkan seiring dengan perluasan ketersediaan teknologi pembayaran digital. Dengan dompet digital ini, pelanggan dapat menyimpan sejumlah uang dalam sebuah aplikasi yang dapat diakses di perangkat. Ada berbagai program dompet digital yang banyak digunakan di Indonesia, antara lain OVO, GoPay, Dana, Doku, dan LinkAja. Tingginya jumlah uang beredar, banyaknya kasus pemalsuan uang, dan besarnya biaya operasional yang dikeluarkan Bank Indonesia untuk pencetakan, penyimpanan, pendistribusian dan pemusnahan uang menjadi latar belakang Bank Indonesia mencanangkan gerakan penggunaan instrumen nontunai dalam melakukan transaksi kegiatan perekonomian yang diberi nama Gerakan Nasional Nontunai (GNP).

Pemerintah terus meningkatkan efisiensi sistem pembayaran melalui Bank Indonesia sebagai Bank Sentral untuk mendorong perkembangan ekonomi dan sistem keuangan digital. Selain itu, Bank Indonesia mendukung transformasi digital sektor keuangan serta percepatan dan pengembangan program transaksi pemerintah daerah yang dilakukan secara elektronik. Ketersediaan metode pembayaran berbasis digital telah meningkatkan variasi interaksi pembayaran di era digital kontemporer. mirip dengan penggunaan kode QR oleh program e-wallet di Indonesia. Merchant harus menawarkan layanan kode QR sebanyak jumlah aplikasi e-wallet yang tersedia untuk dipindai oleh setiap aplikasi karena banyaknya kode QR yang dikeluarkan oleh aplikasi e-wallet. Hal ini mengharuskan pelanggan untuk memiliki banyak aplikasi untuk memproses pembayaran digital, yang mana hal ini tidak efisien.

Oleh karena itu, Bank Indonesia menciptakan standar kode QR pembayaran QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*) untuk memungkinkan transaksi pembayaran digital berbasis shared delivery channel. Pada tanggal 17 Agustus 2019, QRIS pertama kali diperkenalkan di kantor pusat Bank Indonesia dan dilaksanakan secara bersamaan di kantor perwakilan Bank Indonesia di wilayah tersebut. Setiap transaksi pembayaran digital di Indonesia yang difasilitasi dengan kode QR harus menggunakan QRIS mulai 1 Januari 2020. Peluncuran QRIS oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) bertujuan untuk mendorong efisiensi dalam rangka mengefektifkan sistem pembayaran, mempermudah transaksi pembayaran digital, dan mempercepat adopsi layanan keuangan digital. Mobile banking, dompet elektronik, dan aplikasi uang elektronik berbasis server semuanya bisa menggunakan QRIS. Sebelumnya merchant harus menyediakan beberapa kode QR untuk berbagai aplikasi pembayaran digital, namun kini hanya diperlukan satu kode QR yaitu QRIS. Dengan QRIS, seluruh aplikasi pembayaran masyarakat dari penyedia mana pun bank maupun non bank dapat digunakan di toko, kios, tempat parkir, tiket wisata, atau lokasi donasi mana pun yang telah bermitra dengan QRIS. Atas dasar itu, penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan supaya dapat mengetahui ada atau tidaknya pengaruh adopsi QRIS terhadap Intensitas Penjualan yang dengan mediasinya yaitu tingkat literasi keuangan oleh UMKM di Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.

2. Literatur Review

2.1. Adopsi QRIS

Definisi QRIS

Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) dan Bank Indonesia bersama-sama menciptakan standar QR Code pembayaran QRIS. QRIS itu sendiri merupakan singkatan dari *QR Code Indonesia Standard*. Inovasi ini muncul sebagai dampak dari revolusi industri 4.0 dan kemajuan zaman yang terus berkembang dengan pesat (www.bi.go.id). QRIS itu

sendiri memiliki tujuan yang disingkat menjadi UNGGUL, kepanjangan dari singkatan UNGGUL adalah Universal, Gampang, Untung, Langsung. Seluruh tujuan-tujuan tersebut juga memiliki maknanya tersendiri, yang dimana makna dari *universal* adalah inklusif dan dapat digunakan baik di domestik maupun luar negeri, makna *gampang* adalah transaksi dapat dengan mudah dilakukan dalam satu genggam *smartphone*, makna *untung* adalah efisien dikarenakan satu kode QR telah terintegrasi dengan beraneka macam aplikasi, dan makna *langsung* adalah lancarnya sistem pembayaran sehingga konsumen dapat melakukan pembayaran dengan sangat cepat dan tanpa adanya suatu kendala.

