

**ANALISIS PENERAPAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL
GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM BAKSO
PAJERO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

***ANALYSIS OF IMPLEMENTATION OF DIGITAL PAYMENT
SYSTEMS TO INCREASE SALES UMKM BAKSO PAJERO IN
ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh :

IRWAN

15423134

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irwan
NIM : 15423134
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Digital Guna Meningkatkan Penjualan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan tidak ada hasil karya orang lain kecuali yang diacu dalam penulisan dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka penulis bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia. Demikian, pernyataan ini penulis buat dalam keadaan sadar dan tanpa dipaksakan.

Yogyakarta, 25 April 2022



Irwan



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462
F. (0274) 898463
E. fiaf@uii.ac.id
W. fiaf.uui.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:


Hari : Kamis
Tanggal : 9 Juni 2022
Nama : IRWAN
Nomor Mahasiswa : 15423134
Judul Skripsi : Analisis Sistem Pembayaran Digital Guna Meningkatkan Penjualan UMKM Bakso Pajero Perspektif Ekonomo Islam

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

TIM PENGUJI:


Ketua

Tulasmi, SEI, MEI

()

Penguji I

Junaidi Safitri, SEI, MEI

()


Penguji II

Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.

()

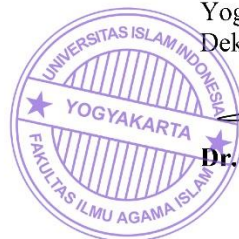
Pembimbing

Muhammad Iqbal, SEI, MSI

()

Yogyakarta, 9 Juni 2022

Dekan,




Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA,

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan nomor surat : 347/Dek/70/DAATI/FIAI/III/2020 tanggal 30 Maret 2022 atas tugas ini kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Irwan
NIM : 15423134
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Digital Guna Meningkatkan Penjualan UMKM Bakso Pajero Perspektif Ekonomi Islam

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah dapat diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut diatas untuk dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 30 Mei 2022



Muhammad Iqbal, SEI., MSI

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama : Irwan
NIM : 15423134
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Digital Guna Meningkatkan Penjualan UMKM Bakso Pajero Perspektif Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan serta dilakukannya perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqosah skripsi pada program studi Ekonomi Islam jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 30 Mei 2022



Muhammad Iqbal, .SEI., MSI

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berbagai macam limpahan nikmat, rahamt, ma'unah dan inayah-Nya. Sehingga dapat mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat serta serta salam semoga tetap tercurah limpah kepada Nabiyullah Muhammad SAW, kepada para sahabat, keluarga, dan pengikutnya yang setia hingga akhir zaman, sebagai tauladan terbaik pembawa risalah yang mampu menghantarkan kita umat manusia dari zaman jahiliyah ke pada zaman yang modern.

Penuh kesyukuran, haru, dan Bahagia kupersembahkan karya sederhana ini untuk keluarga besar terutama kedua orang tuaku Bapak Ahmad Syahrir dan Ibunda Siti Ruhani, yang telah mendidik dan membimbing saya sampai pada titik ini, terima kasih juga atas dukungan materi dan doa yang keduanya tak henti-henti berikan. Selanjutnya untuk saudara-saudaraku yang selalu membantu materi untuk kelangsungan kuliah, yaitu buat Abangku Antony, Eti Kurniati, Wahida dan Hermansya, semoga Allah membalas seluruh amal kebaikan dan dukungannya selama ini.

Terima Kasih kepada Bapak Rektor Universitas Islam Indonesia, Bapak Prof. Fathul Wahid., ST.,M.Sc., Ph.D. Hal yang sama juga buat Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam UII Bapak. Dr. Tamyiz Mukharram., MA, terimakasih buat Ketua Prodi Ibu. Soya Sobaya., SEL.,MEI dan terimakasih banyak kepada Dosen Pembimbing yang sudah penuh dengan kesabaran dalam menghadapi kami, yaitu Bapak. Muhammad Iqbal., SEL.,MEI dan terimakasih juga kepada seluruh akademisi Universitas Islam Indonesia terkhusus Fakultas FIAI dan teman-teman semuanya.

Spesial terimakasih buat diri sendiri yang masih mau diajak kompromi, yang masih mau berpikir logis untuk tidak menyerah, terimakasih banyak juga untuk Babeh Dr.Mustafa.,SE.,MM, dan terimakasih banyak buat temanku Lalu Haidir Ali., SH yang sudah sangat membantu dalam penyelesaian tugas ini, terimakasih untuk teman-teman semuanya, dan kepada semua teman-teman yang tidak dapat kusebut satu per satu.

MOTTO

حَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia lainnya”

إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُمَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُم مِّن دُونِهِ مِن وَّالٍ

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”

(QS.AR-Ra'd: 11)

الجمعة الإسلامية الأندلسية

ABSTRAK

Oleh:

IRWAN 15423134

Penelitian ini fokus mengkaji penerapan sistem pembayaran digital pada TBK (Bakso Pajero) Group. Selain itu, dikaji pula pencapaian target penjualan dari aspek transaksi digital dan dianalisis dengan perspektif ekonomi islam. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Adapun metode pengumpulan data, penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian data dianalisis secara induktif.

Berdasarkan fokus penelitian ini, didapatkan dua kesimpulan yang menjadi hasil. *Pertama*, alasan digunakannya sistem pembayaran digital pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group disebabkan masa masa pandemi covid-19. *Platform* digital yang digunakan yaitu, EDC (*Entry Data Capture*), *M-Banking*, dan dompet digital; OVO, GoPay, Shopee Pay, DANA. Mekanisme pembayaran digital, baik EDC, *M-Banking* maupun dompet digital secara sistem kerjanya melalui transfer. Metode transfer yang digunakan melalui *scan* kartu kredit atau debit, *scan QR code* (OVO, GoPay, Shopee Pay, *M-Banking*). *Kedua*, target penjualan pada masa pandemi dengan sistem pembayaran digital secara persentase tidak terlalu signifikan. Hal itu dilihat dari target harian, mingguan dan bulanan pada TBK (Bakso Pajero) Group. Ketika masa pandemi agak longgar pada tahun 2021, di capai target penjualan meningkat bahkan melebihi dari target yang ditentukan. Hal itu dapat dilihat dari indikator pertumbuhan, volume penjualan, dan laba. Walaupun secara persentase nominal tidak dapat dirincikan oleh pihak TBK (Bakso Pajero) Group, dan upaya mereka dalam meningkatkan penjualan yaitu salah satunya menggunakan promo dari pihak *provider* yang dianggap *riba*.

Kata Kunci: UMKM, sistem pembayaran digital, target penjualan, peningkatan penjualan.

ABSTRACT

By:

IRWAN 15423134

This study focuses on examining the application of a digital payment system to UMKM TBK (Bakso Pajero) Group. In addition, this research also studied about the achievement of sales targets from the aspect of digital transactions of digital transactions is also studied and analyzed from an Islamic economic perspective. This research is a type of qualitative research with a descriptive analysis approach. As for the data collection method, the author uses the method of interview, observation, and documentation. Then the data were analyzed inductively.

Based on the focus of this research, two conclusions were obtained that became the results. First, the reason for using a digital payment system in UMKM TBK (Bakso Pajero) Group is due to the COVID-19 pandemic beginning. The digital platforms used EDC (Entry Data Capture), M-Banking, and digital wallets; OVO, GoPay, Shopee Pay, DANA. Digital payment mechanisms, including EDC, M-Banking and digital wallets, work through transfers. The transfer method used is by scanning a credit or debit card, scanning a QR code (OVO, GoPay, Shopee Pay, M-Banking). Second, the percentage of sales during the pandemic with digital payment systems is not too significant. This can be seen from the daily, weekly and monthly targets for the three TBK (Bakso Pajero) Group. When the pandemic period was a bit loose in the beginning of 2021, the sale target was achieved to increase and even exceed the specified target. It can be seen from the indicators of growth, sale volume, and profit. Even though the nominal percentage cannot be specified by those owner. Efforts to increase sales of them using promos from providers are not appropriate because the promo by contracts is considered and additional benefits of loans and it is usury.

Keywords: UMKM, digital payment system, sales target, increase sales.

الجمعة، الأستد، الأندو
الجمعة، الأستد، الأندو

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang yang senantiasa memberikan kasih dan sayang kepada hamba-hamba-Nya. Sholawat beriring salam tidak lupa pula kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi seluruh umatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Penerapan Sistem Pembayaran Digital Guna Meningkatkan Penjualan UMKM Bakso Pajero Perspektif Ekonomi Islam” untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Berkat bimbingan, motivasi, dan arahan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph. D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H Tamyiz Mukharom, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Dra Rahmani Timorita Yulianti, M. Ag selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Soya Sobaya, S.E.I., M.S.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Muhammad Iqbal, S.E.I., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan waktu, ilmu, saran dan dukungan selama proses penulis menyusun skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Ahmad Syahrir dan Ibu Siti Ruhani, selaku orang tua saya yang senantiasa mendoakan saya terus-menerus untuk kelancaran penyusunan

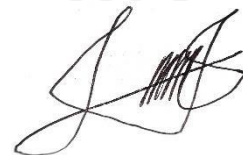
skripsi ini dan kesuksesan anaknya di dunia dan akhirat.

8. Spesial kepada diri sendiri yang masih mau diajak kompromi, yang masih bisa berpikir jernih untuk tidak menyerah disaat-saat sulit.
9. Kepada Babeh Dr. Mustafa.,SE.,MEI, yang selalu memarahi dan berdiskusi untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan saya yang tidak dapat saya sebutkan satu per-satu.
11. Kepada keluarga besar Yayasan Tauhiddul Ummah, selama ini telah banyak membantu.

Semoga segala bentuk kebaikan yang telah Bapak/Ibu, Saudara/i, dan para Sahabat Allah balas dengan sebaik-baik balasan di dunia dan akhirat. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diperlukan untuk perbaikan di masa mendatang.

Yogyakarta, 17 Mei 2022

Penyusun



Irwan

PEDOMAN LITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi

Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan keIslaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri

Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara konkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta' marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi

dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
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

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـي ...	fathah dan ya	Ai	a dan i
ـِـو ...	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كـتـبـ	kataba
فـعـلـ	fa'ala

3. Maddah

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

Harakat Dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى... ..	fathah dan alif atau ya	A	u dan garis di atas
ى... ..	kasrah dan ya	I	u dan garis di atas
و... ..	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla	قِيلَ - qīla
رَمَى - ramā	يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbu"ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

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

Contoh:	
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- raudah al-atfāl - raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al Munawwarah - al-Madīnatul-Munawwarah
طَالِحَةٌ	- talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:		
رَبَّنَا – rabbanā	الْحَجَّ	- al-hajj
نَزَّل – nazzala	نُعَمَّ	- nu''ima
الْبِرِّ – al-birr		

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:			
الرَّجُلُ	- ar-rajulu	ا الْقَلَمُ	- al-qalamu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu	ا الْبَدِيعُ	- al-badī'u

الشَّمْسُ	- as-syamsu	الْجَلَالُ	- al-jalālu
-----------	-------------	------------	-------------

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:			
تَأْخُذُونَ	- ta'khuẓūna	إِنَّ	- inna
النَّوْءُ	- an-nau'	أَمِرْتِ	- numirtu
شَيْئٍ	- syai'un	أَأْكَلِ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair arr āziqīn Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ	Ibrāhīm al-Khalīl Ibrāhīm al-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
النَّاسِ جِجُّ الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’a ilaihi sabīla Walillāhi ‘alan-nāsihijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabīlā

--	--

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN LITERASI	xii
DAFTAR ISI	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sitematika Penulisan	7
BAB II TELAHAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	9
A. Telaah Pustaka	9
B. Landasan Teori	23
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Desain Penelitian	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
C. Objek Penelitian	42
D. Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Anslisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian	47

2. Penerapan Sistem Pembayaran Digital Pada Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group	48
3. Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group Sebelum dan Setelah Menerapkan Sistem Pembayaran Digital	55
B. Pembahasan	58
1. Metode Pembayaran Digital yang Banyak digunakan oleh UMKM TBK (Bakso Pajero) Group	58
2. Metode Pembayaran Digital yang Banyak digunakan oleh Generasi X,Y, dan Z pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group	62
3. <i>Fleksibilitas</i> Sistem Pembayaran Digital dalam Pencapaian Target Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group	64
4. Persentase Keuntungan Sebelum dan Sesudah menerapkan Sistem Pembayaran Digital UMKM TBK (Bakso Pajero) Group	66
5. Pertumbuhan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group	67
6. Praktik Jual Beli Pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group Perspektif Ekonomi Islam	70
7. Upaya Peningkatan Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group Perspektif Ekonomi Islam.	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88
RIWAYAT HIDUP	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia yang mengalami keterpurukan akibat pandemi covid-19, kondisi ini memaksa pelaku usaha harus pandai memilih dan menentukan strategi yang tepat agar bisnis mereka mampu bertahan dan bersaing ditengah ketidakstabilan perekonomian ini. Salah satu strategi bisnis yang dirasa cocok untuk usaha karena adanya PSBB dan atau PPKM adalah menerapkan sistem pembayaran berbasis digital, sistem pembayaran ini dalam aturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 dan peraturan baru No.20/6/PBI/2018 (Pardede, 2019), serta Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 diperbolehkan selama tidak ada pihak yang dirugikan dalam setiap transaksi (Fitriani Latief, 2021).

Sektor bisnis yang terdampak adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dampak dari kebijakan, penurunan kinerja ekonomi dan adanya pembatasan aktivitas publik sehingga perekonomian pada sektor UMKM mengalami penurunan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, pada tahun 2017 kontribusi UMKM pada PDB mencapai 60,34% akan tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan sekitar 20%, semula angka 60,34% menjadi 37,3% hal tersebut akibat dari pandemi covid-19 dan belum membaiknya kondisi sektor UMKM dan aktivitas publik. Sebagai salah satu sektor yang berperan penting dalam mengurangi angka pengangguran dengan cara memberikan lapangan kerja pada 96,87% tenaga kerja di Indonesia, UMKM memiliki posisi yang sentral dan krusial terhadap keberlangsungan dan perkembangan perekonomian Indonesia (Pitaloka, 2020).

Keterpurukan dan penurunan kinerja ekonomi ini berdampak pada seluruh bidang UMKM termasuk pada bidang kuliner. Salah satu kuliner yang terdampak adalah TBK (Bakso Pajero) Group yang berada di jalan



Colombo, Caturtunggal, Condongcatur. Usaha ini bisa dikatakan mengalami kerugian dimana terlihat dari berkurangnya daya beli pelanggan karena adanya pembatasan aktivitas publik yang diatur oleh pemerintah sebagai upaya pencegahan virus covid-19. Permasalahan yang dialami oleh perusahaan ini adalah penurunan kuantitas penjualan akibat penurunan daya beli masyarakat sehingga mereka memerlukan strategi untuk dapat menjangkau konsumen lebih jauh dengan harapan hal itu dapat meningkatkan penjualan mereka.

Mengingat begitu pentingnya posisi UMKM terhadap kestabilan ekonomi Indonesia, maka pelaku bisnis khususnya pada sektor UMKM perlu bergerak cepat dalam menangani ketidakstabilan ekonomi tersebut. Ada beberapa cara yang dapat diterapkan oleh pelaku bisnis salah satunya adalah berinovasi dalam sistem pembayaran menggunakan pembayaran berbasis digital. Tantangan bagi UMKM dalam melakukan inovasi bisnis mereka dengan menerapkan internet tidaklah mudah, mereka perlu meningkatkan terlebih dahulu keterampilan mereka seperti keterampilan manajerial, keterampilan beroperasi dan mengorganisir serta pemasaran itu sendiri karena baru sekitar 58,6% dan lebih kurang 90-95% jumlah UMKM yang mengadopsi Teknologi sebagai penunjang kegiatan bisnis mereka (Santoso, 2019).

Penduduk Indonesia merupakan pengguna internet terbanyak ke-4 di dunia atau sekitar 79,3% dari total populasi penduduk Indonesia 267.670.543 jiwa (Prasasti, 2021). Sebagai salah satu negara pengguna internet terbanyak di dunia, secara teori bagi pengusaha, khususnya UMKM akan dengan mampu menjawab tantangan dan kendala yang dihadapi oleh UMKM diatas, hanya saja pelaku usaha harus terlebih mengerti dan berkompeten dalam memahami konsep teknologi dalam dunia usaha. Laporan dari salah satu lembaga riset dan penasihat yang berbasis di India (Red Seer) melaporkan transaksi *e-wallet* di Indonesia pada tahun 2018 mencapai angka 1,5 miliar US dollar setara 21,73 triliun (dalam kurs

14,4980). Selain itu data dari BI, total transaksi uang elektronik berbasis *chips* dan *server* tahun 2019 mencapai 5,22 miliar dan melonjak tajam hingga 207% menjadi 145,16 triliun pada tahun 2019 (Rasdianto, 2020).

Ada beberapa sentuhan teknologi terbaru yang bisa diaplikasikan dalam UMKM di tengah kemajuan teknologi dan ketidakstabilan ekonomi untuk meningkatkan daya saing usaha mereka, dikutip dalam AbcKotakarya.id setidaknya ada 5 (lima) teknologi yang bisa diaplikasikan dalam UKMM, yaitu: Cloud Computing, Internet of Things, Media Sosial, Situs Web dan Akuntansi Software. Kelima teknologi tersebut memiliki manfaat dan kegunaan masing-masing guna meningkatkan operasional dan daya saing UMKM. Penggunaan teknologi yang terhubung langsung dengan sistem akuntansi *software* adalah penggunaan sistem pembayaran digital, dimana sistem ini menggunakan cara untuk melakukan transaksi tidak memerlukan uang fisik.

Sistem pembayaran digital adalah pemindahan sejumlah uang dari si pembayar ke penerima, dimana dalam sistem pembayaran digital uang disimpan, diproses dan diterima dalam bentuk informasi digital dan pemindahannya menggunakan alat pembayaran elektronik dan konsep pembayaran digital menggunakan *software* tertentu seperti kartu pembayaran dan uang elektronik (Tarantang & Munawaroh, 2019). Beberapa aplikasi pembayaran digital yang populer digunakan di Indonesia saat ini, seperti OVO, DANA, GoPay (Tarantang & Munawaroh, 2019) dan yang terbaru adalah ShopeePay, fitur milik shopee (Fitriani Latief, 2021). Pada dasarnya konsep dari sistem pembayaran digital yang digunakan dalam UMKM menggunakan metode transfer baik itu secara langsung maupun melalui metode *Quick Response Code* dan *Quick Response Indonesia Standard* (Sihaloho & Rahmayanti, 2020).

Sistem pembayaran digital salah satu kecerdasan yang dihasilkan dari revolusi industri 4.0, diciptakan dengan tujuan untuk memudahkan

pelanggan maupun pengusaha dalam melakukan transaksi pembayaran. Pada tahun 2011 lalu di acara *Hanover Trade Fair* dipaparkan bahwa industri memasuki inovasi baru dan 2015 dikenalkan kembali kemudian di *follow up* oleh Angela Merkel dalam acara WEF (*World Economic Forum*), setelah Jerman, Amerika pun menggerakkan MLC (*Smart Manufacturing Leadership Coalition*) (Puspita, 2020).

Keamanan dan legalitas serta pandangan islami terhadap sistem pembayaran ini sudah ada. Sistem pembayaran ini dalam aturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 dan peraturan baru No.20/6/PBI/2018 (Pardede, 2019), serta Fatwa DSN-MUI No.116/DSN-MUI/IX/2017 diperbolehkan selama tidak ada pihak yang dirugikan dalam setiap transaksi (Fitriani Latief, 2021). Keamanan yang terdapat pada uang elektronik yang digunakan sebagai alat pembayaran dalam sistem pembayaran digital sudah dilengkapi dengan sistem keamanan EMV *chip* yang dikembangkan oleh Europay, Mastercard, dan Visa yang akan menyediakan keamanan lapisan ekstra untuk setiap transaksi pembayaran. Selain itu beberapa bank atau penerbit uang elektronik tertentu menawarkan asuransi perjalanan, dan pihak bank memiliki sistem yang dapat melindungi ketika kartu anda hilang (Perkasa, 2018).

Adanya sistem pembayaran ini tentu karena adanya aktivitas penjualan yang dilakukan perusahaan, sebagai upaya sang penjual dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapainya manfaat antara keduanya yang berkelanjutan dan menguntungkan. Penjualan juga merupakan hasil yang dicapai sebagai imbalan atas jasa-jasa yang dilakukan dalam dalam dunia usaha (Hasti, 2018). Pada ajaran islam aktivitas berbisnis atau berniaga dikenal dengan istilah *tijarah*. Perolehan laba atau untung haruslah dilakukan dengan cara yang baik dan benar. Cara yang benar bisa sesuai dengan standar operasional perusahaan, standar hukum negara, dan hukum syariat islam.

Di dalam Al-quran dan hadits banyak sekali dalil yang menjelaskan posisi dasar hukum berbisnis atau berniaga seperti terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 275 dengan potongan ayat “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. Pada ayat lain juga yaitu dalam surat An-nisa ayat 29 dengan potongan arti berarti “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu”. Imam Ibnu Katsir berpendapat bahwa terhadap surat an-nisa ayat 29 tersebut bahwa perdagangan (*tijarah*) dibolehkan dalam islam sebagai bentuk bisnis dan usaha dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (Wijaya, 2018).

Segala sesuatu dalam islam telah diatur secara kompleks agar semua dapat berjalan dengan baik sesuai koridornya, agar tidak ada pihak yang merugikan atau dirugikan dalam aktivitas bisnis tersebut. Persoalan upaya peningkatan penjualan yang dilakukan oleh pengusaha perlu dilakukakan analisis secara persepektif islam, yaitu dikaji dari sisi pengetahuan dasar mereka terhadap penggunaan metode tersebut , apakah sesuai dengan prinsip atau justru mengalami penyelewengan dari aturan islam yang ada.

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas maka pada penelitian ini dapat ditarik benang merah sebagai fokus utama penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisa praktik penggunaan sistem pembayaran digital dan peningkatan penjualan mereka setelah memakai sistem tersebut, kemudian dilakukan analisa upaya mereka secara perspektif islam. Oleh karena itu maka penelitian ini ditetapkan dengan judul **“ANALISIS PENERAPAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM BAKSO PAJERO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, agar penelitian ini menjadi lebih fokus dan terarah, maka perlu dirumuskan pokok persoalan sebagai bentuk batasan dalam penelitian ini nantinya, adapun rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana implementasi sistem pembayaran digital pada TBK (Bakso Pajero) Group?
2. Bagaimana tingkat penjualan TBK (Bakso Pajero) Group dengan adanya penerapan sistem pembayaran digital perspektif ekonomi islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan sistem pembayaran digital pada TBK (Bakso Pajero) Group.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tingkat penjualan TBK (Bakso Pajero) Group dari adanya penerapan sistem pembayaran digital perspektif ekonomi islam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat, adapun beberapa manfaat yang bisa dihasilkan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu serta wawasan bagi pengusaha pelaku UMKM tentang penerapan sistem pembayaran digital guna meningkatkan penjualan. penulis juga berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah referensi untuk para akademisi dan mahasiswa ekonomi islam khususnya pada konsentrasi bisnis islam, terkait salah satu strategi atau cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan

penjualan UMKM yaitu dengan menerapkan sistem pembayaran digital pada usaha mereka.

2. Manfaat Parktis

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, penerapan sistem pembayaran digital guna meningkatkan penjualan UMKM yang merupakan salah satu strategi, harapannya dapat digunakan oleh pelaku usaha atau produsen dengan cara yang baik yaitu memperhatikan prinsip dasar islam pada praktiknya.

E. Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yang mempunyai subbab, setiap subbab merupakan bagian atau anakan dari bab yang menjelaskan secara lebih spesifik tentang hal-hal yang ada dalam bab. Secara garis besar sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini ialah menguraikan tentang latar belakang penelitian ini, kemudian rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang dipakai pada draft ini.

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori tentang sistem pembayaran digital, UMKM, bisnis dan teori lainnya yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini, berupa definisi dan teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

BAB III METODE PENELITIAN

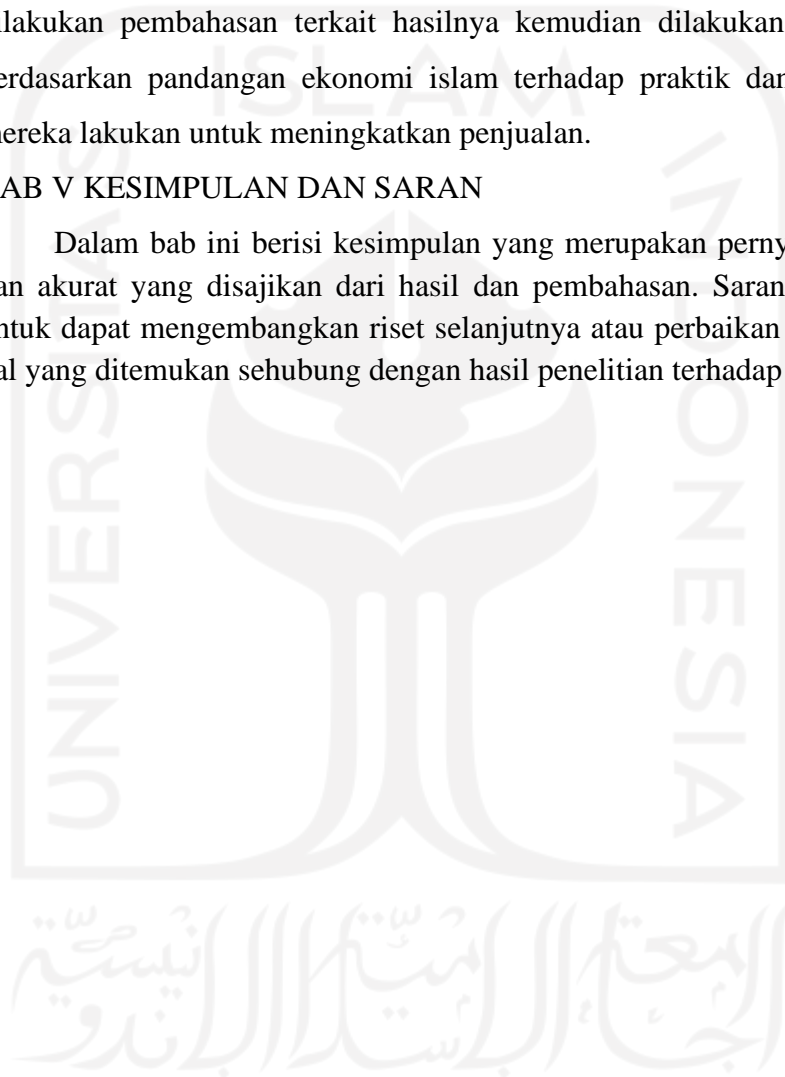
Dalam bab ini akan dijelaskan tata cara pelaksanaan penelitian dalam rangka mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang diajukan secara logis, empiris, dan sistematis, pokok-pokok yang terkandung dalam metode penelitian ini mencakup desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, Objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai deskripsi singkat tentang profil usaha, hasil penelitian berupa penerapan sistem pembayaran digital pada TBK (Bakso Pajero) Group, tingkat penjualan TBK (Bakso Pajero) Group sebelum dan setelah menerapkan sistem pembayaran digital, kemudian dilakukan pembahasan terkait hasilnya kemudian dilakukan juga analisa berdasarkan pandangan ekonomi islam terhadap praktik dan upaya yang mereka lakukan untuk meningkatkan penjualan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan akurat yang disajikan dari hasil dan pembahasan. Saran disampaikan untuk dapat mengembangkan riset selanjutnya atau perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan sehubungan dengan hasil penelitian terhadap pihak terkait.



BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Dalam upaya menghindari terjadinya plagiarisme dan pengulangan penelitian yang sama terhadap sebuah karya ilmiah, maka dibutuhkan tinjauan kajian atau penelitian terdahulu. Telaah pustaka merupakan *review* pemahaman dan atau teori dari beberapa penelitian terdahulu, baik berupa jurnal, artikel, riset, prosiding, maupun buku. Berkaitan dengan hal tersebut peneliti memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

Perkembangan teknologi saat ini bukan lagi suatu yang asing bagi masyarakat, perkembangan dan kemajuan tersebut telah banyak melahirkan inovasi-inovasi dalam berbagai hal terutama finansial yang membantu kebutuhan masyarakat. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa penerapan *E-Payment* dapat meningkatkan penetapa harga dalam mitra UMKM, penerapan *E-Payment* yang cukup baik yaitu memberikan kemudahan bagi mitra UMKM dan juga dapat meningkatkan umzet yang diperoleh UMKM (Ardiyanti, 2021).

Financial technology merupakan inovasi sistem keuangan akibat dari kemajuan teknologi, penerapannya dalam UMKM memiliki peran penting terutama terhadap perkembangan dan kemajuan UMKM di Indonesia, yaitu dapat membantu pelaku UMKM dalam memberikan kemudahan dan efisiensi dalam mengelola keuangan berbasis teknologi, laporan keuangan, teknologi pembayaran, maupun pinjaman berbasis *online*, dan dapat meningkatkan akses ke pelanggan baru melalui perluasan pasar terhadap masyarakat yang *unbankable* dengan sistem layanan yang mudah, praktis, dan efisiensi. Tantangan yang dihadapi dalam keuangan digital adalah seperti; infrastruktur, tidak meratanya sistem informasi,

perundang-undangan, maupun keterbatasan kemampuan sumber daya manusia (Fajar & Larasati, 2021).



Penerapan sistem keuangan digital atau sistem pembayaran digital pada UMKM dapat membawa dampak positif baik bagi UMKM maupun bagi pembeli dari sisi UMKM dapat meningkatkan penjualan, sedangkan pada pembeli dapat menghemat pengeluaran. Dalam pandangan ekonomi islam pembayaran non tunai (sistem pembayaran digital) dijelaskan pada dasarnya segala bentuk muamalah boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya. Oleh karena itu penerapan non tunai Grabpay dan Gopay dsangat membantu masyarakat luas, baik itu pengusaha, driver, maupun konsumen (Rismayadi, 2021).

Ketiga penelitian di atas, kemunculan sistem pemabayaran berbasis digital hasil dari inovasi atas kemajuan teknologi yang dapat membantu mempermudah masyarkat dari pihak UMKM sistem pembayaran membantu mengelola keuangan digital, maupun laporan transaksi dan meningkatkan omzet. Sementara dari pembeli memudahkan mereka dalam mengatur pengeluaran, sistem tersebut boleh digunakan dalam pandangan syariat islam selama tidak ada hal-hal yang dilarang.

Uang elektronik merupakan sejumlah uang *cash* yang disetorkan oleh pemegang uang elektronik tersebut kepada penerbit. Karakteristik atau jenis uang elektronik yang digunakan dalam sistem pembayaran non-tunai sebagai alat sistem pembayaran terbagi menjadi tiga, yaitu: alat pembayaran menggunakan surat, alat pembayaran menggunakan uang elektronik, dan alat pembayaran menggunakan ponsel (*mobile based*). Alat pembayaran menggunakan uang elektronik dibedakan menjadi dua lagi, yakni: pertama menggunakan kartu APMK seperti kartu ATM, kartu kredit, kartu debit, semuanya itu terhubung dengan rekening nasabah. Kedua adalah menggunakan uang elektronik berbasis *e-wallet* yang tidak terhubung dengan rekening nasabah (Usman, 2018).

UMKM di Kota Medan yang telah menggunakan QR *code* untuk sistem pembayarannya sudah cukup banyak. Sistem pembayaran non-tunai menggunakan QR *code* ini berwujud uang elektronik berbasis *server* atau yang sering dikenal dengan istilah dompet digital atau *e-wallet*

menggunakan aplikasi. Sedangkan untuk pembayaran uang elektronik berbasis *chip* pelanggan dapat melakukan transaksi apabila pedagang menyediakan mesin EDC (*Electronic Data Capture*). Hasil dari penelitian ini adalah para pedagang UMKM memilih pembayaran non-tunai menggunakan aplikasi *e-wallet* pada bisnis mereka dengan menyediakan QR *code* karena banyaknya pelanggan yang menggunakan aplikasi *e-wallet* pada *smartphone* mereka, aplikasi yang paling banyak digunakan adalah OVO, Gopay dan LinkAja dengan menggunakan QRIS *code* (Sihaloho & Rahmayanti, 2020).

Upaya untuk mengetahui fenomena penggunaan uang elektronik (*cashless society*) yang terjadi pada masyarakat khususnya generasi milenial. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Haryati, 2021), membahas interaksi penggunaan uang elektronik berbasis *server* yaitu dompet digital. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat khususnya generasi milenial menggunakan *e-wallet* OVO, Shopee, LinkAja, DANA, dan aplikasi lainya selama masa pandemi karena dengan menggunakan aplikasi tersebut lebih memudahkan pelayanan masyarakat dan mengurangi resiko terinfeksi virus. Pemilihan penggunaan aplikasi tersebut beragam alasan dari informan ada yang bermotivasi pada belanja maupun kemudahan, dan relaksasi.

Dari ketiga penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sistem pembayaran itu terbagi menjadi dua yaitu tunai (*cash*) dan non-tunai (*cashless*) dengan alat pembayaran yang berbeda. Sistem pembayaran tunai menggunakan alat tukar berupa uang kartal yang tersebar di masyarakat dan pembayaran non-tunai menggunakan tiga jenis alat pembayaran, yaitu: berupa surat, uang elektronik berbasis *chips* atau kartu APMK (ATM, Kredit, dan Debit), dan menggunakan uang elektronik berbasis *server* (dompet digital) dalam bentuk aplikasi. Pembayaran menggunakan kartu APMK bisa langsung ke ATM atau lewat mesin EDC yang disediakan oleh UMKM, sedangkan menggunakan dompet digital bisa melalui *scan QR code* yang tersedia.

Ditengah ketidakstabilan ekonomi global akibat pandemi, para pelaku UMKM perlu memiliki beberapa strategi untuk menjaga konsumen mereka dan meningkatkan penjualan. Sebuah penelitian, konsumen menginginkan sesuatu yang mudah, efisien, harga terjangkau, variasi atau fleksibilitas metode pembayaran dan pelayanan yang baik. Beberapa hal tersebut paling banyak ditemukan pada digitalisasi ekonomi atau UMKM yang sudah menerapkan ekonomi digital (Sari, 2020).

Sedangkan pada penelitian lainnya, penerapan digitalisasi ekonomi sudah mulai merambah ke berbagai macam UKMM, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dalam meningkatkan penjualan adalah peningkatan omset, meningkatkan hubungan mitra, dikenal masyarakat luas, sistem pengendalian internal lebih baik, dan kemampuan manajemen keuangan yang lebih tertata. Akan tetapi juga memiliki dampak negatif, seperti resiko pembatalan pesanan dari pelanggan, tidak tersedia lahan parkir yang luas, kendala jaringan pada mesin EDC dan resiko pemesanan fiktif (Mahzura, 2020).

Masuknya digitalisasi perekonomian menuntut pelaku UMKM untuk terus berinovasi dalam berbagai macam hal. Salah satu indikator untuk meningkatkan kesejahteraan mereka adalah dengan meningkatkan omset penjualan. Kondisi tersebut diharapkan mampu terwujud dengan menerapkan strategi pemasaran digital yang telah didesain khusus para pelaku UMKM di kota Semarang. Adanya percepatan teknologi yang bergerak sangat cepat, dapat mengubah perilaku konsumen dalam memilih dan melakukan transaksi jual beli, situasi tersebut memaksa pelaku UMKM untuk terus berbenah dalam inovasi, untuk tidak hanya sekedar bertahan tetapi juga mampu menikmati keuntungan finansial dari kemajuan teknologi (Hapsoro, Palupiningdyah, & Slamet, 2019).

Dari ketiga penelitian di atas bahwa adanya digitalisasi ekonomi dapat meningkatkan penjualan, perubahan perilaku konsumen menjadikan sebuah tuntutan untuk pelaku UMKM, konsumen menginginkan sebuah yang mudah, cepat, aman dan fleksibilitas dalam pembayaran, selain itu

memang digitalisasi ini memiliki dampak negatif seperti perubahan perilaku pola konsumsi, resiko adanya penipuan, resiko pembatalan pesanan atau pesanan fiktif sehingga perlu adanya strategi khusus untuk menanggulangi hal-hal tersebut.

Secara hukum syariat terkait dengan sistem pembayaran non-tunai bahwa dalam pandangan kyai Madura terhadap produk atau program yang dikururkan oleh bank konvensional terbagi menjadi tiga: Haram, menurut kyai salafiyah. Menurut kyai dari pesantren model lain dengan pemahaman yang masih konservatif memiliki tiga pandangan: pertama syubhat, kedua haram, ketiga halal. Sedangkan pandangan kyai terhadap sistem pembayaran non-tunai pada perbankan Syariah terbagi dua: pertama halal, oleh sebagian besar ulama Madura. Kedua syubhat, karena secara operasional perbankan Syariah masih dinilai mirip dengan bank konvensional (Hastriani, 2018).

Pada perspektif hukum islam akad transaksi antara pemegang dengan penerbit dompet digital atau *e-wallet* yaitu masuk dalam kategori akad *wadiah yad dhomanah* yaitu dimana pihak yang menerima titipan boleh menggunakan atau memanfaatkan dana atau uang yang dititipkan, disebabkan terpenuhinya syarat dan rukunya. Hal ini sesuai dengan prinsip atau pengertian dasar bahwa melakukan pengisian ulang dari *e-money* berbasis *server* merupakan sebuah titipan bukanlah sebuah simpanan (Nuha, Nurul, & Maulana, 2020). Sedangkan untuk kedudukan hukumnya sendiri uang elektronik atau *e-money* yang tersebar di masyarakat, kini sudah memenuhi kaidah-kaidah syariat islam dalam transaksi dan bermuamalah, karena adanya peraturan DSN-MUI agar menggunakan uang elektronik tersebut tetap pada koridornya. (Tarantang, Kurniawan, & Firdaus, 2020).

Dari ketiga penelitian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa, secara akad dan kedudukan hukumnya jelas bahwa uang elektronik berbasis *chips* dan berbasis *server* boleh dilakukan, hanya saja pada praktiknya terkadang tidak sesuai dengan konsep dasar bisnis islam, baik itu masih terdapatnya

unsur riba, gharar, maupun maisir itu sendiri, karena hal tersebut tidaklah sesuai dengan bisnis islam.

Secara umum penelitian ini memiliki perbedaan dengan beberapa penelitian diatas yang merupakan penelitian terdahulu, perbedaan tersebut menjadi suatu yang penting agar tidak terjadinya pengulangan informasi yang sama. Penelitian berusaha memberikan informasi terbaru tentang penerapan sistem pembayaran digital dan peningkatan penjualan atas penerapan tersebut , yaitu dengan melihat praktik pengusaha dalam menerapkan sistem pembayaran digital ini dan berusaha membuktikan bahwa sistem pembayaran ini memiliki dampak pada volume penjualan UMKM, untuk kemudia upaya pengusaha dalam meningkatkan penjualan itu dilakukan analisis apakah sesuai dengan perspektif atau kajian ekonomi islam.