Indikator QRIS

Teori *Perceived Usefulness* digunakan dalam menganalisis adopsi QRIS oleh UMKM dalam penelitian ini. Definisi dari teori *perceived usefulness* adalah seberapa jauh seseorang menggunakan suatu teknologi yang mereka sendiri menganggap bahwa dapat memperoleh keuntungan dari penggunaan teknologi tersebut yang kemudian disebut sebagai manfaat yang dirasakan (*Perceived Usefulness*). Sehingga para pengguna teknologi akan tertarik untuk menggunakannya, hal tersebut dikutip menurut (Davis, *et al.*, 1989). Menurut Jogianto dalam Ashif, jika para pengguna yakin suatu sistem tersebut praktis dan mudah digunakan. Maka, kenyamanan akan mempengaruhi kegunaan, namun tidak berlaku sebaliknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa apakah sistem mudah digunakan atau tidak, dapat dipastikan bahwa para pengguna akan tetap memanfaatkannya jika suatu sistem tersebut berguna. Sejauh mana seseorang yang menggunakan QRIS disebabkan karena QRIS bermanfaat bagi individu tersebut. Menurut Davis, ada beberapa metrik yang digunakan untuk mengukur manfaatnya, yaitu: 1) Peningkatan kinerja kerja: Karena penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitas, maka hal tersebut akan membantu meningkatkan kinerja kerja dan meningkatkan produktivitas seseorang dalam bekerja. membantu dalam pekerjaan. 2) Memudahkan pekerjaan: Aktivitas dapat dilakukan dengan mudah oleh seseorang dengan memanfaatkan teknologi. Memanfaatkan teknologi dapat membuat pekerjaan menjadi lebih efisien dan menghemat waktu. 3) Mendapatkan seluruh benefit teknologi: Penggunaan teknologi memberikan manfaat dengan membantu mereka dalam aktivitas sehari-hari. Pemanfaatan teknologi mempunyai pengaruh yang lebih menguntungkan terhadap sikap seseorang terhadap pekerjaan atau aktivitasnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi QRIS.

Menurut penelitian oleh (Rahman, 2022) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi adopsi QRIS adalah: 1) Pengetahuan kognitif mengenai QRIS sebagai metode pembayaran, 2) Pengaruh seberapa besar manfaat dari menggunakan teknologi yang disebut QRIS tersebut, 3) Risiko yang terjadi apabila terdapat kesalahan dari penggunaan teknologi QRIS. Mowen dan Engel (1985) mendefinisikan pengetahuan konsumen sebagai suatu tingkatan mengenai informasi yang dipahami atau dimiliki oleh seorang konsumen mengenai macam-macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan produk dan jasa tersebut (Hanafi & Agustina, 2021). Pengetahuan konsumen mengenai produk QRIS dapat ditingkatkan melalui pengadaan sosialisasi yang lebih luas mengenai sistem pembayaran QRIS. Hasil penelitian oleh (Hanafi & Agustina, 2021) telah diketahui sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arifiyanto & Kholidah, 2021) yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan uang elektronik. Kemudian, seberapa besar manfaat yang diperoleh dari adopsi sebuah teknologi yang baru telah diketahui sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Permadi & Wilandari, 2021) yang menyimpulkan bahwa, manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran digital. Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Shishah & Alhelaly, 2021) yang menunjukkan bahwa asas manfaat menjadi faktor utama yang mendukung minat penggunaan teknologi pembayaran tanpa sentuhan selama krisis virus COVID-19. Tidak hanya itu, penelitian oleh (Putritama & Sari, 2020; Fatonah & Hendratmoko, 2020) menjelaskan bahwa risiko berpengaruh terhadap adopsi penggunaan *e-money*. Dan juga, penelitian oleh (Ningsih, *et al.*, 2021) juga menyimpulkan bahwa risiko berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi menggunakan uang elektronik melalui QRIS.