No	Identitas Jurnal dan judul Penelitian	Hasil Penelitian	Keterranagn
1.	<p>Dessy Ratna Ardiyanti Repository. STEI Jakarta. Jakarta: Juni 2021</p> <p>Judul penelitian “Analisis Kebijakan Penetapan Harga dan Penerapan Sistem Pembayaran <i>E-payment</i> serta dampaknya terhadap Penjualan UMKM Pedagang Makanan Kelurahan Kebon Baru”</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan <i>E-Payment</i> dapat meningkatkan penetapan harga dalam mitra UMKM, penerapan <i>E-Payment</i> yang cukup baik yaitu memberikan kemudahan bagi mitra UMKM dan juga dapat meningkatkan umzet yang diperoleh UMKM</p>	<p>Perbedaan:</p> <p>-peneltian yang penulis lakukan hanya berobjek pada 1 tempat penelitian dengan berfokus pada praktik dan peningkatan penjualan setelah menerapkan sistem pembayaran digital. Sedangkan penelitian diatas mengambil 5 objek</p>

			<p>penelitian berusaha menggali informasi tentang kebijakan penetapan harga sebelum dan sesudah menggunakan <i>e-payment</i>, kemudian dampaknya terhadap penjualan.</p>
2.	<p>Mochammad Fajar, Cintia Widya Larasati. HUMANIS, Vol. 01, No.02 Juni 2020. ISSN: 2746-4482.</p> <p>Judul Penelitian “Peran Financial Technology (<i>Fintech</i>) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan”</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah; sistem keuangan digital (<i>Fintech</i>) dapat membantu pelaku UMKM dalam memberikan kemudahan dan efisiensi dalam hal pengelolaan keuangan berbasis teknologi meliputi digitalisasi laporan keuangan, teknologi pembayaran maupun pinjaman berbasis <i>online</i>.</p>	<p>Perbedaannya adalah:</p> <p>Pada penelitian yang hendak kami lakukan adalah melihat peran atau dampak penerapan sistem pembayaran digital dalam upaya menguatkan UMKM khususnya di sekitaran kampus UII.</p>
3.	<p>Dani Rismayadi</p>	<p>Hasil penerapan pemabayaran non tunai dapat membawa</p>	<p>Perbedaannya adalah:</p>

	<p>Repository.Radenintan.ac .id. Lampung: 2021</p> <p>Judul penelitian “Analisis penerapan Pembayaran Non Tunai Gopay dan Grabpay Guna Penguatan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam”</p>	<p>dampak positif baik bagi UMKM maupun bagi pembeli dari sisi UMKM dapat meningkatkan penjualan, sedangkan pada pembeli dapat menghemat pengeluaran. Dalam pandangan ekonomi islam pembayaran non tunai (sistem pembayaran digital) dijelaskan pada dasarnya segala bentuk muamalah boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya</p>	<p>-fokus penelitian hanya membahas dampak dari sisitem pembayaran non tunai pada Gopay dan Grabpay secara khusus yang dipakai pada UMKM. Sedangkan penelitian yang saya lakukan adalah melihat dampak penerapan sistem pembayaran digital secara keseluruhan terhadap tingkat penjualan UMKM. Kemudian mencoba menganalisa praktik mereka dengan kajian ekonomi islam.</p>
4.	<p>Rachmadi Usman. YURIDIKA: Fakultas Hukum Universitas Airlangga. Vol 32, No 1 (2018).</p> <p>Judul penelitian “Karakteristik Uang</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembayaran non tunai yang dapat dipergunakan beraneka ragam sesuai dengan kebutuhan nasabah, seperti</p>	<p>Perbedaanya adalah: -berfokus pada uang elektrtonik dan metode pembayaran digital apa saja yang dipakai oleh pihak UMKM terkait.</p>

	Elektronik Dalam Sistem Pembayaran”	cek/bilyet giro dan nota debit, kartu ATM, kartu debit, kartu kredit, kartu pra bayar, uang elektronik, transfer. Uang elektronik pada hakikatnya adalah uang tunai yang dikonversi menjadi data elektronik yang disimpan pada media penyimpan pada kartu yang berbentuk chip atau <i>server</i> milik pemegang uang elektronik.	
5.	Jose Eva Saloho, Atifa Ramadani, Dan Suci Ramayani. Jurnal Udiknas. Vol 17, N0 2 April 2020 Judul penelitian “Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan”	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media elektronik berus QRIS sebagai sistem pembayaran pada UMKM memiliki manfaat bagi pengusaha yaitu dengan menyediakan satu QRIS di tokoh akan dapat melayani seluruh aplikasi	Perbedaanya Adalah: -penelitian ini hanya berfokus pada membahas sistem pembayaran menggunakan QR <i>code</i> pada UMKM, bukan sistem sedangkana penelitian yang saya lakukan adalah metode pembayaran non-tunai secara

		pembayaran yang menggunakan QR Code.	umum yang digunakan oleh UMKM.
6.	Dini Haryati. BIEJ: Business Innovation & Entrepreneurship Journal. Vol 3, No 1 (2021). Judul penelitian “Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat khususnya di kalangan milenial menggunakan aplikasi OVO, Shopee, Link Aja, Dana dan lainnya selama masa pandemi covid-19 ini. Dengan menggunakan alat pembayaran seperti ini lebih memudahkan pelayanan masyarakat sehingga mengurangi resiko terinfeksi virus corona.	Perbedaanya Adalah: -penelitian yang saya lakukan adalah melihat efek sebelum dan sesudah penerapan sistem pembayaran digital. -subjek penelitian ini adalah konsumen, sedangkan penelitian kami adalah perusahaan
7.	Santy Permata Sari. <i>Scientific Journal Of Reflection</i> : Vol. 3, No.3, 2020. Judul Penelitian: “Strategi meningkatkan penjualan di Era Digital”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: konsumen menginginkan sesuatu yang mudah, efisien, harga terjangkau, variasi atau fleksibilitas metode pembayaran dan pelayanan yang baik.	Perbedaan dengan penelitian ini mengetahui faktor peningkatan penjualan dari penerapan sistem pembayaran digital pada UMKM, sehingga menjadi

		<p>Beberapa hal tersebut paling banyak ditemukan pada digitalisasi ekonomi atau UMKM yang sudah menerapkan ekonomi digital.</p>	<p>daya penguat bagi UMKM itu sendiri.</p>
8.	<p>T. Alvi Syahri Mahzura. Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima. Vol, 2, No. 1, 2020.</p> <p>Judul Penelitian: Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> dalam Meningkatkan Penjualan Pada Burger Sei Putih Kota Medan”</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan <i>e-commerce</i> dalam meningkatkan penjualan adalah peningkatan omset, meningkatkan hubungan mitra, dikenal masyarakat luas, sistem pengendalian internal lebih baik, dan kemampuan manajemen keuangan yang lebih tertata. Akan tetapi juga memiliki dampak negatif, seperti resiko pembatalan pesanan dari pelanggan, tidak tersedia lahan parkir yang luas, kendala</p>	<p>Perbedaannya adalah. Penelitian kami mengetahui peningkatan penjualan secara khusus atas penerapan fitur pembayaran yang terdapat dalam <i>e-commerce</i> yang telah bermitra dengan UMKM terkait.</p>

		jaringan pada mesin EDC dan resiko pemesanan fiktif	
9.	<p>Bagus Bagus Hapsoro, Palupiningdyah, Achmad Slamet. ABDIMAS. Vol. 23, No. 2 (2019).</p> <p>Judul Penelitian “Peran Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Klaster UMKM di Kota Semarang”</p>	<p>Salah satu indikator untuk meningkatkan kesejahteraan mereka adalah dengan meningkatkan omset penjualan. Kondisi tersebut diharapkan terwujud dengan strategi pemasaran digital yang telah didesain khusus para pelaku UMKM di kota semarang. Adanya percepatan teknologi yang bergerak sangat cepat, dapat mengubah perilaku konsumen dalam memilih dan melakukan transaksi jual beli, situasi tersebut memaksa pelaku UMKM untuk terus berbenah dasan inovasi, untuk tidak hanya sekedar bertahan tetapi juga</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini adalah khusu melihat peningkatan penjualan akibat adanya digitalisasi ekonomi lebih tepatnya penerapan dari sistem pembayaran digital pada UMKM terkait.</p>

		mampu menikmati keuntungan finansial dari kemajuan teknologi	
10.	Anna Zakiyah Hastriana. Jurnal Instika: Institut Ilmu Keislaman Annuqayah. Vol 10, NO 1. 2018. Judul penelitian “Pandangan Kyai Madura terhadap Pembayaran Non Tunai”	Hasil penelitian ini adalah pandangan kiai madura terbagi dua: terhadap pembayaran non tunai pada bank konvensional dan bank syariah. pada bank konvensional, pandangan kiyi terbagi tiga: halal, haram dan syubhat. Sedang pada bank syariah, pandangan kiai terbagi menjadi dua: halal dan syubhat.	Perbedaanya adalah: -penelitian ini hanya berfokus pada pandangan ulama madura terhadap hukum uang elektronik. -penelitian kami akan mencari hukum berdasarkan alquran, sunnah, UU, dan fatwa DSN.
11.	Ulin Nuha, Moh Nurul Qomar, dan Rafika Annisa Maulana. MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance. Vol 4, No 1 (2020). Judul penelitian “Perlukah E-Wallet Berbasis Syariah?”	Hasil dari penelitian ini adalah sistem transaksi yang berlaku dalam dompet digital masuk dalam kategori akad wadiah yad dhamanah disebabkan terpenuhinya syarat dan rukunnya. Transaksi	Perbedaanya adalah: -penelitian kepustakaan bukan merupakan penelitian lapangan -hanya berfokus pada hukum transaksi

		<p>menggunakan <i>e-wallet</i> merupakan alat pembayaran yang Syah, sesuai Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 18/40/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran dompet elektronik (<i>e-wallet</i>).</p>	<p>menggunakan dompet digital</p>
12.	<p>Jeffry Tarantang, rahmad Kurniawan, Gustian Muhammad Ferry Firdaus. An-Nisbah: Jurnal. Vol 7, No 1 (2020). Judul penelitian “Electronic Money sebagai Alat Transaksi dalam Perspektif Islam”</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah uang elektronik saat ini sudah memenuhi kaidah islam dalam bertransaksi karena adanya fatwa DSN-MUI. Untuk hukum uang yang tersimpan pada uang elektronik merupakan titipan dengan demikian akadnya adalah <i>wadiah</i> dan <i>qardh</i>, akad <i>wadiah</i> dapat berubah jadi akad <i>qardh</i> jika penerbit menggunakan dana</p>	<p>Perbedaannya adalah: -hanya studi pustaka, bukan termasuk studi lapangan. -penelitian ini mengambil pembahasan dasar akad untuk menguatkan praktik yang dilakukan oleh UMKM.</p>

		pemegang dengan seizin pemegang.	
--	--	----------------------------------	--

B. Landasan Teori

1. Pengertian Sistem

Sistem merupakan seperangkat komponen yang saling terhubung dan bekerjasama untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditentukan, sistem memiliki unsur-unsur seperti masukan (*input*), Pengolahan (*processing*), dan Pengeluaran (*output*) (Agustin, 2018). Pengertian lain dari sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang telah ditetapkan atau berkumpul bersama menjalankan suatu target dan sasaran tertentu (Ahmad & Hasti, 2020).

Pengertian dari sistem adalah suatu himpunan atau kumpulan suatu “benda” nyata atau abstrak (*a set of thing*) yang terdiri atas bagian-bagian yang terikat, berhubungan, dan saling mendukung, secara keseluruhan dalam kesatuan (*Unity*) untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien (Harumy, Sitorus, & Lubis, 2018). Jadi dapat disimpulkan bahwa sistem adalah suatu rangkaian metode, kumpulan rencana yang saling berhubungan, terikata, dan berkesinambungan guna untuk menjalankan sebuah misi atau rencana yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Sistem Pembayaran Digital

Sistem pembayaran digital atau pembayaran non tunai adalah sebuah sistem yang didalamnya terdapat aturan, kontrak, teknis, serta fasilitas sebagai sarana proses mewujudkan, menyampaikan dan pengesahan, maupun instruksi transaksi pembayaran guna pemindahan “Nilai” antara perorangan, bank, maupun Lembaga keuangan lainnya (Febriyanti H. , 2019). Definisi lain dari sistem pembayaran digital adalah sebuah mekanisme tertentu dalam pembayaran yang telah diatur oleh yang berwenang, sistem pembayaran digital merupakan sebuah cara

pembayaran yang membutuhkan perangkat elektronik dengan memindai kode dan perlu alat khusus untuk membaca alat tersebut (Musthofa, Kurniatai, & Hardianti, 2020).

Pembayaran merupakan pemindahan sejumlah uang sebagai ganti nilai atas produk baik itu berupa barang atau jasa yang diterima oleh konsumen. Sistem pembayaran digital adalah pembayaran berbasis teknologi, dimana dalam pembayar ini uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi dengan alat pembayaran elektronik (Tarantang, Kurniawan, & Firdaus, 2020). Sedangkan pengertian lain dari sistem pembayaran non-tunai atau pembayaran digital adalah sebuah sistem yang didalamnya terdapat peraturan kontrak, teknis dan fasilitas sebagai sarana untuk proses penyampaian (Febriyanti H. , 2019).

Sistem pembayaran digital atau pembayaran non tunai adalah suatu yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, mekanisme, yang digunakan untuk melaksanakan proses pemindahan dana guna memenuhi kewajiban dan memenuhi hak, dengan menggunakan perangkat elektronik yang tersedia (Krisna, 2020). Sistem pembayaran digital atau non tunai memiliki fungsi yang sama seperti pembayaran pada umumnya yaitu pemindahan sejumlah uang atau alat pembayaran lainnya yang digunakan untuk mengganti nilai dari suatu produk yang dimiliki atau digunakan oleh konsumen, saat ini sistem pembayaran digital banyak berbasis aplikasi baik yang dikeluarkan oleh bank terkait secara langsung atau milik perusahaan *fintech* lainnya, beberapa aplikasi pembayaran digital seperti: OVO, DANA, GOPAY, Shopee Pay, dan masih banyak lagi.

3. Jenis Sistem Pembayaran Digital

Secara umum karakteristik atau jenis uang elektronik yang digunakan dalam sistem pembayaran non-tunai sebagai alat sistem pembayaran terbagi menjadi tiga, yaitu: alat pembayaran menggunakan surat, alat pembayaran menggunakan uang elektronik, dan alat

pembayaran menggunakan ponsel (*mobile based*). Alat pembayaran menggunakan uang elektronik dibedakan menjadi dua lagi, yakni: pertama menggunakan kartu APMK seperti kartu ATM, kartu kredit, kartu debit, semuanya itu terhubung dengan rekening nasabah. Kedua adalah menggunakan uang elektronik berbasis *e-wallet* yang tidak terhubung dengan rekening nasabah (Usman, 2018).

Berdasarkan uraian diatas jenis pembayaran digital atau non tunai yang telah secara resmi digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Surat yang diatur dalam KUHD (Kitab Undang-undang Hukum Dagang). Beberapa surat yang diatur dalam huk dagang di antara; Saham atau sero, surat wesel, surat cek, aksep atau promes pengganti, promes pembawa, surat angkut, kwintansi, dan sebagainya (Armedi, 2018).
- b. Alat pembayaran menggunakan uang elektronik, yaitu alat pembayaran yang berbasis *Chip*, yaitu dimana uang yang diterima oleh pemegang berdasarkan sejumlah dana yang disetorkan terlebih dahulu kepada penerbit kemudian akan dialihkan dalam kartu ATM (*Automatic Teller Machine*), kartu kredit, debit dan lainnya.
- c. Alat pembayaran menggunakan uang elektronik berbasis *e-wallet* yang tidak terhubung dengan rekening nasabah, dimana pemegang tidak harus memiliki rekening bank terlebih dahulu karena akun dan saldo yang ada pada pemegang tidak terhubung ke rekening bank (Usman, 2018).

4. Fatwa DSN MUI Tentang Uang Elektronik Syariah

a. Ketentuan Umum

- 1) Uang elektrink adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:
 - a) diterbitkan atas dasar jumlah nominal yang di setor terlebih dahulu kepada penerbit

- b) jumlah nominal uang disimpan secara elektronik dalam satu media yang teregistrasi
 - c) jumlah nominal uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur perbankan
 - d) digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- 2) uang elektronik syariah adalah uang elektronik yang sesuai dengan prinsip syariah
 - 3) jumlah nominal uang elektronik adalah jumlah nominal uang yang tersimpan secara elektronik yang dapat dipindahkana karena keperluan transaksi atau transfer dana
 - 4) penerbit adalah bank atau lembaga selain perbankan
 - 5) pemegang uanga elektronik adalah pihak yang menggunakan uang elektronik

b. Ketentuan Hukum

Uang elektronik boleh digunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan yang terdapat dalam fatwa ini (Fatwa DSN MUI No: 116/DSN-MUI/IX/2017).

c. Ketentuan Akad dan Personalian Hukum

- 1) Akad antar penerbit dan pemegang uanga elektronik adalah akad *wadi'ah* atau akad *Qardh*.
 - a) Dalam hal akad akad yang digunakan adalah akad *wadia'ah* maka berlaku ketentuan sebagai berikut:
 - 1) Jumlah nominal uang elektronik bersifat titipan yang dapat diambil/digunakan oleh pemegang kapan saja
 - 2) Jumlah uang elektronik yang dititipkan tidak boleh digunakan oleh penerbit, kecuali seizin pemegang
 - 3) Dalam hal uang yang dititipkan digunakan oleh penerbit atas izin, maka akdanya berubah menjadi akad *qardh* dan tanggung

jawab penerima titipan sama dengan tanggung jawab dalam akad *qardh*.

4) Penggunaan dana tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan aturan undang-undang.

b) Dalam hal yang digunakan adalah akad *qardh* maka berlaku ketentuan sebagai berikut:

1) Jumlah uang elektronik bersifat hutang yang dapat digunakan atau diambil kapan saja oleh pemegang

2) Penerbit dapat menggunakan (menginvestasikan) uang hutang dari pemegang uang elektronik

3) Penerbit wajib mengembalikan jumlah pokok piutang pemegang kapan saja sesuai dengan kesepakatan

4) Penggunaan dana tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan aturan undang-undang

d. Ketentuan Khusus

1) Jumlah nominal uang elektronik yang ada pada penerbit harus ditempatkan di bank syariah.

2) Dalam hal kartu yang digunakan sebagai media uang elektronik hilang maka jumlah nominal uang yang ada di penerbit tidak boleh hilang

5. Peraturan BI (Bank Indonesia) Tentang Uang Elektronik

a. Ketentuan Umum

1. Uang Elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

a) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.

b) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip; dan

c) Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan.

2. Nilai Uang Elektronik adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana

b. Ruang Lingkup Uang Elektronik

1. Berdasarkan lingkup penyelenggaraannya, Uang Elektronik dibedakan menjadi:

- a) *closed loop*, yaitu Uang Elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada Penyedia Barang dan/atau Jasa yang merupakan Penerbit Uang Elektronik tersebut; dan
- b) *open loop*, yaitu Uang Elektronik yang dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada Penyedia Barang dan/atau Jasa yang bukan merupakan Penerbit Uang Elektronik tersebut.