2.2. Intensitas Penjualan

Definisi Penjualan

Penjualan adalah filosofi manajemen yang mengandaikan bahwa keputusan konsumen mengenai apakah akan membeli barang perusahaan atau tidak didasarkan pada

penilaian atas upaya sungguh-sungguh yang dilakukan untuk menarik atau menumbuhkan minat terhadap produk tersebut (Listianto, 2014).

Indikator Penjualan

Indikator penjualan menurut (Sudaryono, 2016) adalah sebagai berikut: 1) Mencapai volume penjualan tertentu, 2) mendapatkan laba tertentu, 3) menunjang pertumbuhan perusahaan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penjualan

Berdasarkan (Abdullah & Tantri, 2016) terdapat faktor yang mempengaruhi intensitas penjualan, faktor-faktor tersebut adalah: 1) Kondisi dan kemampuan penjual, 2) Kondisi Pasar, 3) Modal yang dimiliki, 4) Kondisi organisasi perusahaan, 4) Faktor lain seperti kampanye, peragaan, pemberian hadiah sering mempengaruhi tingkat intensitas penjualan oleh pelaku bisnis.

3. Metode

Peneliti akan melakukan penelitian dengan memakai dua metode, yaitu metodologi penelitian kuantitatif deskriptif dan metodologi penelitian kuantitatif korelasional. Mengacu pada (Sugiyono, 2017), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur dengan menggunakan statistik sebagai cara untuk menilai data dan membandingkannya dengan masalah yang diteliti untuk mengembangkan kesimpulan. "Penelitian deskriptif kuantitatif" diartikan sebagai penelitian dengan tujuan untuk mengetahui nilai setiap variabel, baik satu variabel atau lebih yang berdiri sendiri dan tanpa membuat hubungan atau perbandingan dengan variabel lainnya (V. Wiratna Sujarweni, 2014: 11). Jenis penelitian korelasional didefinisikan oleh (Arikunto, 2013) sebagai penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui derajat keterkaitan antara dua variabel atau lebih tanpa mengubah, menambah, atau memanipulasi data yang ada. Tujuan penelitian korelasional menurut (Sugiyono, 2019) adalah untuk mengetahui sejauh mana fluktuasi satu variabel sesuai dengan variasi satu atau lebih variabel lain dengan menggunakan teknik koefisien korelasi. Tujuan yang ditetapkan dari adanya pelaksanaan penelitian ini adalah untuk lebih memahami bagaimana satu variabel mempengaruhi yang lain. Akibatnya, peneliti terus-menerus mengumpulkan dan mencari data yang objektif tentang analisis pengaruh pemasaran digital terhadap volume penjualan yang dimediasi oleh kualitas modal intelektual: studi empiris pada usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor ekonomi kreatif di Kecamatan Laweyan berdasarkan kondisi dunia nyata di lokasi penelitian.

3.1. Hipotesis

Hipotesis memiliki nilai sebagai jawaban jangka pendek terhadap kerangka topik penelitian (Sugiyono, 2016). Penelitian tipe eksplorasi adalah bagian dari penelitian kuantitatif yang menghubungkan dua atau lebih variabel dalam hubungan kausal, berlawanan dengan penelitian tipe deskriptif, yang tidak melibatkan penetapan hipotesis. Ungkapan hipotesis lebih baik jika menunjukkan sifat struktur atau keadaan dalam perbedaan sementara juga memiliki kualitas yang jelas. Mengacu terhadap tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, maka dikembangkan hipotesis penelitian sebagai berikut:
H1: Intensitas penjualan oleh UMKM di Kota Surakarta dipengaruhi oleh adopsi QRIS.
H2: Adopsi QRIS berdampak pada tingkat literasi keuangan oleh UMKM di Kota Surakarta.
H3: Adopsi QRIS dan intensitas penjualan berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan oleh UMKM di Kota Surakarta.
H4: Adopsi QRIS melalui intensitas penjualan berdampak terhadap tingkat literasi keuangan UMKM di Kota Surakarta.