2. Uang Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dibedakan berdasarkan:

- a) media penyimpan Nilai Uang Elektronik berupa:

1. server based, yaitu Uang Elektronik dengan media penyimpan berupa server; dan
2. chip based, yaitu Uang Elektronik dengan media penyimpan berupa chip; dan

- b) pencatatan data identitas Pengguna berupa:

1. *unregistered*, yaitu Uang Elektronik yang data identitas Penggunanya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada Penerbit; dan
2. *registered*, yaitu Uang Elektronik yang data identitas Penggunanya terdaftar dan tercatat pada Penerbit

6. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah bisnis yang terintegrasi untuk mengembangkan rencana strategi yang diarahkan pada upaya untuk memenuhi kebutuhan

dan keinginan pembeli, untuk mendapatkan penjualan yang optimal. Sedangkan pengertian lain dari penjualan adalah proses dimana pihak penjual memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli agar tercapai manfaat baik bagi penjual maupun pembeli (Jasmani, 2018).

Penjualan adalah tindakan penukaran barang atau jasa dengan uang dengan cara mempengaruhi orang lain agar mau memiliki barang tersebut sehingga kedua belah pihak memperoleh keuntungan dan kepuasan (Wijaya & Irawan, 2018). Pengertian lain penjualan adalah dimana penjual berusaha memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar tercapai sebuah manfaat baik bagi yang menjual maupun yang membeli, penjualan juga merupakan hasil yang ingin dicapai atas imbalan barang atau jasa dari adanya perniagaan transaksi usaha (Hasti, 2018).

Dari beberapa pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penjualan adalah *output* dari proses bisnis di mana penjual berusaha memenuhi dan memuaskan segala kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk baik berupa barang atau jasa yang dimilikinya guna tercapai keuntungan dan menjaga kesejahteraan hidup.

7. Indikator Penjualan

Peningkatan penjualan dapat dipengaruhi oleh beberapa aktivitas yang memiliki kaitan atau hubungan dengan aktivitas penjualan tersebut, adapun beberapa indikator tersebut adalah:

a. Indikator Tercapainya Volume Penjualan.

Sebuah perusahaan tentu memiliki tujuan penjualan yang ingin dicapai, penambahan jumlah penjualan diharapkan bertambah pada setiap bulan atau tahunnya. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan performa usaha yang dijalankan.

b. Indikator Mendapatkan Laba.

Laba atau keuntungan merupakan tujuan utama dalam melakukan penjualan atas suatu produk baik itu barang maupun jasa. Hal itu diharapkan bisa tercapai dengan adanya pengelolaan yang baik, pemberian pelayanan yang baik, penerapan strategi yang tepat sehingga bisa mendapatkan laba yang besar dan pelanggan yang setia.

c. Indikator Menunjang Pertumbuhan Perusahaan.

Sebuah perusahaan yang mampu mencapai target penjualan yang telah ditetapkan, tentunya usaha tersebut akan cepat berkembang dan mencerminkan ukuran perusahaan. Hal tersebut juga dapat dibantu dengan kinerja perusahaan sebagai distributor dalam menjamin kualitas barang yang dijual (Mahzura, 2020)

8. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

a. Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah terdiri dari tiga bentuk usaha berskala beda, yaitu: usaha mikro, kecil dan menengah. Sebagai salah satu sektor yang berperan penting dalam mengurangi angka pengangguran dengan cara memberikan lapangan kerja pada 96,87% tenaga kerja di Indonesia, UMKM memiliki posisi yang sentral dan krusial terhadap keberlangsungan dan perkembangan perekonomian Indonesia (Pitaloka, 2020). Adapun penjelasan terkait UMKM berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pasal I sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun

tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini

b. Jenis-jenis UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah suatu usaha produktif milik perorangan yang memenuhi kriteria-kriteria sebagai usaha mikro (Wang, et al., 2021). Pengertian lain adalah usaha yang terdiri dari tiga bentuk usaha dengan skala berbeda, yaitu: usaha mikro, kecil dan menengah (Pitaloka, 2020). Umkm merupakan suatu bentuk aktivitas perekonomian dalam skala kecil dan menengah yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha, dikelola dengan produktif untuk memperoleh keuntungan (Budiyono, 2021). UMKM suatu usaha yang dimiliki perorangan, dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Sebagai sektor yang memberikan lapangan kerja terbanyak mencapai pada 96,87% UMKM yang terdiri dari tiga skala usaha yang berbeda adalah usaha atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria seperti yang diatur dalam undang-undang dengan maksimal aset 50 juta dan omset maksimal sebesar 300 juta. Kemudian Usaha kecil adalah jenis usaha ekonomi kreatif yang berdiri sendiri (bukan cabang usaha) yang dimiliki oleh perorangan dengan kriteria yang sudah diatur dalam undang-undang, kriteria asset

50-500 juta, untuk omset 300-2,5 milyar. Selanjutnya Usaha menengah adalah jenis usaha ekonomi kreatif yang berdiri sendiri yang dilakukan perorangan atau badan usaha dengan kriteria aset 500 juta-2,5 milyar dan omset >2,5 milyar-50 milyar seperti yang diatur dalam undang-undang tahun 2008. (Muharram Shadi, 2017).

Dikutip dari Kompas.Com, UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) setidaknya ada tiga jenis usaha, yaitu:

1. Usaha Kuliner

Usaha ini merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan, minuman, maupun bahan pembuatan makanan. Usaha kuliner merupakan salah satu usaha yang akan selalu ada karena usaha ini sendiri memiliki arti hasil dari olahan masakan yang selalu dibutuhkan oleh manusia untuk menjaga kelangsungan hidup (Andriyani, Lestari, & Wibowo, 2021). Bahkan hidup dan matinya sektor pariwisata sangat bergantung pada UMKM pada usaha bidang kuliner dimana dari data yang disampaikan oleh P2E LIPI makan dan minuman usaha mikro sebesar 27%, makanan dan minuman usaha kecil sebesar 1,77%, dan makanan dan minuman usaha menengah sebesar 0,07% (Andriyani, Lestari, & Wibowo, 2021).

2. Usaha *Fashion*

Usaha *fashion* adalah usaha yang bergerak dibidang perlengkapan pakaian yang melingkupi penjualan dan pembuatan pakaian, alaskaki, rok, tas, topi, hingga aksesoris lainnya. Usaha ini sama halnya dengan usaha kuliner dimana menjual hasil olahan kain dari para *designer* yang sesuai dengan permintaan pasar.

3. Usaha Agribisnis

Usaha agribisnis adalah usaha yang bergerak dibidang pertanian dan peternakan dimana meliputi penjualan dan produksi

hasil pertanian, pupuk, obat-obatan untuk pertanian dan peternakan, bibit, maupun tanaman lainnya (Kompas.Com, 2021).

c. Upaya Pengembangan dan Peningkatan UMKM

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, pada pasal 14, “Pemerintah, Dunia Usaha, dan Masyarakat melakukan pembinaan dan penegembangan usaha kecil dalam bidang: a. Produksi dan Pengolahan b. Pemasaran c. Sumber Daya Manusia; dan d. Teknologi. Namun ada acara lain yang bisa digunakan untuk meningkatkan UMKM yang sesuai dengan keadaan global dan perkembangan pasar, dikutip dalam KOMPAS.Com, ada beberapa cara yaitu:

1. Menggunakan teknologi. Di era digitalisasi ini salah satu jalan atau peluang yang bisa digunakan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan omsetnya adalah menggunakan teknologi. Salah satu upaya penggunaan teknologi dalam UKM adalah dengan menerapkan sistem pembayaran berbasis digital.
2. Aktif di Internet. Di jaman maraknya media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Twitter, Tiktok, dan lainnya, hal tersebut dapat digunakan sebagai media untuk melakukan promosi usaha. Tampilan konten promosi yang dihias semenarik mungkin secara tidak langsung pengguna media sosial akan penasaran sehingga keinginan untuk mencobanya akan terwujud.
3. Kreatif dalam mengolah menu atau komoditi yang dijual. Ditengah persaingan UMKM yang semakin ketat, kreativitas menjadi hal yang sangat penting, pastikan menu yang atau komoditi yang dijual “menjadi salah satu dari yang terbaik” dari beberapa produk atau menu serupa dengan pesaing lainnya.

9. Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam

a. Pengertian Bisnis

Dalam KBBI (kamu Besar Bahasa Indonesia), kata “Bisnis” memiliki arti usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, dan usaha dagang. Menurut Griffin dan Ebert (2008:4) bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar memperoleh laba. Pengertian lain dari bisnis adalah keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada baik dilakukan secara kelompok maupun individu untuk memenuhi kehidupan sehari-hari dengan menciptakan barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan (Hasoloan, Aswand, 2018).

Bisnis merupakan kegiatan yang terorganisir karena akan ada beberapa rangkaian proses yang akan dilakukan mulai dari *Input* yaitu berupa menyediakan bahan atau barang kemudian lanjut ke *Processing*, bahan tadi akan diolah dan diubah pada tahapan ini, lalu setelahnya akan menghasilkan *output* berupa barang atau jasa jadi yang siap dipasarkan (Aryadi, 2018). Dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah serangkaian upaya dan aktivitas yang dijalankan oleh individu atau kelompok dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan menciptakan barang atau jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan agar hidup menjadi lebih sejahtera.

b. Bisnis Dalam Pandangan Islam

Al-Qur'an menjelaskan tentang konsep bisnis dengan beberapa kata yang diantaranya adalah kata: *al Tijarah* (berdagang, berniaga), *al-bai'u* (menjual), dan *tadayantum* (muamalah). *Al-Tijarah* dari kata dasar *t-j-r*, *tajara*, *tajaratan wal tajiratan* yang memiliki makna dagang, berniaga. Pada islam juga bisnis dikenal dengan istilah Muamalah yang berarti aktivitas ekonomi seperti: jual beli, sewa menyewa, hutang piutang, titipan, kerjasama, dan lainnya (Aryadi, 2018).

Berbisnis merupakan salah satu perbuatan yang terpuji dalam islam, karena seorang muslim dalam menjalankan bisnisnya dituntut tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata akan tetapi juga berorientasi pada kemenangan (*fallah*) yaitu berupa kebahagiaan dan keselamatan dunia dan akhirat. Oleh karena itu berbisnis dalam pandangan islam tidak boleh terlepas dari nilai-nilai ibadah, seperti firman Allah SWT dalam Quran Surat Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Apabila shalat telah ditunaikan maka hendaklah kalian menyebar dimuka bumi untuk mencari karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu menjadi orang yang beruntung” (Zikwan, 2021).

Bisnis dalam pandangan islam dapat disimpulkan ialah merupakan salah satu perbuatan terpuji yang tidak boleh terlepas dari nilai-nilai ibadah, bisnis dalam islam yaitu berupa kegiatan-kegiatan ekonomi seperti; jual beli, sewa, gadai, dan lainnya, jika seorang muslim berbisnis dituntut tidak hanya bertujuan pada keuntungan atau laba saja namun juga bertujuan pada kemenangan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.

10. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara umum adalah *Al-Mujdalah* (saling menukar), jual beli adalah pertukaran antara barang dengan barang lain dengan jalan saling rela dengan memindahkan hak milik disertai dengan penggantian dengan cara yang telah ditentukan. Pengertian lain dari jual beli adalah suatu kegiatan pertukaran barang dengan barang lainnya dengan cara yang telah ditentukan, dalam islam boleh mencari kehidupan dengan jual beli atau berdagang tetapi harus dengan tata cara yang telah diatur dalam hukum islam, yaitu saling rela, tidak bohong, tidak ada pihak yang dirugikan bebas dan nilainya sama (Safira & Fatriansyah, 2020).

Pengertian lain dari jual beli adalah memindahkan hak milik terhadap suatu benda dengan akad saling mengganti, saling mengganti dengan harta yang berakibat kepada kepemilikan terhadap suatu benda atau manfaat untuk waktu yang selamanya. Menurut Syafi'iyah, yaitu akad yang mengandung tukar menukar harta dengan harta lainya dengan syarat yang diuraikan nanti untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu selamanya (Azqia, 2022). Dari beberapa uraian pengertian diatas dapat ditarik sebuah benang merah bahwa jual beli adalah pertukaran antara barang dengan barang yang sama nilainya dengan adanya akad saling mengganti antara kedua pihak dan saling rela atas pemindahan kepemilikan benda atau manfaat dalam waktu yang selamanya.

a. Dasar Hukum Jual Beli

Dalam islam sumber hukum utama adalah Al-quran dan Al-Hadits. Alquran telah memberikan rujukan sumber utama terkait jual beli, yaitu terdapat dalam surat Al-Baqarah, ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kerasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya” (Q.S: Al-Baqarah:275).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS an-Nisa [4]: 29)

Sedangkan dalam Al-Hadits, tentang dasar hukum jual beli sangat banyak sekali. Namun yang paling banyak dipakai sebagai dasar ialah:

إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخِنْزِيرِ وَالْأَصْنَامِ « . فَقِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ ، أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا السُّنُّنُ ، وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ ، وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ . فَقَالَ « لَا ، هُوَ حَرَامٌ » . ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ « قَاتَلَ اللَّهُ الْيَهُودَ ، إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ شُحُومَهَا جَمَلُوهُ ثُمَّ بَاعُوهُ فَأَكَلُوا مِنْهُ

Artinya: “Sesungguhnya, Allah dan Rasul-Nya mengharamkan jual beli khamar, bangkai, babi, dan patung.” Ada yang bertanya, “Wahai Rasulullah, apa pendapatmu mengenai jual beli lemak bangkai, mengingat lemak bangkai itu dipakai untuk menambal perahu, meminyaki kulit, dan dijadikan minyak untuk penerangan?” Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Tidak boleh! Jual beli lemak bangkai itu haram.” Kemudian, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Semoga Allah melaknat Yahudi. Sesungguhnya, tatkala Allah mengharamkan lemak bangkai, mereka mencairkannya lalu menjual minyak dari lemak bangkai tersebut, kemudian mereka memakan hasil penjualannya.” (HR. Bukhari no. 2236 dan Muslim, no. 4132).

b. Jual Beli *Online* dalam Pandangan Ekonomi Islam

Secara kaidah Fiqh mengenai jual beli *online* dasar yang digunakan adalah “Hukum asal dalam muamalah adalah boleh sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya”. Berkaitan dengan sistem jual beli, karena jual beli merupakan salah satu bentuk aktivitas muamalah, maka sejatinya boleh saja selama tidak ada dalil atau hukum yang melarangnya, jual beli *online* sejatinya sama dengan jual beli pada umumnya, hanya saja secara teknis berbeda. Oleh karena itu karena termasuk kegiatan jual beli, maka hukumnya boleh (Safira & Fatriansyah, 2020).

Berdasarkan uraian diatas maka bisnis atau jual beli secara *online* tidak jauh berbeda dengan jual beli secara langsung, dizaman yang modern dan digitalisasi ini maka perkembangan bisnis kian pesat sehingga strategi dan teknis dalam mengembangkan usaha tersebut kian ikut berkembang. Islam memandang bahwa jual beli *online* boleh karena itu hanya masalah teknis, selama penjual dan pembeli rela dan tidak melakukan hal-hal yang dapat membatalkan akad dalam jual beli maka aktivitas tersebut boleh saja dilakukan.

c. Akad Jual Beli dalam Ekonomi Islam

Pada fiqih mua'malah telah mengklasifikasi dan menguraikan beberapa macam jual beli, baik itu yang diperbolehkan dan sampai yang dilarang dalam islam. Adapun macam akad jual beli dalam islam sialah:

1. Bai' Mutlaqah, yaitu jual beli pertukaran antara barang dengan uang atau beberapa alat lainnya yang digunakan sebagai alat pembayaran.
2. Bai' Al-Muqayyadah, yaitu jual beli pertukaran antara barang dengan barang, atau lebih dikenal dengan istilah barter.

3. Bai' Al-Sharf, ialah jual beli atau pertukaran antara mata uang dengan mata uang asing lainnya.
4. Bai' Al-Murabahah, yaitu jual beli barang tertentu. Dalam melakukan transaksi tersebut penjual menyebutkan dengan jelas harga dan keuntungan yang ingin diperoleh atas barang yang diperjual belikan tersebut.
5. Bai' Al-Musawamah, adalah jual beli biasa, dimana penjual tidak menyebutkan harga pokok dan keuntungan yang ingin diperoleh atas barang tersebut.
6. Bai' Al-Muqatha'ah, ialah jual beli dimana penjual melakukan penjualan barang dengan harga lebih rendah atas harga pokok dengan memberikan promo atau diskon, biasanya hal ini terjadi pada barang atau produk yang masa kadaluarsanya tinggal sedikit.
7. Bai' As-Salam, yaitu jual beli barang dimana pembeli akan menyerahkan uang harga barang namun barangnya akan diserahkan di kemudian hari sesuai dengan tanggal yang sudah disepakati.
8. Bai' Al-Istishna', yaitu jual beli yang hampir sama dengan *As-Salam* dimana pembeli dapat membayar terlebih dahulu atau mencicil harga barang tersebut, kemudian barangnya akan diserahkan di kemudian hari. (Yunus, Hamdani, & Shofia, 2018)

d. Syarat dan Rukun Akad Jual Beli

Sebagai perjanjian yang mengikat antara dua pihak atau lebih yang melakukan akad, akad tidak hanya cukup secara faktual namun juga harus sah sesuai dengan prinsip syariat Islam. Beberapa hal yang harus terpenuhi dalam melakukan akad, sebagai berikut:

1. Subjek akad (*Aqid*): Subjek akad adalah pihak yang melakukan akad, yang terdiri dari penjual (*bai'*) dan pihak pembeli (*musytari*).

Di Antara kedua belah pihak ini harus memiliki syarat tertentu agar mereka dianggap cakap (mampu) melakukan akad, ialah:

- a. Bergama Islam. Syarat pihak yang melakukan akad (akad jual beli) dalam agama islam islam, dan ini disyaratkan bagi pembeli saja dalam hal-hal tertentu.
- b. Berakal. Berakal yang dimaksud adalah orang yang mampu membedakan, memilih atau memiliki pengetahuan terhadap terhadap aktivitas yang dilakukannya tersebut, maka orang gila, bodoh tidak sah akad yang dilakukannya meskipun ia menyetujui dan milik sendiri.
- c. Kehendak sendiri. Syarat ini ialah dainatar pihak yang melakukan akad (akad jual beli) dilakukan atas dasar kerelaan tanpa adanya paksaan dari salah satu pihak sehingga akan berakibat merugikan pihak lainnya.
- d. Baligh. Pada ajaran islam segala keputusan yang sudah boleh diambil atau dilakukan sendiri adalah ketika sudah baligh atau dewasa, batas usia minimal baligh seorang lelaki dalam islam yaitu berumur 15 tahu, dan perempuan ketika mulai haid (menstruasi).
- e. Tidak mubazir. Maksudnya dari syarat ini adalah kedua orang yang melakuka akad dalam jual beli, yaitu mereka tidak boros atau tidak berakad suatu objek yang sia-sia.

2. Objek Akad (*Ma'qud 'Alaihi*): Salah satu yang menjadi syarat utama dalam melakukan akad jual beli, ialah adanya objek atau barang yang diperjual belikan. Untuk barang atau objek akad dalam islam harus memiliki syarat tertentu, seperti:

- a. Barangnya suci (Tidak najia/kotor). Sebagai objek akad dalam aktivitas jual beli, barang yang diperjual belikan tidak boleh haram atau mengandung najis, seperti jual beli olahan darah

hewan, jual beli babi, jual beli *khamr* (minuman keras dan yang memabukan lainnya), dan hewan yang haram lainnya.

- b. Bermanfaat. Objek yang diperjualbelikan harus sesuatu yang berguna dan dapat bermanfaat atau menunjang kehidupan (untuk hal positif) seperti, sembako (sembilan bahan pokok), perkakas, dan barang lainnya yang berguna.
 - c. Milik sendiri. Barang yang diperjualbelikan adalah milik orang yang melakukan akad atau milik penjual, seseorang tidak boleh menjual sesuatu barang atau jasa milik orang lain. Lain halnya dengan jual beli *reseller*, sistem jual beli dalam GoFood, dan sebagainya itu akadnya berbeda.
 - d. Diketahui. Objek yang menjadi akad dalam aktivitas jual beli harus diketahui pembeli secara jelas, baik itu bentuk, warna, bau, sifat, harga, fungsi, dan legalitasnya.
 - e. Ada ditangan penjual. Secara hukum dasar dalam melakukan akad jual beli barang yang menjadi objek akad harus ada ditangan penjual agar bisa langsung dilihat dan diserahkan ke pembeli jika sudah selesai akad, biasanya ini terdapat dalam sistem jual beli tradisional bukan jual beli *online*.
 - f. Mampu diserahkan. Barang atau objek akad harus bisa diserahkan oleh penjual yang merupakan kewajiban mereka dan hak bagi pembeli, dalam hal ini penyerahan barang bisa dilakukan langsung oleh penjual jika menggunakan sistem jual beli tradisional, jika menggunakan sistem juala beli *online* bisa menggunak jasa pihka ketiga yaitu kurir (Satrio, Sukirno, & Prabandari, 2020).
3. Pernyataan jual beli (*sighat*): Pernyataan jual beli berupa ungkapan serah terima sebagai bertukarnya sesuatu dengan yang lain, diawali dengan salah satu pihak sebagai gambaran berkeinginan dan dilanjutkan dengan penyerahan (Hasanah , Nafidzi , & Safitri, 2021).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian berasal dari terjemahan kata *research*, maka dari itu banyak para ahli menerjemahkan kata sebagai riset. Kata *research* sendiri berasal dari kata “*re*” yang berarti kembali dan “*to search*” yang berarti mencari, maka dari itu arti kata *research* adalah mencari kembali. Menurut kamus *Webster’s new International* penelitian adalah penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta dan prinsip-prinsip dilakukan dengan cara teliti agar suatu dapat ditetapkan. (Siddiq & Choiri, 2019).

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, pendekatan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan di atas menggunakan pendekatan deskriptif. Desain tersebut digunakan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai fenomena dan fakta yang terjadi di lapangan, kemudian hal-hal yang berkaitan dengan penelitian akan dijelaskan. Oleh karena itu, melalui penelitian ini peneliti akan berupaya untuk memberikan informasi dan data sebaik mungkin sesuai fakta dan fenomena yang terjadi di lapangan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini mulai dilakukan sekitar tanggal 02 April-20 April dan mengambil lokasi di TBK (Bakso Pajero) GROUP yang berlokasi di jl. Colombo, caturtunggal, condongcatur, Depok, Sleman. Sebagai lokasi penelitian, peneliti berharap tempat tersebut dapat memberikan informasi terkait penerapan sistem pembayaran digital dalam meningkatkan penjualan UMKM dalam perspektif ekonomi islam.

C. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan studi kasus pada salah satu UMKM yaitu TBK (Bakso Pajero) GROUP, dengan objek penelitian penerapan sistem pembayaran guna meningkatkan penjualan UMKM perspektif ekonomi islam. Pada objek tersebut diharapkan mampu memberikan solusi dan jawaban atas permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha terutama pada sektor UMKM.

D. Sumber Data

Beberapa langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk menemukan informasi atau jawaban atas objek yang diteliti adalah mengumpulkan data dari lokasi atau instansi yang hendak diteliti, karena data merupakan faktor penting yang akan mempengaruhi jawab atas apa yang diteliti, pada penelitian ini penulis memerlukan setidaknya dua jenis data, yaitu:

a. Data Prime

Adalah data yang diperoleh secara langsung dari pemilik dan atau karyawan perusahaan (Rusdi, 2019). Data primer pada penelitian ini adalah informasi yang didapat secara langsung dari narasumber yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dengan objek penelitian, pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pimpinan atau HRD (*Human Resource Development*) pihak perusahaan terkait.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari dokumentasi, baik berupa teks maupun dokumen lainya yang memiliki hubungan dengan penelitian (Khoiruzzadi, Barokah, & Kamila, 2020). Data sekunder dalam penelitian adalah suatu informasi dari instansi atau perorangan yang sudah dalam bentuk jadi dan dipublikasi secara umum, pada data ini penulis memperoleh dari buku,jurnal ilmiah,data laporan kegiatan perusahaan serta dari sumber lainnya yang dapat dijadikan bahan penunjang penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang kami lakukan pada penelitian ini pertama adalah studi pustaka yaitu dengan cara mengumpulkan informasi yang berkaitan dan teori terdahulu, kedua ialah melalui studi lapangan dengan melakukan observasi dan wawancara. Beberapa tahap dalam melakukan pengumpulan data, yaitu mencakup penetapan batas penelitian, mengumpulkan informasi melalui pengamatan (observasi), wawancara, dokumentasi, dan materi-materi pendukung lainnya. Menurut John W. Creswell (edisi: 2009), adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan sebuah proses penggalian data yang dilakukan secara langsung oleh peneliti sendiri (tidak boleh diwakilkan) dengan cara mendetail dan teliti terhadap objek observasi dan lingkungan yang masuk dalam ranah penelitian. (Siddiq & Choiri, 2019). Pengertian lain dari observasi ialah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang menjadi objek penelitian (Dachliyani, 2019).

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara mendatangi salah satu *outlet* atau unit usaha TBK GROUP yang ada di Yogyakarta dengan mengamati atribut dan lainnya yang ada pada lokasi tersebut, kemudian sekaligus menjadi pelanggan warung sebagai upaya untuk mengamati lebih dalam terkait objek penelitian.

b. Interview (wawancara)

Wawancara sebenarnya memiliki banyak makna, tergantung dari kondisi dan konteksnya. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) orang yang mengajukan pertanyaan dan narasumber (*Interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan dari pewawancara. Penjelasan lain terkait pengertian dari wawancara adalah suatu interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran aturan,

tanggungjawab, perasaan, kepercayaan, motif, dan informasi (Siddiq & Choiri, 2019).

Tipe wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur yaitu pihak pewawancara menyiapkan terlebih dahulu berupa alat dan instrumen yang dibutuhkan untuk wawancara (Siddiq & Choiri, 2019). Secara teknis kegiatan wawancara yang akan dilakukan kami, pertama adalah melakukan wawancara secara langsung kepada narasumber dari pihak TBK (Bakso Pajero) GROUP dengan mengajukan beberapa draft pertanyaan yang sudah disiapkan terlebih dahulu. Kedua adalah jika cara pertama memiliki kendala sedangkan waktu untuk segera memperoleh dan mengumpulkan data semakin mepet maka wawancara dilakukan via telepon, video zoom, atau media lainnya yang dirasa mumpuni untuk lakukan wawancara.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Berdasarkan penjelasan ahli maka dapat disimpulkan bahwa metode dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan menyelidiki benda-benda tertulis dan mencatat hasil temuannya (Riyanto, 2019). Dokumentasi dalam penelitian ini berisi data-data seperti draft pertanyaan, hasil wawancara, gambar outlet warung, dan lainnya.

d. Peralatan Audio Visual

Pada bagian ini segala keperluan, kebutuhan dan aktivitas ketika pengumpulan data dapat menggunakan alat tersebut, alat-alat tersebut untuk mencatat, merekam suara, mengambil gambar, suara, video dan lain sebagainya ketika proses wawancara dilakukan. Adapun alat yang digunakan dalam penelitian adalah buku catatan, bolpoin, stabile, kamera *handphone*, dan alat pendukung lainnya.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah data menjadi satuan yang dapat dipelajari dan memutuskan apa yang diceritakan pada orang lain (Siddiq & Choiri, 2019). Menganalisis data merupakan pengolahan informasi yang telah dikumpul oleh peneliti, Jho W. Creswell (2009) memberikan langkah-langkah menganalisis data kualitatif dari yang spesifik hingga umum dengan berbagai level analisis yang berbeda. Adapun langkah tersebut, yakni:

1. Mengolah dan mempersiapkan data untuk di analisis. Langkah tersebut melibatkan transkrip wawancara, men-*scanning* materi, mencatat data lapangan, atau memilah-milah data yang sudah diperoleh ke dalam kelompok yang berbeda berdasarkan sumbernya.
2. Membaca keseluruhan data. Langkah ini adalah proses pemahaman atas informasi yang diperoleh secara menyeluruh dan merefleksikanya.
3. Menganalisis lebih detail dan meng-*coding* data. Dalam proses ini penulis mengkombinasikan kode-kode yang telah ditentukan sebelumnya. Sehingga, proses tersebut adalah dengan cara men-*fit*-kan setiap kode yang muncul selama proses analisis.
4. Menerapkan proses coding untuk mendeskripsikan aturan. Orang-orang, kategori, dan tema-tema yang akan dianalisis. Pada langkah ini penulis harus membuat kode untuk mendeskripsikan informasi, kemudian menganalisisnya.
5. Menunjukkan bagaimana deskripsi tema-tema tersebut yang akan disajikan kembali dalam narasi atau laporan kualitatif. Pembahasan naratif tersebut sesuai dengan objek dan tujuan penelitian
6. Langkah terakhir adalah menginterpretasikan atau memaknai data. Langkah tersebut akan memberikan esensi dari suatu gagasan, atau dengan kata lain memaknai dari hasil perbandingan antara hasil

penelitian dengan informasi yang berasal dari literatur dan teori.
(Creswell, 2009).

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif Hipotesis atau teori.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

Bisnis UMKM yang menjadi subjek penelitian penulis yaitu TBK (Bakso Pajero) Group yang berada kabupaten Sleman. Bakso Pajero sendiri merupakan unit usaha dari TBK (Terus Berbuat Kebaikan) Group, sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri bidang kuliner dengan konsep syariah, usaha ini bermula berdiri pada tahun 2014 dengan nama pertama Ayam Geprek dan Susu (Preksu), yang berpusat di Yogyakarta, lebih tepatnya berada pada jalan Pandean I, Candok, Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewah Yogyakarta. Sebagai salah satu unit usaha TBK (Terus Berbuat Kebaikan) Group yang viral adalah Bakso PAJERO (Pake Jeroan) yang berlokasi di Jalan. Colombo, Karang Malang, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. Usaha ini viral di Jogja karena salah satu usaha yang pernah penulis temui dengan menawarkan berbagai menu bakso dengan bermacam isian jeroan sapi yang cukup lengkap, ditambah dengan kuah kaldu yang gurih membuat saya sebagai salah satu penikmat cukup terpuaskan dengan produk yang mereka tawarkan.

Sebagai salah satu UMKM dibidang kuliner, Bakso Pajero cukup laris dan terkenal dikalangan pencinta bakso, karena bakso ini memiliki beragama macam varian menu selain terkenal dengan beragam jeroannya, mereka juga banyak menawarkan varian bakso seperti, bakso halus, bakso jamur, bakso urat, bakso mercon (bakso pedas), bakso iga sapi, bakso tenis, bakso sumsum dan juga bakso makar. Bagi pencinta bakso mereka cukup terpuaskan dengan beragam varian menu yang mereka tawarkan,

hal itu dapat dilihat dari ramainya pengunjung pada hari-hari kerja dan pada *weekend* sangat rami sekali pelanggan.

Bakso Pajero sebagai unit usaha dari TBK Group selain memiliki kualitas terhadap rasa dan kergaman menu yang mereka tawarkan, namun ada keunikan lain dari salah satu usaha ini, dimana mereka menerapkan sistem atau prinsip syariah dalam setiap operasionalnya, hal tersebut dapat dibuktikan bahwa seluruh karyawan dan karyawatnya haruslah orang muslim, mereka menerapkan aturan bahwa karyawan tidak diperbolehkan pakai celana *jeans* ketika bekerja, tidak boleh merokok, sholat tepat waktu dan bagi karyawati harus menggunakan hijab (jilbab yg sesuai standar mereka), harus memakai rok. Mereka juga sangat keras untuk tidak mengizinkan karyawan atau karyawatnya untuk pacaran baik sesama pegawai atau diluar, konsekuensinya akan langsung diberhentikan sepihak jika itu terjadi. Selain dari itu, TBK Group juga menyediakan makanan dan minuman gratis bagi pengunjung yang puasa sunnah senin dan atau kamis, dan juga bagi yang membaca surat alkhafi pada hari jumat, serta mengadakan kajian rutin untuk seluruh karyan dan karyawatin pada jumata pagi.

Beberapa hal diatas dilakukan oleh TBK Group sebagai bentuk apresiasi kepada umat muslim yang mau terus berusaha meningkatkan keimanan dan ketakwaannya kepada Allah SWT tuhan yang maha pengasih lagi maha penyayang. Oleh karena itu dengan adanya beberapa aturan dan program khusus bagi karyawan dan karyawati serta pelanggan, mereka berharap mendapatkan keberkahan dan kelancara dalam usaha mereka.

2. Penerapan Sistem Pembayaran Digital Pada Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group

a. Pemahaman Pengusaha tentang Sistem Pembayaran Digital

Pengetahuan merupakan suatu hal yang penting dalam menjalankan sebuah sistem, yaitu mulai dari tujuan, fungsi, legalitas, kelebihan, kekurangan hingga resiko-resiko yang kemungkinan akan terjadi dari hal tersebut. Pelaku usaha dalam menerapkan sistem pembayaran digital dalam usaha mereka rata-rata mereka sudah memiliki pengetahuan dari apa yang mereka terapkan karena hal tersebut akan berakibat fatal jika salah dalam mengaplikasikan. Hasil wawancara yang penulis lakukan pada pihak TBK (Bakso Pajero) Group yang berada di Kabupaten Sleman adalah “Sistem pembayaran digital, sama dengan pembayaran non-tunai seperti membayar menggunakan mesin EDC (*entry data capture*), aplikasi OVO, GoPay, ShopeePay dan menggunakan QRIS” penjelasan dari Wardhani HRD TBK Group

Sistem pembayaran digital ini lebih dikenal dengan istilah pembayaran non tunai, dimana sistem pembayarannya secara hakikatnya menggunakan metode transfer baik itu menggunakan transfer via ATM (*Automatic Teller Machine*), M-Banking, debit dengan EDC (*Electronic Data Capture*), maupun pembayaran menggunakan dompet digital lainnya seperti OVO, Go-Pay, ShopiPay, dan sebagainya. Dari sini dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa sistem pembayaran digital merupakan pembayaran non-tunai (tidak dengan uang kartal), pada umumnya sistem ini menggunakan metode transfer dengan memanfaatkan media elektronik seperti mesin ATM, EDC, QR Code, M-Banking maupun menggunakan aplikasi dompet digital lainnya. Sistem pembayaran ini memiliki fungsi yang sama dengan sistem pembayaran tradisional yaitu menukarkan alat pembayaran yang sah untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu.

Secara umum kita ketahui da cara mengoperasikan sistem pembayaran digital sangatlah praktis, sebuah kelebihan yang sangat jelas terlihat dan dirasakan oleh pihak konsumen maupun pelanggan

adalah kemudahan. Adapun hasil wawancara dari pelaku usaha terkait pengetahuan mereka terhadap tujuan dari hadirnya sistem pembayaran digital dipahami dari penuturan para pengusaha terhadap apa telah mereka gunakan.

Hasil dari penelitian yang diperoleh penulis ketika melakukan wawancara dengan Wardhani (HRD TBK Group) bahwa secara tujuan sistem pembayaran ini “tujuan dari adanya sistem pembayaran non-tunai ini menurut saya, pertama memudahkan baik itu untuk pelanggan maupun pengusaha. Untuk pelanggan tidak perlu membawa uang *cash* dalam jumlah banyak, sedangkan pengusaha tidak perlu menyiapkan pengembalian dan memudahkan dalam pencatatan.

Suatu sistem diciptakan dengan tujuan untuk membantu memudahkan aktivitas hidup, salah satunya adalah sistem pembayaran digital. Adapun fungsi dari sistem pembayaran digital berdasarkan penuturan dari para narasumber yang penulis temui, sebagai ditemukan bahwa “secara fungsi kita sudah ketahui bahwa sistem ini gunanya untuk menerima pembayaran jika dari pihak pengusaha, sedangkan dari pihak konsumen untuk pembayaran. untuk fungsi yang lainya yaitu dapat memudahkan pencatatan karena transaksi akan tercatat otomatis setiap kali adanya transaksi.

Pada legalitas hukum, menggunakan sistem pembayaran menggunakan uang elektronik atau dompet digital hal pertama kita mengacu pada Peraturan Bank Indonesia, Peraturan tersebut pertama kali dikeluarkan tahun 2005, dengan definisi Kartu Prabayar dalam ayat 1 point 8. Peraturan Bank Indonesia No.7/52/PBI/2005 tentang penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK), karena kriteria uang elektronik berbasis *server* berbeda dengan APMK maka, pada tahun 2009 diatur secara khusus melalui

PBI No.11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik, kemudian pada tahun 2018 BI kembali perbaharui dengan menerbitkan Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik hadirnya peraturan ini membuat peraturan sebelumnya dicabut. Sementara untuk peraturan teknis diatur dalam bentuk Peraturan Anggota Dewan Gubernur selama belum terbit maka masih menggunakan Surat Edaran Bank Indonesia No.16/11/DKSP perihal Penyelenggaraan Uang Elektronik dan SEBI No.18/21/DKSP Perihal perubahan SEBI sebelumnya (Pardede, 2019).

Resiko adalah peristiwa yang dapat merugikan, ancaman atau tindak yang menimbulkan dampak yang berlawanan dari tujuan (Suparmin, 2018). Resiko merupakan suatu keadaan yang kemungkinan akan menghambat pertumbuhan suatu usaha, yang dapat menimbulkan kerugian. Adapun resiko yang kemungkinan dihadapi oleh pengusaha dalam menerapkan sistem pembayaran digital. Penjelasan dari Wardhani saat diwawancarai oleh penulis “resiko akses ilegal kayaknya kecil sih, karena data dan keuangan akan dipegang terlebih dahulu oleh pihak yang mengeluarkannya, dan selama ini Alhamdulillah belum ada sih”

Berdasarkan uraian hasil wawancara di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengusaha HRD TBK Group Khususnya sudah memahami sistem pembayaran digital yang mereka terapkan pada usahanya. Hal itu dijelaskan langsung oleh pengusaha tersebut kepada penulis ketika di wawancarai, pemahaman mereka sudah mencakup fungsi, tujuan, namun pada legalitas legalitas mereka sepertinya kurang teralalu memahami secara detail, dan kemungkinan resiko yang akan terjadi bila mereka memakai sistem itu pada usaha mereka.

b. Metode Pembayaran yang Digunakan oleh UMKM TBK (Bakso Pajero) Group.

Perkembangan sistem pembayaran digital kian pesat dalam tiga tahun terakhir, hal tersebut bertepatan dengan adanya pandemi Covid-19 yang menjadi wabah mematikan saat itu. Adanya pandemi tersebut memaksa pemerintah ikut bertanggung jawab dalam memangkas penyebarannya, beberapa upaya kebijakan yang dilakukan pemerintah seperti *Lock Down* masal, PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) secara Nasional yang dilakukan pemerintah Indonesia khususnya. Hal itu berdampak besar pada UMKM, akibat dari adanya pembatasan aktivitas sosial secara fisik tersebut sehingga menurunkan angka beli pada produk dan menu yang ditawarkan oleh pelaku UMKM.

Hasil dari wawancara yang dilakukan dengan pihak TBK (Bakso Pajero) Group, Wardhani menjelaskan bahwa “kami masih menggunakan pembayaran *cash*, walupun memang semua outlet kami memakai pembayaran digital juga”. Dari penejalsan itu, TBK (Bakso Pajero) Group belum sepenuhnya beralih ke sistem pembayaran digital mereka masih tetepa menggunakan sistem pembayaran tunai atau *cash*, karena tersebut masih dirasa nyaman oleh konsumen dan bisa dilihat langsung nominal pemasukan oleh pihak *merchant*.