3.2. Pemilihan Sampel

Populasi, menurut (Handayani, 2020) adalah jumlah dari semua faktor yang diselidiki serta memiliki sifat yang sama. Komponen-komponen ini dapat terdiri dari individu-individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau apapun yang akan diselidiki. Sampel adalah sebagian dari populasi yang populasi (Sugyono, 2017: 81). Sebuah strategi sampling yang disebut *accidental-purposive sampling* akan digunakan oleh peneliti dan mensyaratkan pengambilan sampel penelitian sebanyak 25 responden berdasarkan standar tertentu. Standar tersebut adalah manajer personalia yang bekerja pada UMKM terkonsentrasi sektor ekonomi kreatif di Kecamatan Laweyan.

3.3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sifat, kualitas, atau nilai seseorang, benda, atau tindakan yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan dan kemudian menahannya (Sugiyono, 2016: 39). Penelitian ini mencakup tiga variabel, yaitu:

- Adopsi QRIS sebagai variabel bebas (independent variable).
- Intensitas Penjualan sebagai variabel terikat (dependent variable).
- Tingkat literasi keuangan sebagai variabel mediasi.

3.4. Etika Penelitian

Beberapa etika yang harus diperhatikan dan dilaksanakan oleh peneliti selama proses penelitian hingga selesai yaitu: 1. Pengisian lembar persetujuan oleh responden dengan tujuan supaya dapat mengetahui hak dan kewajiban serta menjadi bukti bahwa responden tersebut telah menyanggupi untuk berkontribusi di dalam penelitian, 2. Seluruh data yang diberikan responden atau hasil dari penelitian akan dijaga kerahasiaannya, 3. Responden diperkenankan untuk tidak memberikan identitasnya secara langsung dan diperbolehkan jika hanya memberikan nama inisialnya saja, 4.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan untuk dapat memecahkan masalah serta memberikan kontribusi melalui sumbangan pemikiran bagi penelitian yang akan datang mengenai UMKM sektor ekonomi kreatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data kuantitatif, artinya data yang dikumpulkan dinyatakan dalam bentuk angka berdasarkan kejadian dan kondisi yang sebenarnya. Dengan menggunakan program komputer SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 26.0, peneliti kemudian menerapkan metode statistik untuk mengevaluasi data. Beberapa jenis pengujian yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, dan analisis regresi linear berganda.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas Variabel Bebas

| | | Adopsi QRIS | | | Adopsi QRIS |
|------|---------------------|-------------|-------------|---------------------|-------------|
| X1.1 | Pearson Correlation | .748** | X1.10 | Pearson Correlation | .764** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .740** | X1.11 | Pearson Correlation | .539** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,002 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .603** | X1.12 | Pearson Correlation | .775** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| X1.5 | Pearson Correlation | .706** | X1.13 | Pearson Correlation | .682** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| X1.6 | Pearson Correlation | .730** | X1.14 | Pearson Correlation | .759** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| X1.7 | Pearson Correlation | .734** | X1.15 | Pearson Correlation | .650** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| X1.8 | Pearson Correlation | .708** | X1.16 | Pearson Correlation | .645** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| X1.9 | Pearson Correlation | .666** | Adopsi QRIS | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 30 | | N | 30 |

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

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

Tabel 1: hasil uji validitas variabel bebas.

Uji Validitas Variabel Terikat

| | | Intensitas Penjualan | | | Intensitas Penjualan |
|------|---------------------|----------------------|----------------------|---------------------|----------------------|
| Y1.1 | Pearson Correlation | .847** | Y1.3 | Pearson Correlation | .589** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,001 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| Y1.2 | Pearson Correlation | .850** | Intensitas Penjualan | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 30 | | N | 30 |

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

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

Tabel 2: hasil uji validitas variabel terikat.

Uji Validitas Variabel Mediasi

| | | Tingkat Literasi Keuangan | | | Tingkat Literasi Keuangan |
|------|---------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------|---------------------------|
| Z1.1 | Pearson Correlation | .802** | Z1.7 | Pearson Correlation | .756** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| Z1.2 | Pearson Correlation | .779** | Z1.8 | Pearson Correlation | .727** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| Z1.3 | Pearson Correlation | .613** | Z1.9 | Pearson Correlation | .768** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| Z1.4 | Pearson Correlation | .815** | Z1.11 | Pearson Correlation | .643** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| Z1.5 | Pearson Correlation | .504** | Z1.12 | Pearson Correlation | .667** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,004 | | Sig. (2-tailed) | 0,000 |
| | N | 30 | | N | 30 |
| Z1.6 | Pearson Correlation | .558** | Tingkat Literasi Keuangan | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,001 | | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 30 | | N | 30 |

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

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

Tabel 3: hasil uji validitas variabel mediasi.