Selain dari beberapa hal di atas pihak TBK (Bakso Pajero) Group dalam operasionalnya, telah menggunakan hampir semua dari sistem pembayaran digital yang tersedia yaitu seperti: Transfer Via ATM, debit menggunakan EDC, QR *Code*, Transfer Via M-Banking, dan Aplikasi dompet digital lainnya (OVO, GoPay, Shope Pay, dan DANA). Dikutip dari hasil wawancara bahwa “kami sudah gabung hampir semua yang menawarkan pembayaran digital, terutama yang bekerjasama dengan pihak jasa transportasi online, seperti GoPay, Shopeepay, dan OVO”.

c. Kelebihan dan Kekurangan Sistem Pembayaran Digital bagi UMKM

Sistem pembayaran digital atau pembayaran non-tunai merupakan sistem pembayaran yang dilakukan secara digitalisasi dengan bantuan alat atau perangkat elektronik. Sebagai sebuah sistem yang mengandalkan teknologi, elektronik dan jaringan internet tentu akan menawarkan beberapa keunggulan tertentu, misalnya seperti praktis, mudah, simple, dan sebagainya. Akan tetapi hal tersebut tidak menutup kemungkinan adanya kelemahan yang dimiliki oleh sistem ini. Adapun kelebihan dan kelemahan sistem pembayaran digital sebagai berikut:

1) Kelebihan Sistem Pembayaran Digital pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group

Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari hasil observasi dan interview dengan pihak terkait ditemukan kelebihan sistem pembayaran digital yang ada pada TBK (Bakso Pajero) Group, terkait kelebihan dan kekurang sistem pembayaran digital yang mereka gunakan pada usaha mereka, hal itu diketahui dari hasil wawancara yang penulis lakukan kepada salah satu HRD (*Human Resource Development*) Pihak TBK Group menjelaskan bahwa “kelebihan dari sistem pembayaran digital itu, praktis, simpel, mudah karena tidak perlu repot-repot bawa uang *cash* banyak. Kelemahannya mungkin tidak bisa dilihat secara langsung omset yang masuk, Kekurangannya tidak ada yang berarti, hanya tidak *real time*, misalnya pembayaran pada Shopee Pay, pemasukan pada transaksi hari kamis misalnya baru akan dibayarkan oleh pihak Shopee Pay pada hari senin. Selanjutnya pajak yang dikenakan dari pihak perbankan ke *merchant* untuk setiap transaksi transaksi menggunakan mesin EDC, atau resiko error jaringan”.

Dari uraian tersebut dapat dapat ditemukan bahwa kelebihan dari sistem pembayaran digital dapat dirasakan oleh dua sisi yaitu konsumen dan pelaku bisnis. Adapun kelebihan tersebut ialah:

- a. Bagi konsumen: Praktis, mudah, dan Aman.
- b. Bagi pelaku usaha: tidak perlu menyiapkan kembalian dan adanya pencatatan transaksi otomatis.

2) Kelemahan Sistem Pembayaran Digital pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group

Sebagai salah satu subjek yang mewakili UMKM di Kabupaten Sleman pada bidang kuliner, sedikit menemukan kelemahan dari sistem pembayaran digital yang mereka gunakan. Penjelasan HRD TBK Group “kelebihan dari sistem pembayaran digital itu, praktis, simpel, mudah karena tidak perlu repot-repot bawa uang *cash* banyak. Kelemahannya mungkin tidak bisa dilihat secara langsung omset yang masuk, Kekurangannya tidak ada yang berarti, hanya tidak *real time*, misalnya pembayaran pada Shopee Pay, pemasukan pada transaksi hari kamis misalnya baru akan dibayarkan oleh pihak Shopee Pay pada hari senin. Selanjutnya pajak yang dikenakan dari pihak perbankan ke *merchant* untuk setiap transaksi transaksi menggunakan mesin EDC, atau resiko error jaringan” .

Dari beberapa penuturan para pengusaha di atas bahwa, ditemukan kelemahan dari sistem pembayaran digital ini, ialah:

- a. Pemasukan lewat sistem pembayaran ini tidak *real time* karena adanya tenggang waktu pembayaran dari pihak penerbit ke pihak *merchant*

- b. Adanya pajak yang dikenakan kepada pihak *merchant* dari perbankan setiap transaksi menggunakan mesin EDC (*Entry Data Capture*).
- c. Resiko terjadinya *trouble* atau gangguan pada jaringan internet dan sistem itu sendiri

3. Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group Sebelum dan Setelah Menerapkan Sistem Pembayaran Digital

b. Target Penjualan UMKM sebelum Menerapkan Sistem Pembayaran Digital

Pada pembahasan ini target yang dimaksud adalah target penjualan, target penjualan salah satu rencana marketing yang ditentukan. Target penjualan menjadi tujuan paling penting yang hendak dicapai, agar dengan tujuan untuk memperoleh atau menghasilkan penjualan yang menguntungkan (Yanti, Tripalupi, & Haris, 2020). Target penjualan yang menjadi sasaran atau tujuan (bisa diukur dan masuk akal) dengan batas waktu tertentu yang dapat diukur dalam bentuk nilai rupiah atau unit barang yang ditentukan sebelum menjalankan sebuah aktivitas penjualan (Tanjung, 2018). Oleh karena itu seharusnya pengusaha memiliki gambaran target penjualan untuk ditentukan, target penjualan bisa berupa jumlah omset yang masuk atau bisa berupa unit yang terjual, tergantung dari kebijakan masing-masing perusahaan.

Berdasarkan informasi yang penulis peroleh dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak terkait, ditemukan beberapa target penjualan yang mereka tentukan, yaitu target penjualan harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Adapun hasil wawancara tersebut ialah Penjelasan dari HRD TBK (Bakso Pajero) Group “Kami memiliki target penjualan Harian sekitar 5.000.000 (lima Juta), dan pada akhir pekan sekitar 20.000.000 an (Dua Puluh Jutaan), sehingga

kami memiliki target penjualan dalam seminggu itu sekitar 80.000.000 (Delapan puluh juta)” tutur Wardhani.

Berikut uraian tentang target-target penjualan yang diklasifikasikan menjadi tiga yaitu, harian, mingguan dan bulanan, sebagai berikut:

1. Target penjualan harian

Target yang ditentukan oleh TBK (Bakso Pajero) Group pada hari-hari bisa pada umumnya. Misalnya penjualan mulai hari senin-sampai kamis berapa jumlah omset atau unit yang harus terjual. TBK Group (Bakso Pajero) memiliki target sebesar 5.000.000 (lima juta) perharinya.

2. Target Mingguan

Target yang ditentukan oleh TBK (Bakso Pajero) Group untuk mencapai omset atau pemasukan mereka dalam seminggu. TBK Group (Bakso Pajero) memiliki target penjualan sekitar 80.000.000 (delapan puluh juta).

3. Target penjualan Bulanan

Target penjualan yang ditentukan dalam kurun waktu 30 hari atau 4 mingguan, untuk mencapai omset atau unit produk harus terjual TBK Group (Bakso Pajero) lebih kurang 400.000.000 (Empat ratus juta) perbulan.

c. Target Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group Setelah Menerapkan Sistem Pembayaran Digital

Dari hasil *interview* yang penulis lakukan, ditemukan bahwa pihak TBK (Bakso Pajero) Group mulai menerapkan atau menggunakan sistem pembayaran digital pada operasionalnya yaitu sejak tahun 2019. Pada 2019 akhir, wabah corona mulai menyerang dan pada tahun 2020 awal Indonesia juga mulai dicemarkan oleh wabah tersebut sehingga pembatasan aktivitas sosial secara nasional

dilakukan oleh pemerintah sebagai upaya pencegahan penyebaran virus. Akibat dari adanya pembatasan aktivitas sosial tersebut sektor yang terkena langsung dampak dari kebijakan itu adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), tidak sedikit para pengusaha yang dengan terpaksa mengurangi karyawan dan bahkan banyak yang gulung tikar (bangkrut).

Sebagai salah satu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang mampu bertahan, TBK (Bakso Pajero) Group menerapkan berbagai macam strategi salah satunya adalah mengurangi target penjualan mereka. Hal itu dilakukan dengan tujuan agar usaha mereka mampu bertahan dan melewati masa krisis tersebut, adapun target tersebut seperti yang dijelaskan oleh pihak TBK (Bakso Pajero) Group “selama kami mulai pake pembayaran digital itu kan awal pandemi. Kami kurangi target penjualan harian kami, dan tingkatkan pada *weekend* dan kami berusaha setidaknya dalam sebulan penjualan kami tidak kurang dari 100 juta.

Bila dilihat dari target mereka, ketika sudah mulai menggunakan sistem pembayaran digital itu mengalami penurunan, hal itu disebabkan mereka mulai intens menggunakan sistem pembayaran tersebut ketika masa pandemi, masa dimana nilai beli dan aktivitas sosial dibatasi untuk menyegah penyebaran virus covid-19.

d. Pencapaian Target Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group Sebelum dan Setelah Menerapkan Sistem Pembayaran Digital

Dari penuturan pengusaha terkait dengan target mereka saat menggunakan sistem pembayaran digital yang bertepatan dengan adanya wabah virus corona-19, mereka mengurangi pada target penjualan harian namun berusaha penuh pada *weekend* yang disesuaikan dengan kondisi dan keadaan *outlet* mereka. Lantas dari *targeting* yang diterapkan pada usaha mereka apakah pada saat atau

setelah menggunakan sistem pembayaran digital tersebut tercapai? Hal itu akan kita lihat dari beberapa uraian para pengusaha terkait pencapaian target mereka, menurut penuturan Wardhani “Kadang tercapai, kadang tidak karena memang keadaan lagi begini sehingga nilai beli berkurang. Jika dipersenkan rata-rata berada sekitar 65-67%”.

Pada usaha ini pencapaian target mereka ketika menggunakan sistem pembayaran digital, itu tidak tentu kadang tercapai 100%, terkadang juga di bawah akan tetapi pencapaian tersebut tidak murni karena adanya penerapan sistem pembayaran digital melainkan karena adanya strategi atau program marketing lainnya yang menunjang peningkatan penjualan.

B. Pembahasan

1. Metode Pembayaran Digital yang Banyak digunakan oleh UMKM TBK (Bakso Pajero) Group.

Pada uraian hasil wawancara pada bagian hasil penelitian, penulis menemukan beberapa metode pembayaran digital yang banyak digunakan pada TBK (Bakso Pajero) Group, adapun metode pembayaran yang digunakan atau diterapkan pada bisnis mereka ialah, sebagai berikut:

a. Menggunakan mesin EDC (*Electronic Data Capture*).

Metode pembayaran ini dalam dunia bisnis khususnya UMKM dikenal dengan istilah *EDC Merchant*, yaitu sebuah mesin gesek kartu yang dipakai untuk melakukan transaksi pembayaran non-tunai dengan menggunakan kartu debit, kartu kredit, kartu *e-money* dan berbagai kartu *prepaid* lainnya yang disediakan oleh pihak *merchant*. Metode pembayaran ini bisa dikatakan metode terbanyak yang digunakan dalam dunia bisnis termasuk UMKM. Menurut data

dari lembaga survey Konta.co.id tercatat jumlah unit mesin EDC (*Electronic Data Capture*) dari berbagai jenis perbankan lebih kurang 995 ribu unit, dimana Bank BRI memiliki sekitar 180 ribu dan akan ada rencana penambahan sekitar 60 ribu unit lagi, kemudian BNI memiliki sekitar 200 ribu unit, untuk Bank BCA sendiri total memiliki 600 unit yang tersebar di seluruh Indonesia, dan Bank BTN telah mengantongi sekitar 15 ribu unit mesin EDC.

TBK (Bakso Pajero) Group sendiri sebagai salah satu pihak *merchant* yang memakai mesin EDC dari bank BCA, BNI dan BRI. Sistem kerja dari mesin EDC adalah pembeli menyerahkan kartu kepada penjual sebagai kasir atau operator untuk transaksi pembayaran, kemudian pihak penjual sebagai kasir atau operator memasukan atau menggesek kartu (karena ada dua model mesin EDC ada yang digesek dan ada yang di masukan) kartu yang diserahkan oleh pembeli. Setelah itu, pihak kasir atau operator akan memasukan nominal transaksi pembayaran, jika sudah makan pihak kasir atau operator akan meminta pihak pembeli untuk memasukan PIN (*Personal Identification Number*) pada mesin EDC yang dipakai untuk transaksi tersebut, jika berhasil makan struk atau nota pembayaran akan keluar sebagai tanda proses pembayaran selesai (Klik Asuransiku.com, 2020).

b. Menggunakan QR Code. Kode QR (*Quick Respon*)

Sistem yang digunakan via kode *matriks* atau kode dua dimensi yang dikembangkan oleh *Denso Wave*, dengan fungsi utama yaitu membaca dengan mudah data dan informasi keuangan yang ada. QR (*Quick Respon*) sesuai dengan tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi dan mendapatkan respon dengan cepat pula, QR code mampu menyimpan informasi secara *horizontal* dan *vertikal* dengan demikian QR code dapat menampung informasi

lebih banyak. Bank Indonesia mencatat transaksi menggunakan QRIS (*Quick Respon Indonesian Standard*) pada tahun 2021 sekitar 375 juta transaksi, mengalami kenaikan sekitar 201,14% dari tahun 2020 yang hanya sekitar 124 juta transaksi dengan total sekitar 14,8 juta *platform* dan *merchant* yang memakai QRIS. Pada februari 2022 BI mencatat *platform* dan *merchant* yang memakai QRIS sudah menyentuh angka 15,7 juta.

Sebagai salah satu dari 15,7 *merchant* yang telah memakai QRIS, TBK (Bakso Pajero) Group mereka sendiri sudah menggunakannya sejak tahun 2020 dan sekarang berjalan tahun ketiga, mereka gunakan itu untuk menerima pembayaran dari konsumen yang melakukan transaksi. Berdasarkan keterangan resmi dari Bank Indonesia, QRIS merupakan kombinasi dari berbagai jenis jasa sistem pembayaran atau PJSP. Metode pembayaran ini lebih mudah dari metode pembayaran menggunakan mesin EDC, akan tetapi memerlukan perangkat elektronik dan koneksi internet dari pemegang akun agar bisa melakukan pembayaran menggunakan metode ini.

c. Menggunakan Transfer Via ATM (*Automatic Teller Machine*).

ATM merupakan alat telekomunikasi berbasis komputer yang disediakan untuk nasabah agar dapat melakukan transaksi (transfer dan tarik) keuangan tanpa adanya bantuan seorang *teller*. Kemudahan yang diperoleh nasabah dari mesin ATM adalah dapat melakukan transaksi otomatis selama 24 jam tanpa adanya hari libur, sistem transaksi menggunakan ATM adalah menggunakan kartu debit (Mahendra & Subawa, 2019).

TBK (Bakso Pajero) Group menggunakan mesin ATM untuk melakukan berbagai macam pembelian atau pembayaran, misalnya pembelian bahan pembuatan produk, kadang melakukan pembayaran gaji karyawan juga. Untuk penerimaan pembayaran

produk jadi mereka tidak menggunakan mesin ATM tetapi menggunakan mesin EDC, namun kadang mereka menerima pembayaran via ATM untuk penjualan produk setengah jadi. Karena berdasarkan informasi yang penulis peroleh ketika melakukan observasi ternyata mereka melakukan penjualan produk setengah jadi juga yaitu bakso *frozen* lengkap dengan bumbu yang telah mereka siapkan.

d. Menggunakan Transfer Via M-Banking.

Banking atau *Mobile Banking* merupakan salah satu layanan yang ditawarkan oleh pihak perbankan kepada nasabahnya agar dapat melakukan transaksi lewat aplikasi yang tersedia, yaitu aplikasi yang dikeluarkan oleh perbankan terkait. TBK (Bakso Pajero) Group memakai untuk beberapa hal seperti melakukan penerimaan pembayaran dari pelanggan bisa melakukan *scand code*, *payroll* (pembayaran gaji), dan pembayaran lainnya.

Sebagai salah satu dompet digital perbankan yang mengharuskan pemegangnya untuk memiliki rekening bank terlebih dahulu, metode pembayaran ini cukup mudah dilakukan. Karena beberapa fitur dari layanan ini antara lain: informasi saldo, mutasi rekening, suku bunga, ATM terdekat dan layanan transaksi seperti; transfer, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa (Shinhan.co.id, 2021).

e. Menggunakan Dompet Digital (OVO, GoPay, Shopee Pay, dan DANA).

Dompet digital merupakan jenis akun Prabayar dalam sebuah aplikasi yang dilindungi dengan sistem keamanan berupa PIN (*personal identification number*), di mana nanti pengguna menyimpan uang secara elektronik untuk setiap transaksi *online* (Situmorang, 2021). Sebagai salah satu *merchant* yang telah melakukan kerjasama dengan beberapa *e-commerce* penyedia jasa distributor produk (Grab, Gojek, dan ShopeeFood), TBK (Bakso Pajero) Group telah menggunakan

setidaknya 4 (empat) dompet digital yang berbasis non perbankan, yaitu; OVO, Gopay, ShopeePay, dan DANA). Dompet digital tersebut digunakan untuk menerima pembayaran.

Uraian dan penjelasan di atas sesuai dengan pembahasan yang dilakukan oleh (Usman, 2018), yaitu karakteristik atau jenis uang elektronik yang digunakan dalam sistem pembayaran digital yang terdiri dari tiga, yaitu menggunakan surat, menggunakan uang elektronik, dan menggunakan *mobile*. Menggunakan uang elektronik seperti kartu debit, kredit, ATM dan lainnya sedangkan secara *mobile* menggunakan m-banking dan dompet digital, seperti OVO, GoPay, dan lainnya.

2. Metode Pembayaran Digital yang Banyak digunakan oleh Generasi X,Y, dan Z pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group

Berdasarkan pemaparan hasil data di atas, usaha ini hampir telah menerapkan semua metode pembayaran yang ditawarkan pada sistem pembayaran digital, yaitu mulai dari metode transfer via QRIS (*Quick Respon Indonesian Standard*), menggunakan mesin EDC (*Entry Data Capture*), maupun menggunakan dompet digital seperti OVO, GoPay, ShopeePay, dan lainnya.

Setelah melakukan pengamatan pada informasi yang di peroleh, penulis menemukan metode pembayaran yang dominan digunakan pada TBK (Bakso Pajero Group) ternyata dipengaruhi oleh faktor kelompok usia atau yang dikenal dengan generasi. Dari uraian di atas terkait dengan adanya kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh sistem pembayaran digital tersebut, dimana kelebihan dari sistem ini adalah praktis, mudah, aman, adanya pencatatan transaksi otomatis, dan pelaku usaha tidak perlu menyiapkan pengembalian. Akan tetapi pada kelemahan dimana sistem ini sangat bergantung pada teknologi, elektronik, dan internet, tidak *real time*, adanya pajak bagi pihak *merchant*. Dari hal tersebut kami menemukan pengelompokan usia atau

generasi dalam memilih metode pembayaran yang ditawarkan dalam sistem pembayaran digital.

Analisa dari hasil wawancara yang penulis metode pembayaran digital yang banyak digunakan pada usaha mereka “metode non-tunai terbanyak yang kami gunakan pertama kami merekomendasikan QRIS, karena lebih cepat dari metode pembayaran non tunai lainnya, kemudian kami juga memakai metode pembayaran menggunakan mesin EDC karena memang kebetulan pelanggan kami kebanyakan datang bersama keluarga mereka” Ujar Wardhani (HRD TBK Group).

Berdasarkan uraian analisa dan hasil wawancara yang penulis lakukan di atas, maka metode pembayaran digital yang banyak digunakan oleh setiap kelompok generasi pada TBK (Bakso Pajero Group), sebagai berikut:

a. Kelompok generasi X

Generasi X adalah generasi yang tahun kelahirannya berada antara tahun 1965-1979 atau yang dikenal dengan generasi *baby busters*, sebuah generasi yang berhadapan langsung dengan perubahan paradigma (Olivia & Fakhri, 2020). Kelompok generasi ini ketika melakukan transaksi pembayaran di TBK (Bakso Pajero Group), mereka lebih banyak memilih menggunakan pembayaran *cash*, sedangkan pada metode non tunai mereka banyak menggunakan mesin EDC (*Entry Data Capture*), karena metode pembayaran digital berbasis *chip* (kartu APMK) seperti yang terdapat dijelaskan oleh (Usman, 2018), itu terhubung secara langsung dengan rekening perbankan yang dimiliki oleh pemegang.

b. Kelompok generasi Y

Generasi Y atau generasi milenial dengan tahun kelahiran antara tahun 1981-1994, generasi ini tidak seperti generasi X, dimana mereka sudah hidup berada di lingkungan yang tinggi

dengan teknologi (Olivia & Fakhri, 2020). Sebagai kelompok generasi yang telah berada di lingkungan yang cukup maju dengan teknologi dan keilmuan, kelompok generasi ini dalam melakukan transaksi pembayaran pada TBK (Bakso Pajero Group), mereka hampir memakai seluruh metode pembayaran yang ditawarkan oleh sistem pembayaran digital, tapi mereka lebih banyak menggunakan metode EDC, QR Code, dan dompet digital.

c. Kelompok generasi Z

Generasi Z sering disebut *Igeneration* atau generasi internet, yaitu generasi yang tahun kelahirannya antara tahun 1995-2010 (Christiani & Ikasari, 2020). Kelompok generasi ini tidak seperti kedua generasi sebelumnya, dimana kehidupan generasi ini sudah banyak dikelilingi oleh suatu yang praktis dan mudah karena adanya digitalisasi dalam segala aspek kehidupan.

Untuk kasus keterlibatan mereka dalam penggunaan sistem pembayaran digital, generasi ini lebih banyak menggunakan metode pembayaran dompet digital atau *e-wallet*, karena disisi lain mereka belum memiliki penghasilan sendiri dan belum memiliki akses untuk memiliki menggunakan sistem pembayaran berbasis perbankan.

3. *Fleksibilitas* Sistem Pembayaran Digital dalam Pencapaian Target Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group

Pencapaian target merupakan tujuan utama yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dalam mengelola usahanya, karena dari sisi itu dapat ditentukan dan diukur sebuah perusahaan mampu bersaing atau tidak, mampu bertahan atau tidak, dan mampu berkembang atau tidak. Adanya sistem pembayaran digital membuat UMKM dapat bertahan. Indikator tersebut dilihat dari masa pandemi COVID-19, di mana pada kondisi tersebut yang mengharuskan seseorang melakukan

social distancing. Sehingga diduga kuat UMKM akan *bankrupt*. Ternyata kondisi tersebut tidak terjadi, disebabkan adanya sistem pembayaran digital yang bersifat fleksibel. Walaupun demikian, target penjualan mengalami penurunan. Namun titik tekannya adalah kemampuan UMKM bertahan lebih fasilitas *back up* yang mumpuni.

Lebih lanjut dapat dilihat pada uraian berikut, TBK Group (Bakso Pajero) Group memiliki target seperti yang dijelaskan sebelumnya yaitu untuk harian mereka berkisar 5.000.000 (lima juta) yang dituturkan oleh Wardhani “target kami selalu tercapai sebelum pandemi, dan terkadang saat pandemi tercapai jika aturan *lock down* sedikit longgar”. Sehingga pandemi tidak berpengaruh signifikan terhadap pencapaian penjualan akibat adanya sistem pembayaran digital.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa pencapaian target setiap pelaku usaha mencapai 100% per harinya, dan pada saat itu mereka rata-rata belum banyak menggunakan sistem pembayaran digital. Penerapan sistem pembayaran digital pada dunia usaha, hasil dari wawancara yang penulis lakukan dengan pihak TBK Group (Bakso Pajero) Group, mereka baru “menggunakan sistem pembayaran digital dalam waktu dua atau tiga tahun belakangan ini seperti yang tiga tahun terakhir, sejak pandemi itu kami banyak menggunakan pembayar non tunai”.

Berdasarkan penjelasan di atas terkait keuntungan dari hasil pencapaian penjualan melalui sistem pembayaran digital pada kondisi normal (bukan kondisi pandemi) tidak begitu signifikan. Namun demikian, sistem digital dipandang memberikan pengaruh yang signifikan dilihat dari kondisi pandemi di mana target pencapaian penjualan malah menurun hanya sekian persen yang jumlahnya tidak banyak. Hal itu dilakukan atas kekhawatiran terhadap target penjualan

yang diduga akan menurun signifikan atau bahkan *bankrupt*. Namun ternyata tidak demikian terjadi, disebabkan oleh sistem pembayaran digital yang *support* terhadap *Social Distancing*.

4. Persentase Keuntungan Sebelum dan Sesudah menerapkan Sistem Pembayaran Digital UMKM TBK (Bakso Pajero) Group

Tujuan utama dalam perdagangan dan berbisnis adalah mendapatkan laba atau keuntungan dari produk (barang atau jasa) yang dijual dengan pengelolaan yang mumpuni dan baik perusahaan akan otomatis memperoleh laba dan pelanggan yang setia (Mahzura, 2020). Para pengusaha tentu akan melakukan beberapa upaya untuk mendapatkan laba atau keuntungan dalam usaha mereka, salah satu upaya atau strategi yang bisa digunakan dalam menerapkan sistem pembayaran digital pada usaha mereka. Sistem pembayaran digital tidak hanya berfungsi untuk menerima pembayaran dari pelanggan akan tetapi bagi pihak *merchant* juga dapat berfungsi untuk *payroll* (pembayaran gaji), dapat juga digunakan sebagai rekening penampung pendapatan, dan juga digunakan untuk *monitoring* (pengawasan) memasukan transaksi harian.

Bagaimana jika para pengusaha ini mulai menggunakan sistem pembayaran ini di masa normal, menurut pandangan saya presentasi tercapainya laba bersih akan semakin tinggi, karena suatu kondisi perekonomian yang memburuk yang dikhawatirkan terjadinya kerugian bahkan sampai bangkrut tidak berpengaruh bagi TBK (Bakso Pajero) Group yang dengan sigap menggunakan pembayaran digital sebagai salah satu strategi pada usahanya.

Bersadarkan hasil interview yang penulis lakukan, ditemukan jawaban terkait persentase keuntungan atau laba bersih pengusaha sebelum dan sesudah menerapkan sistem pembayaran digital. Persentase keuntungan TBK Group pada kondisi normal memiliki

target ideal mendapat laba bersih sekitar 25-27% dari total omset yang masuk, akan tetapi mereka ubah ketika mereka menggunakan sistem pembayaran digital yang bersamaan dengan adanya wabah covid, namun penurunan angka ideal laba bersih mereka tidak terlalu jauh hanya berkisar 17-23%. Ini menunjukkan bahwa, adanya sistem pembayaran digital memberikan pengaruh dalam meningkatkan penjualan.

Penargetan dalam mencapai laba bersih sebelum adanya pandemi cukup tinggi, mengingat daya beli masyarakat masih tinggi, tidak adanya batasan aktivitas publik. Akan tetapi berbeda halnya dengan setelah mereka menggunakan sistem pembayaran digital penargetan mereka diturunkan, hal itu mereka lakukan sebagai bentuk strategi aman dikala pandemi covid-19. Bila kita tarik ke belakang, terkait pencapaian target paska menerapkan sistem pembayaran digital selalu tercapai.

Berdasarkan hasil uraian di atas, salah satu indikator dalam meningkatkan penjualan yaitu mendapatkan laba atau untung, hal ini menunjukkan dan membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan oleh (Ardiyanti,2021) dan (Rismayadi,2021) bahwa penerapan *e-payment* dan pembayaran non tunai dari Gopay dan Grabpay dapat meningkatkan penjualan UMKM.

5. Pertumbuhan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group

Pada akhir tahun 2019 dan awal tahun 2020, dunia digemparkan dengan adanya wabah virus yang berasal dari Wuhan, China. Wabah virus tersebut menyerang seluruh penjuru dunia tidak terkecuali Indonesia, dampak yang sangat dirasakan akibat adanya pandemi itu yakni kondisi perekonomian yang sangat kacau terutama yang dirasakan oleh UMKM, kekacauan perekonomian tersebut diduga kuat akibat dari adanya pembatasan aktivitas sosial (*Social Distancing*) yang

ditetapkan oleh pemerintah sebagai salah satu upaya mencegah penyebaran virus tersebut.

Pada akhirnya tidak sedikit para pengusaha mengalami kerugian yang berujung pada PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) sebagai upaya mereka untuk menjaga kestabilan modal dan biaya usaha yang mereka jalankan, karena nilai beli produk ketika itu sangat kecil dan tidak sedikit juga pengusaha yang mengalami kebangkrutan. Kondisi tersebut, tidak berpengaruh signifikan bagi pengusaha yang dengan sigap menggunakan sistem pembayaran digital pada usaha mereka seperti yang dilakukan oleh TBK Group (Bakso Pajero) Group. Hal tersebut digunakan sebagai salah satu strategi marketing di mana kebanyakan mereka bekerjasama dengan pihak ketiga sebagai distributor produk mereka, seperti GoJek, Grab, Shopee Food, maupun kurir yang menawarkan jasa mereka pada pihak *merchant*.

Dari TBK Group (Bakso Pajero) Group mampu bertahan, bersaing dan bahkan sampai ada yang menambah *outlet* atau cabang usaha baru, berdasarkan hasil pengamatan yang penulis lakukan ketika menjalankan penelitian di lapangan ditemukan beberapa penunjang pertumbuhan perusahaan yang perlihatkan TBK Group (Bakso Pajero) Group setelah menggunakan sistem pembayaran digital yang bersamaan dengan adanya pandemi Covid-19, lebih lanjut faktor penunjang pertumbuhan perusahaan yang ada pada UMKM TBK Group (Bakso Pajero) Group dapat dilihat pada uraian berikut:

a. Penambahan Menu Baru

Berdasarkan informasi yang penulis peroleh dari hasil penuturan yang dilakukan oleh HRD TBK Group menjelaskan mereka memiliki sekitar 50an produk dan akan ada produk baru yang segera *launching*. Hal ini menungjukan produk mereka di gemari terbukti dengan adanya penambbbah produk tanpa mengurangi

b. Penambahan Kapasitas Tempat Duduk untuk Pelangga.

Sebagai salah satu usaha dibidang industri kuliner, TBK Group (Bakso Pajero) mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan hal tersebut terbukti kuat dari data yang penulis peroleh ketika melakukan observasi dan wawancara. TBK Group (Bakso Pajero) menambah kapasitas tempat makan untuk pelanggan, di mana pada posisi bagian kiri sebelah barat yang sebelumnya dijadikan sebagai dapur gini telah menjadi tempat untuk makan bagi pelanggan, hal serupa juga pada sisi tengah bagian timur di mana pada tahun sebelumnya, tepatnya pada tahun 2021 sisi itu hanya dijadikan taman bunga dan taman bermain untuk anak-anak sedangkan sekarang sudah menjadi tambahan kapasitas usaha.

c. Penambahan Unit Usaha TBK Group

Pada unit usaha mereka menambah unit usaha lain (Preksu) di sekitar Godean. Hal ini memang berbeda unit, karena penambahan unit usah baru ini bukan *pure* dari hasil keuntungan yang dimiliki oleh Bakso Pajero, akan tetapi dapat kita lihat bahwa TBK Group mampu bertahan dan bersaing ditengah kondisi perekonomian yang tidak stabil hal itu terbukti dengan adanya penambahan unit usaha baru, dan unit usaha lam tetp *survive* dalam memberikan keuntungan untuk TBK Group.

Dari hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa, salah satu indikator volume peningkatan penjualan yaitu menunjang pertumbuhan perusahaan yang telah dibahas oleh peneliti terdahulu (Mahzura, 2020), sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan meskipun ada keadaan lain yaitu covid-19 yang kalau dilihat menjadi hambatan dan tantangan bagi para pengusaha terutama UMKM. Akan tetapi mereka mampu bertahan, bersaing di tengah ketidakstabilan ekonomi tersebut dan bahkan mereka mampu memperluas target pasar dan kapasitas usaha mereka dari tahun sebelumnya, hal itu menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital memiliki pengaruh terhadap volume penjualan UMKM.

6. Praktik Jual Beli Pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group Perspektif Ekonomi Islam

Jual beli sebagai aktivitas menukar sesuatu dengan sesuatu (*muqabilat syai'i bi syai'i*) atau menukar harta benda seimbang dengan harta benda yang lainnya. Tujuan dari jual beli ini melakukan pemindahan (hak milik) dengan cara *ijab* dan *qabul* menurut yang yang dihalalkan oleh syariat atau cara lainnya yang telah di tentukan diantara yang melakukan transaksi.

Pemindahan hak milik ini dengan saling mengganti, dimana pihak pertama menyerahkan harta atau alat pembayaran kemudian dia akan memperoleh harta atau barang yang diinginkan. Istilah “saling mengganti” ini dengan maksud saling memberikan dua hal yang berbeda tidak termasuk hibah, dan mahar akad nikah. Hal tersebut tentu dilakukan atas dasar kerelaan tidak ada paksaan dari salah satu pihak sehingga bisa menimbulkan kerugian diantara mereka.

Pada praktik jual beli yang diterapkan oleh TBK (Bakso Pajero) Group, mereka melakukan penukaran barang (produk) yang mereka miliki dengan alat tukar yang sah dari pembeli. Dalam hal jenis pembayaran, dan tata cara melakukan pemesanan mereka menawarkan setidaknya dua metode yaitu *sevara* digital dan manual. Pembelian secara digital dapat dilakukan dengan bantuan aplikasi seperti Gojek, Grab, Maxim, dan Shopee. Sedangkan untuk pembayarannya digital bisa melalui Gopay, Ovo, ShopeePay, M-banking, maupun menggunakan kartu dengan bantuan mesin EDC (*Electronic Data Capture*).

Pemesanan secara manual manual bisa langsung ke *outlet*, pemesanan akan dirahkan dan dibantu oleh pramuniaga ditempat tersebut. Sementara pembayaran secara manual TBK (Bakso Pajero) Group menerapkan kebijakan dimana setelah melakukan pemesanan

harus bayar terlebih dahulu agar pesanan bisa di proses, untuk pembayarannya sendiri bayar melalui kasir. Berdasarkan uraian metode melakukan pemesanan dan pembayaran secara digital dan manual tersebut, penulis melakukan analisa dan menemukan beberapa hal yang terdapat di dalamnya, adapun hal itu sebagai berikut:

a. Sistem Akad yang Digunakan

Jual beli dan akad (perjanjian) menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, dalam ajaran agam islam aktivitas jual beli tidak akan sah tanpa dibarengi dengan akad (perjanjian) yang jelas di awal, berkaitan dengan hal itu dalam pandangan islam, UMKM patut dan wajib menjalankan usaha mereka sesuai dengan akad syariah islam, disamping menjadi sebuah kewajiban bagi pengusaha secara agama, juga sebagai bentuk perlindungan konsumen, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim.

Oleh karena itu, peneliti berusaha mengamati sistem akad yang digunakan pengusaha atau UMKM dalam transaksi jual beli, berdasarkan hasil pengamatan secara langsung dalam aktivitas observasi yang penulis lakukan, maka ditemukan akad yang terdapat dalam praktik TBK (bakso Pajero) Group, adapun akad yang dipakai adalah:

1. Akad *Wakalah*

Akad *wakalah* sebagai akad pemberian kuasa dari *al-bai'* (pembeli) kepada *musytari'* (pihak yang mewakili) untuk melakukan pembelian produk berupa barang. Pada praktik jual beli yang dilakukan pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group akad *wakalah* ini dapat kita temukan pada sistem kerjasama mereka dengan pihak distributor produk yaitu seperti Go-Jek, Grab, Maxim, dan Shopee Food. Pada akad ini pihak pembeli atau konsumen melakukan pembelian via *online* melalui fitur pada

masing-masing aplikasi yang telah bekerja sama dengan pihak TBK (Bakso Pajero) Group.

Sistem kerjanya pembeli memesan makan atau barang melalui jasa tersebut, kemudian penyedia jasa akan mewakili pembeli untuk melakukan pembelian pada pihak *merchant* sesuai dengan kriteria yang ditawarkan dan diminta oleh konsumen, biasanya akad ini dikenakan biaya jasa dari penyedia jasa.

2. Akad *Al-Bai' Al-Mutlaqah*

Akad ini secara istilah sederhananya yaitu jual beli seperti pada umumnya, yaitu jual beli dengan melakukan pertukaran antara barang dengan jasa atau dengan alat tukar yang sudah ditentukan sebelumnya. Dalam praktik jual beli pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group, akad ini masih digunakan dan termasuk akad jual beli terbanyak digunakan, yaitu dengan sistem pembelian secara langsung oleh pembeli ke penjual dengan menukarkan uang atau alat pembayaran yang sah, sistem jual beli ini masih banyak di gemari hal itu terbukti dari hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu pengusaha “Kami masih menggunakan pembayaran *cash*, walupun memang semua *outlet* kami memakai pembayaran digital juga”

Pada uraian penjelasan tersebut, terdapat maksud dari akad yang dilakukan oleh pelanggan yaitu mereka melakukan jual beli secara tradisional dengan sistem pembayaran yang masih dipakai yaitu *cash*, karen hal itu masih dirasa lebih aman, lebih interaktif oleh pelanggan, dan kebanyakan pelanggan masih nyaman melakukan transaksi pembelian dengan sistem itu.

b. Metode Akad yang Digunakan

Akad atau perjanjian atas transaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, pada dasarnya itu merupakan bentuk pernyataan kesanggupan dari pihak pembeli dan kerelaan dari pihak penjual. Para fuqahah berpendapat bahwa akad “Perikatan antara *ijab* dan *qabul* dengan cara yang dibenarkan oleh syara’ yang menetapkan keridhaan antara dua belah pihak (penjual dan pembeli).

Akad (kontrak) atau perjanjian yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, dengan tujuan untuk mengikat kewajiban dan hak diantara keduanya secara hukum yang sesuai dengan syariat islam. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perkembangan zaman teknis melakukan jual beli juga kian berkembang, sebut saja jual beli *online* misalnya, sehingga metode melakukan akad diperlukan yang sesuai dengan teknis perdagangan modern. Melakukan *ijab* dan *qabul* dengan mengucapkan dalam akad merupakan salah satu metode yang dapat digunakan oleh pihak yang mengadakan perjanjian, selain mengucapkan ada juga cara atau metode lain yang digunakan untuk melakukan perjanjian tersebut, adapun metode seperti yang dibahas dalam penelitian yang dilakukan oleh (Satrio, Sukirno, & Prabandari, 2020). Metode akad tersebut sebagai berikut:

1. Ucapan

Melakukan akad dengan cara mengucapkan penyerahan kewajiban dan penerimaan hak merupakan cara utama, karena dengan hal itu kedua orang yang melakukan akad dapat langsung memahami makna dari ucapan yang dikatakan diantara mereka. Metode ini biasanya dilakukan oleh penjual dan pembeli yang mengadakan transaksi di tempat yang sama dalam waktu yang sama pula, artinya mereka saling bertemu.

Untuk metode akad ini TBK (Bakso Pajero) Group dapat ditemukan ketika pelanggan melakukan pemesanan tambahan

menu secara manual, mereka cukup menyebutkan menu apa yang dipilih kemudian pihak pramuniaga atau kasir akan melakukan pencatatan atas pesanan tersebut.