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0,922 | 15 |

Tabel 4: Hasil uji reliabilitas variabel bebas

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0,895 | 11 |

Tabel 5: hasil uji reliabilitas variabel terikat

Tabel 6: hasil uji reliabilitas variabel mediasi.

Menurut hasil perhitungan validitas uji untuk variabel bebas, variabel terikat, dan variabel mediasi, tidak ada data pada variabel tersebut yang memiliki signifikansi lebih dari 0,05, dan data pada setiap pertanyaan pada semua variabel tersebut juga memiliki R hitung yang lebih besar dari R tabel, yaitu sebesar 0,3610. Oleh karena itu, semua data penelitian telah diverifikasi dan layak untuk digunakan dalam penelitian selanjutnya. Hasil uji reliabilitas terhadap variabel independen, variabel dependen, dan variabel mediasi mengungkapkan bahwa masing-masing variabel tersebut memiliki cronbach's alpha lebih tinggi dari 0,6 pada data kelompok penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan semuanya diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Dengan demikian, pengujian hipotesis dapat dipelajari dengan menggunakan temuan penelitian ini. Analisis deskriptif deskriptif adalah analisis selanjutnya.

| Descriptive Statistics | | | | | |
|---------------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Adopsi QRIS | 30 | 18 | 76 | 57,67 | 10,213 |
| Intensitas Penjualan | 30 | 6 | 15 | 12,60 | 2,207 |
| Tingkat Literasi Keuangan | 30 | 16 | 54 | 44,23 | 7,903 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

Tabel 7: hasil analisis menggunakan uji kuantitatif deskriptif.

Nilai terendah dan tertinggi pada adopsi QRIS adalah 18 dan 76, nilai terendah dan tertinggi pada intensitas penjualan adalah 6 dan 15, dan skor tingkat literasi keuangan terendah dan tertinggi adalah 16 dan 54 berdasarkan 30 responden yang bekerja sebagai *supervisor*. Karena sebagian besar tergantung pada seberapa baik UMKM dan sistem yang dimiliki beserta tingkat literasi keuangannya, maka hasil data tersebut bisa bervariasi. Selain itu, analisis regresi linear berganda akan dilakukan untuk menguji data penelitian. Menurut (Ghozali, 2013), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh faktor independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi linear berganda akan digunakan untuk mengetahui sejauh mana UMKM di Kota Surakarta memiliki tingkat literasi keuangannya yang dimiliki mampu untuk memediasi pengaruh adopsi QRIS terhadap intensitas penjualan.

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .635 ^a | 0,403 | 0,382 | 1,735 |

a. Predictors: (Constant), Adopsi QRIS

b. Dependent Variable: Intensitas Penjualan

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 4,688 | 1,846 | | 2,539 | 0,017 |
| | Adopsi QRIS | 0,137 | 0,032 | 0,635 | 4,350 | 0,000 |

a. Dependent Variable: Intensitas Penjualan

Tabel 8: hasil analisis menggunakan uji regresi berganda tanpa menggunakan variabel mediasi

Ketika hipotesis pertama dimasukkan dan data penelitian diuji dengan menggunakan metode uji regresi linear berganda, temuan menunjukkan bahwa nilai signifikan adopsi QRIS terhadap intensitas penjualan adalah 0,000 dan 0,000 kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adopsi QRIS oleh UMKM di Kota Surakarta memiliki hubungan positif dan berpengaruh terhadap intensitas penjualan.

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .792 ^a | 0,628 | 0,600 | 4,998 |

a. Predictors: (Constant), Intensitas Penjualan, Adopsi QRIS

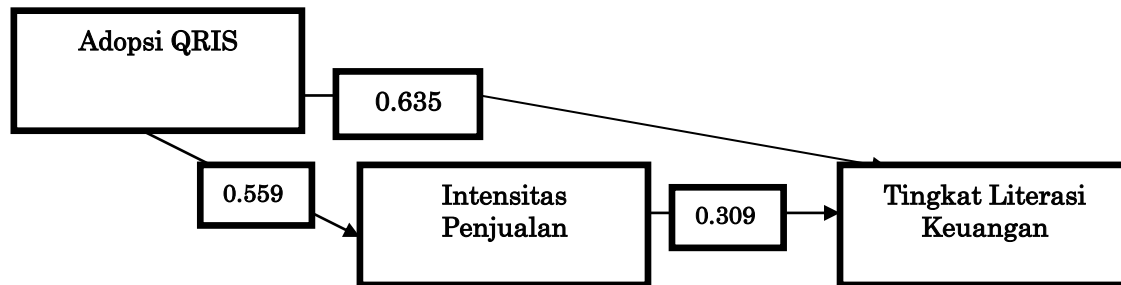
b. Dependent Variable: Tingkat Literasi Keuangan

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 5,335 | 5,900 | | 0,904 | 0,374 |
| | Adopsi QRIS | 0,433 | 0,118 | 0,559 | 3,680 | 0,001 |
| | Intensitas Penjualan | 1,106 | 0,545 | 0,309 | 2,031 | 0,052 |

a. Dependent Variable: Tingkat Literasi Keuangan

Tabel 9: hasil analisis menggunakan uji regresi berganda dengan menggunakan variabel mediasi

Hasil hipotesis kedua kemudian menunjukkan bahwa terdapat dampak dan korelasi antara adopsi QRIS terhadap tingkat literasi keuangan dengan kekhususan nilai signifikansi yaitu 0,001 dan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa UMKM di Kota Surakarta terpengaruh oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan adopsi QRIS ditinjau dari tingkat literasi keuangan oleh UMKM tersebut. Selain itu, diketahui bahwa intensitas penjualan tidak berdampak pada tingkat literasi keuangan pada UMKM Kota Surakarta ketika hipotesis ketiga dikontraskan dengan temuan penelitian. Untuk dapat mengidentifikasi secara konkret dengan berlandaskan data penelitian terhadap hipotesis empat, maka perlu untuk menentukan dampak secara langsung dan dampak secara tidak langsung oleh masing-masing variabel, variabel dalam penelitian ini yaitu: adopsi QRIS, intensitas penjualan, dan tingkat literasi keuangan.



Gambar 2: skema alur penelitian hasil analisis menggunakan uji regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan pengaruh secara tidak langsung pada masing-masing variabel.

Dari Gambar 2 terlihat bahwa pengaruh adopsi QRIS terhadap tingkat literasi keuangan memiliki standar koefisien beta sebesar 0.559 yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif. Dalam hal ini, terbukti bahwa adopsi QRIS di UMKM dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan. Kemudian, antara variabel intensitas penjualan memiliki dampak yang positif pada tingkat literasi keuangan yang dalam hal ini menunjukkan bahwa seberapa besar intensitas penjualan yang dicapai UMKM secara signifikan dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan yang dimiliki UMKM tersebut. Untuk dapat mencari pengaruh adopsi QRIS melalui intensitas penjualan terhadap tingkat literasi keuangan, diperlukan sebuah rumus sebagai berikut: a. Hitung standar koefisien beta yang ada antara variabel independen dan variabel mediasi; dalam contoh ini nilai standar koefisien beta adalah 0.559. Dalam hal ini nilai 0.559 berperan sebagai nilai langsung, b. Pengaruh langsung koefisien beta antara variabel independen dan mediasi, serta pengaruh langsung antara variabel dependen dan mediasi, memiliki angka koefisien 0,635 yang dikalikan dengan 0,309 dan nilainya setara dengan 0,196215. Dalam hal ini, nilai 0,196215 bertindak sebagai nilai tidak langsung, c. Ketika jumlah nilai tidak langsung melebihi nilai langsung, dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki keunggulan yang signifikan dibandingkan variabel mediasi melalui variabel dependen. Selain itu, jika nilai tidak langsung kurang dari nilai langsung, ini menunjukkan bahwa variabel independen secara langsung mempengaruhi variabel mediasi melalui variabel dependen dan memiliki dampak yang kuat dan besar. Oleh karena itu, ditemukan bahwa nilai langsung dari penelitian ini lebih besar dari nilai tidak langsungnya, dan bahwa tingkat literasi keuangan oleh UMKM di Kota Surakarta secara langsung dipengaruhi oleh adopsi QRIS melalui intensitas penjualannya.

5. Kesimpulan

Kesimpulan diperoleh dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan dengan sampel penelitian yaitu UMKM di Kota Surakarta adalah menemukan bahwa adopsi QRIS memiliki dampak dan hubungan positif dengan intensitas penjualan yang telah dihitung dengan menggunakan uji analisis regresi linear berganda. Hal ini dikarenakan adopsi QRIS dalam sistem pembayaran mampu meningkatkan pelanggan dan juga menghasilkan laba yang lebih besar, serta kemudahan dalam membayar karena tidak perlu membawa uang dalam bentuk fisik. Kemudian, temuan penelitian menunjukkan terdapat suatu hubungan dan pengaruh antara adopsi QRIS dengan tingkat literasi keuangan. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan dan pengaruh yang positif antara intensitas penjualan dan tingkat literasi keuangan. Hal ini dikarenakan tingkat literasi keuangan tidak termasuk ke dalam faktor yang mempengaruhi intensitas penjualan, melainkan yang memberikan dampak terhadap intensitas penjualan adalah adopsi QRIS oleh UMKM di Kota Surakarta. Terakhir, penelitian ini juga menghasilkan temuan bahwa tingkat literasi keuangan UMKM di Kota Surakarta secara langsung dipengaruhi oleh adopsi QRIS jika melalui variabel intensitas penjualan.

Beraneka macam hasil dalam penelitian tersebut hanya mengungkapkan beberapa masalah yang hanya berkaitan dengan adopsi QRIS, intensitas penjualan, dan tingkat literasi keuangan. Sebenarnya, pada realita masih terdapat berbagai komponen yang memiliki potensi untuk mengambil peran dan belum teridentifikasi oleh penelitian ini, termasuk yang berkaitan dengan adopsi QRIS serta tingkat literasi keuangan. Maka dari itu, penelitian lebih lanjut dan terperinci sangat disarankan untuk segera dilakukan dalam

rangka peningkatan peran dari aspek adopsi QRIS dan tingkat literasi keuangan oleh UMKM di Kota Surakarta.

Ucapan Terima Kasih

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulisan artikel ilmiah ini dilakukan dalam rangka mengikuti agenda call for paper dengan tema “Pengembangan Sumber Daya Menuju Masyarakat Mandiri Berbasis Inovasi IPTEKS” yang diselenggarakan oleh Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, cukup sulit bagi saya untuk menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Oleh sebab itu saya mengucapkan terima kasih kepada 30 responden yang telah membantu dalam proses penelitian ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga artikel ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Referensi

- [1] Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada
- [2] Ahmad Fahri Syaifuddin Kurnia Rahman (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi (Studi Pada Mahasiswa Uin Raden Mas Said Surakarta).
- [3] Arifiyanto, M., & Kholidah, N. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat Dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Server. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 697–706. <https://doi.org/10.35794/Jmbi.V7i3.31390>
- [4] Arikunto Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Retrieved From <http://R2kn.Litbang.Kemkes.Go.Id:8080/Handle/123456789/62880>
- [5] Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/Mnsc.35.8.982>
- [6] Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan E-Money. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN%0amenguji>
- [7] Hanafi, & Agustina, L. A. (2021). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berasuransi Syariah (Studi Pada Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi). *Jurnal Syar'insurance (SIJAS)*, 7(1), 11–24.
- [8] Handayani, Ririn. 2020. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika
- [9] Listianto L, Pradhanawati, dkk. 2014. “Pengaruh Promosi, Intensitas Persaingan Dan Kebijakan Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Bandeng Presto Pada Sentra Usaha Kelurahan Tambakrejo Semarang.” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3(3)
- [10] Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- [11] Putritama, A., & Sari, R. S. P. (2020). Factors Affecting Millennial Generation Interest Of Using E-Money. *Jurnal Economia*, 16(2), 245–256. <https://doi.org/10.21831/Economia.V16i2.29471>
- [12] Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran (Teori Dan Implementasi)*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [13] Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Pt Alfabet.

- [14] Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [15] Sugiyono. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [16] V Wiratna Sujarweni. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