2. Tulisan

Metode akad dengan tulisan bisa dilakukan oleh orang yang tidak bisa melakukan akad dengan cara mengucap, hal ini bisa disebabkan oleh beberapa hal, seperti berada di tempat yang berbeda dalam waktu yang sama (transaksi *online*), orang yang memiliki perbedaan bahasa, orang tunawicara, atau orang yang melakukan akad perjanjian untuk proyek yang besar yang memerlukan pengesahan diatas tulisan (surat kontrak perjanjian).

Pada praktik jual beli yang dilakukan oleh TBK (Bakso Pajero) Group, baik secara digital maupun manual mereka menggunakan metode akad ini. Pada kondisi manual, hal itu terlihat ketika pelanggan pertama kali datang akan disambut oleh pramuniaga atau *Customer service* dengan memberikan daftar menu, kertas orderan dan alat tulis. Untuk pemesanan secara digital hal itu sudah tertera dalam aplikasi yang telah bekerjasama dengan TBK (Bakso Pajero) Group sehingga mereka cukup memilih tulisan tersebut.

3. Isyarat

Metode akad yang ini dapat digunakan oleh orang-orang yang melakukan perjanjian tetapi tidak dapat melakukan dengan cara ucapan atau tulisan, seperti tuna wicara atau untuk orang yang buta aksara.

Untuk penerapan metode akad yang ini TBK (Bakso Pajero) Group menerapkan juga pada sistem pemesana dan pembayaran secara digital, dimana segala bentuk pilihan sudah dicantumkan di sana, sehingga pelanggan cukup menggerakkan

jarinya untuk menekang pilihan yang sudah di sediakan oleh aplikasi terkait. *Wallahu 'Alam.*

c. Jual Beli yang dilarang dalam Islam

Islam merupakan agama yang sempurna, lengkap dan detail dalam mengatur dan menetapkan segala urusan penganutnya, islam tidak hanya mengatur urusan manusia dengan tuhan-Nya (*hablu minallah*) akan tetapi juga mengatur urusan manusia dengan manusia lainnya (*hablu minan nāās*). Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba seperti yang terdapat dalam surat Al-Baqarah, ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan jurusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya” (QS. Al-Baqarah: 275).

Jual beli yang merupakan proses pertukaran barang dengan barang atau barang dengan uang. Sebagai suatu aktivitas yang melibatkan dua orang atau lebih untuk menyatakan keinginan dan keraguan yang disertai dengan kesanggupan tanggungan atas objek

yang diperjualbelikan. Berdasarkan dalil di atas terdapat makna etika jual beli, dalam hal berniaga ada beberapa jual beli yang dilarang oleh Allah ﷻ adapun jual beli yang dilarang tersebut sebagai berikut:

1. Jual beli diatas yang lainnya.

Ialah jual beli ini dilarang oleh Allah ﷻ yang dilakukan diatas penawaran yang sedang terjadi pada orang lain. Jual beli ini dilarang karena khawatir akan menimbulkan konflik dan distorsi harga dalam jual beli (Hendrianto & Ridwan, 2021).

Rasulullah ﷺ bersabda:

لَا يَبِيعُ الرَّجُلُ عَلَى أَخِيهِ وَلَا يَخْطُبُ عَلَى خِطْبَةِ أَخِيهِ إِلَّا أَنْ يُأْذَنَ لَهُ

Artinya: “janganlah Seseorang menjual diatas saudaranya. Janganlah pula seseorang melamar diatas khitbah saudaranya kecuali ia mendapatkan ijin akan hal itu” (H.R: Muslim :1412).

Jual beli ini dilarang karena dikhawatirkan akan menimbulkan perselisihan antara kedua pembeli dan menimbulkan kebencian di antara pembeli dan penjual, selain itu akan ada ketidak jujuran dalam menentukan harga oleh penjual karena akan lebih cenderung untuk memilih harga tertinggi yang ditawarkan oleh salah satu pembeli, oleh karena itu sebagai umat muslim yang taat berusaha untuk menjauhi perbuatan tersebut.

2. Jual Beli *Ihtikar*.

Ihtikar atau *hakara* yang berarti (*zulum*) atau yang berarti menganiaya. Kata *Ihtikara*, *yahtakiru*, *ihtikar* kata yang merujuk pada penimbunan barang dagangan untuk menunggu harga melonjak tinggi. Jadi *ihtikar* sebagai bentuk penimbunan barang dagangan yang beredar di masyarakat sehingga menjadi langka dan harganya melonjak naik dan mereka akan memperoleh

keuntungan yang berlipat, jual beli ini sering juga disebut dengan monopoli (Nuraini, 2019). Dasar hukum yang pelarangan *ihtikar*, sebagaimana Allah ﷻ berfirman dalam surat Al-Hajj ayat 25:

وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِالْحَادِ بِظُلْمٍ ۖ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ

Artinya: “...dan siapa yang bermaksud di dalamnya melakukan kejahatan secara zalim, niscaya akan Kami rasakan kepadanya sebahagian siksa yang pedih.

عن أبي هريرة ، قال : مَنْ احْتَكَرَ حِكْرَةً يُرِيدُ أَنْ يُعْلِيَهَا عَلَى الْمُسْلِمِينَ فَهُوَ خَاطِئٌ

Artinya: “Siapa menimbun barang dengan tujuan agar bisa lebih mahal jika dijual kepada umat Islam, maka dia telah berbuat salah” (HR. Abu Hurairah).

3. Jual Beli dengan Menipu.

Menipu dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), kata “menipu” memiliki arti: mengenakan muslihat tipu muslihat, mengakali, dan memperdayakan. Dalam *Cambridge Dictionary* kata tipuan atau menipu sendiri memiliki arti *Hoax* atau lelucon. Segala kegiatan menipu, rencana menipu, trik menipu dan aksi menipu disebut dengan *Hoax*, seperti yang dibahas oleh (Zikri, 2019), perbuatan tersebut merupakan perbuatan mendzalimi, karena akan ada salah satu pihak yang dirugikan atas perbuatan tersebut.

Sebagai salah satu perbuatan buruk yang harus di jauhi oleh seluruh umat manusia, bukan hanya umat muslim akan tetapi seluruh umat manusia yang ada di muka bumi ini. Perbuatan menipu atau mengelabui sangat besar dampaknya terhadap sesama, perbuatan tersebut dapat menimbulkan hilangnya kepercayaan, menimbulkan rasa benci sehingga dapat menimbulkan konflik. Pada aktivitas jual beli islam sangat

melarang perbuatan tersebut, karena bisa merusak hubungan antar sesama dan memperkeruh kehidupan sosial.

Di era modern yang marak dengan aktivitas jual beli *online* dan *dropshipping* hal tersebut sangat rentan terhadap terjadinya aktivitas penipuan dalam jual beli, meskipun peluang terjadinya aksi penipuan dalam jual beli bukan hanya terjadi pada aktivitas jual beli *online* saja. Perbuatan itu sudah ada bahkan jauh sebelum teknologi ada. Sebagaimana seperti yang digambarkan dalam hadits Rasulullah ﷺ:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- مَرَّ عَلَى صُبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَتَأَلَّتْ أَصَابِعُهُ بَلَاءً فَقَالَ « مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ ». قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ. قَالَ « أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

Artinya: “Rasulullah ﷺ pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka beliau bertanya “Apa ini wahai pemilik makanan?”. Sang pemilik makanan menjawab “makanan tersebut terkena air hujan wahai rasulullah”. Beliau bersabda “Mengapa engkau tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah barang siapa yang menipu maka dia bukan golongan kami” (H.R.Muslim: 102).

Berdasarkan penjelasan hadits di atas, kasus jual beli dengan menipu ini memang sudah ada sejak dahulu kala, sejak Nabi pun sudah ada gambaran terkait dengan penipuan dalam jual beli. Di era modern juga kian banyak terjadinya kasus penipuan dalam jual beli apalagi yang terjadi pada aktivitas jual beli *online*, modus mereka dalam melakukan aksi penipuan, seperti; penipuan terkait deskripsi barang, modus barang yang dikirim tidak sesuai pesanan pembeli, penipuan dengan pura-pura menjadi penjual,

dan masih banyak lagi modus yang dipakai oleh oknum yang menipu dalam jual beli tersebut.

7. Upaya Peningkatan Penjualan UMKM TBK (Bakso Pajero) Group Perspektif Ekonomi Islam.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh TBK (Bakso Pajero) Group dalam meningkatkan penjualana mereka dengan menggunakan sistem pembayaran digital, yaitu memanfaatkan promo atau diskon yang diberikan oleh pihak provider (penerbit) uang elektronik, seperti yang dijelaskan oleh salah satu petinggi pihak terkait “tingkatkan pada *weekend* dan kami berusaha setidaknya dalam sebulan penjualan kami tidak kurang dari 100 juta, selain itu kami menggunakan promo atau event dari pihak *provider*”. Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2007 tentang Uanga Elektronik Syari’ah bahwa akad antara penerbit dan pemegang adalah akad *Wadhi’ah* atau akad *Qardh*. Akad *wadhi’ah* merupakan akad titipan, dimana penitip menitipkan barang atau modal kepada pemegang titipan sedangkan penerima titipan tidak boleh menggunakan objek titipan tersebut. Sedangkan akad *Qardh* merupakan akad pinjaman yang diberikan oleh pemberi modal kepada penerima dan penerima berhak menggunakan modal tersebut.

Pada mekanisme akad antara pemegang dan penerbit uang elektronik, akad *Wadhi’ah* dapat dibatalkan karena sifatnya yang tidak *lazim* (tidak mengikat) kedua belah pihak, karena kedua belah pihak sama-sama memiliki hak *fasakh* dan *ruju’* (menarik kembali). Pada fatwa DSN MUI tentang uang elektronik ada ketentuan khusus, yaitu jika kartu yang digunakan sebagai media uang elektronik hilang maka nominal di pemegang tidak boleh berkurang, ketentuan tersebut menunjukkan bahwa pihak penerbit memiliki tanggungjawab penuh atas objek yang dititipkan serta ada kewajiban pemegang titipan untuk menjamin. Oleh karen itu posisi penerbit jatuhnya sebagai penjamin,

sehingga pada praktiknya konsep tersebut tidak memenuhi akad *wadhi'ah* secara sempurna.

Dalam sebuah hadits, pemegang titipan tidak memiliki kewajiban untuk mengganti sesuatu yang hilang diluar kehendaknya, sabda Rasulullah ﷺ:

لَيْسَ عَلَى الْمُسْتَعِ ي عَيْ الْمَغْلِ ضَمَانٌ وَلَا عَلَى الْمُسْتِ وَدَعَا عَيْ الْمَغْلِ ضَمَانٌ

Artinya: “Tidak ada ganti rugi bagi orang yang meminjam yang tidak menyeleweng dan tidak ada ganti rugi bagi orang yang dititipi yang tidak melakukan penyelewengan” (HR. Ad-Daruquthni dan Baihaqi).

Bila dilihat dari mekanisme pemberian promo dari pihak provider yaitu diberikan kepada pelanggan yang melakukan pembayaran melalui aplikasi tertentu dengan catatan mereka harus melakukan *topup* terlebih dahulu dengan nominal tertentu dan promo yang diberikan tidak lama, misalnya pada OVO point hanya 18 bulan sejak diterbitkan, sehingga promo tersebut jika dikaitkan dengan *jua'alah* tidak terpenuhi syaratnya. Namun bila dicermati lebih dalam pemberian promo tersebut lebih condong ke arah manfaat atas pemberian hutang (*qardh*), karena pada mekanisme provider yang notabene dikatakan sebagai pemegang titipan ternyata pada praktiknya mereka berposisi sebagai penjamin dan memanfaatkan modal atau barang tersebut untuk dikelola, sehingga akadnya berubah dan condong ke akad pinjaman (*qardh*), hal tersebut serupa dengan pembahasan yang dilakukan oleh (Aryani, Annisa Rifka, 2019).

Oleh karena itu, pemberian promo kepada pelanggan tersebut dianggap sebagai tambahan manfaat atas pinjaman yang diberikan kepada pihak penerbit. Dalam kaidah fikih dikatakan bahwa:

كُلُّ قَرْضٍ جَرَّ مَنَفَعَةً فَهُوَ رِبًا

Artinya: “Setiap pinjam yang terdapat manfaat atasnya makan hal itu riba”

Berdasarkan pemaparan penjelasan di atas, maka upaya yang dilakukan oleh TBK (Bakso Pajero) Group, dalam pandangan islam kurang tepat karena mereka memanfaatkan promo yang diberikan oleh pihak provider sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan, dimana promo tersebut dianggap tambahan manfaat atas pinjaman yang berarti riba yang dilarang dalam islam. Bila dilihat posisi pengusaha sebagai pihak ketiga antara penerbit dan pemegang, maka posisinya sebagai pendukung yaitu tempat pemegang melakukan transaksi penukaran promo, selain itu posisi pengusaha juga bisa masuk dalam kategori pencatat karena melalui transaksi mereka aktivitas menggunakan hal yang riba terjadi. Hal itu sesuai dengan hadits Nabi ﷺ.

لَعْنُ آكِلِ الرِّبَا وَمُؤَكِّلِهِ وَشَاهِدِيهِ وَكَاتِبِهِ

Artinya: “Allah SWT melaknat pemakan riba, pemberi riba, dua orang saksi dan penulisnya” (HR. Ibn Majah dari jalur Sahabat ‘Abdullah Bin Mas’ud, dalam kitab As-sunan Bab 3 Halaman 381). *Wallahu ‘Alam Bi Shawaf.*

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berangkat dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mekanisme sistem pembayaran digital pada UMKM TBK (Bakso Pajero) Group diadopsi dengan tujuan kemudahan transaksi pembayaran dibandingkan sistem pembayaran secara manual, kemudahan transaksi digital lebih fleksibel. Jenis pembayaran digital yang digunakan pada TBK (Bakso Pajero) Group yaitu, menggunakan EDC (*Entry Data Capture*), *M-Banking*, dan dompet digital; OVO, GoPay, Shopee Pay, DANA. Mekanisme pembayaran digital, baik EDC, *M-Banking* maupun dompet digital secara sistem kerjanya melalui transfer. Metode transfer yang digunakan melalui scan kartu kredit atau debit, scan QR code (OVO, GoPay, Shopee Pay, *M-Banking*).
2. Sistem pembayaran digital digunakan untuk mencapai target penjualan ketika masa pandemi Covid-19. Sehingga alasan utama digunakan sistem pembayaran digital karena situasi pandemi, di mana pada situasi tersebut UMKM terancam bangkrut. Namun dapat teratasi dengan adanya sistem pembayaran digital. Walaupun demikian, target penjualan itu secara persentase tidak terlalu signifikan. Hal itu dilihat dari target harian, mingguan dan bulanan pada TBK (Bakso Pajero) Group. Ketika masa pandemi agak longgar pada tahun 2021, di capai target penjualan meningkat bahkan melebihi dari target yang ditentukan. Berdasarkan penuturan dari pihak TBK (Bakso Pajero) Group tersebut pencapaian penjualan dilihat dari indikator pertumbuhan, volume penjualan, dan laba. Walaupun secara persentase nominal tidak dapat dirincikan oleh pihak TBK (Bakso Pajero) Group, dan upaya peningkatan penjualan TBK (Bakso Pajero) Group

menfaatkan promo dari *provider*, promo tersebut dianggap tambahan atas pinjaman dan itu riba.

B. Saran

Berdasarkan isi keseluruhan dari penelitian ini, penulis menyadari banyaknya kekurangan dari segi teknis dan substansi. Sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan dari berbagai pihak, baik akademik maupun masyarakat secara umum.

Adapun saran penulis untuk penelitian selanjutnya, perlu dilakukan penelitian lanjutan terkait dengan presentase *real* pencapaian volume penjualan secara rinci.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2018). SISTEM INFORMASI MANAJEMEN MENURUT PRESPEKTIF. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 63-70.
- Ahmad, R. F., & Hasti, N. (2020). SISTEM INFORMASI PENJUALAN SANDAL BERBASIS WEB . *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 67-72.
- Armedi, D. (2018). SURAT-SURAT BERHARGA DI DALAM KUHD DAN DI LUAR KUHD SERTA MANFAATNYA TERHADAP PEMBAYARAN. *Lex Privatum*, 162-172.
- Aryadi. (2018). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, 14-26.
- Azqia, H. (2022). Jual Beli dalam Perspektif Islam. *Ar-Rasyd*, 63-77.
- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 120-127.
- Dachliyani, L. (2019). INSTRUMEN YANG SAHIF : Sebagai Alat Ukur Keberhasilan Suatu Evaluasi Program Diklat (evaluasi pembelajaran). *MADIKA*, 57-64.
- Fajar, M., & Larasti, C. W. (2021). Peran Financial Technology (Fintech) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *HUMANS*, 702-215.
- Febriyanti, H. (2019). Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai Dalam Era Digital Terhadap Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *FRIMA: Festival Riset Ilmiah Manajemen & Akuntansi* (pp. 306-313). Sumatera Utara: FRIMA.
- Febriyanti, H. (2019). Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai Dalam Era Digital Terhadap Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *FRIMA: Festival Reset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi* (pp. 306-313). Sumatera Utara: FRIMA.
- Fitriani Latief, D. d. (2021). Determinan Minan Penggunaan E-Wallet ShopeePay. *JIMEA: Jurna Ilmian Manajemen dan Akuntansi*, 157-166.
- Fitriyani, P. K. (2021). Perspektif Ulama Banjarmasin mengenai Penggunaan Dompot Digital, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah. *ePRINT Uniska*.
- Fujianti, L. d. (2019). Peningkatan Keterampilan Akuntansi Berbasis teknologi Informasi Bagi UMKM Batik Cirebon. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 21-27.

- Hapsoro, B. B., Palupiningdyah, & Slamet, A. (2019). Peran Digital Marketing sebagai Upaya Peningkatan Omset Penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *ABDIMAS*, 117-120.
- Harumy, H. F., Sitorus, J., & Lubis, M. (2018). SISTEM INFORMASI ABSENSI PADA PT. COSPAR SENTOSA JAYA. *JURNAL TEKNIK DAN INFORMATIKA*, 63-70.
- Haryati, D. S. (2021). Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19. *BIEJ: Business Innovation & Entrepreneurship journal*, 33-39.
- Hasoloan, Aswand. (2018). Peranan Etika Bisnis dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta*.
- Hasti, F. A. (2018). Sistem penjualan Sandal Berbasis Web. *JATI: Jurnal Teknologi dan Informatika*, 67-72.
- Hastriani, A. Z. (2018). Pandangan Kiyai Madura terhadap Pembayaran No Tunai. *Anil islam*, 88-115.
- Herwiyanti, D. P. (2018). Transaksi Jual Beli Online dalam Perspektif Syariah Madzhab Asy-Syafi'i. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*.
- Khoiruzzadi, M., Barokah, M., & Kamila, A. (2020). Upaya Guru Dalam Memaksimalkan Perkembangan Kognitif, Sosial dan Motorik Anak Usia Dini. *JECED: Journal of Early Childhood and Defelopment*, 40-51.
- Krisna, I. (2020). Analisis fungsi pembayaran digital saat masa pandemi COVID-19 di Indonesia. *ACADEMIA*, 1-15.
- Mahzura, T. S. (2020). Pemanfaatan e-commerce dalam peningkatan penjualan pada burger sei putih kota medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 66-80.
- Muheramtohad, S. (2018). Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 65-77.
- Musthofa, M. A., Kurniat, R. R., & Hardianti, R. N. (2020). PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP SISTEM PEMBAYARAN UANG DIGITAL. *JIAGABI*, 175-184.
- Nuha, U., Nurul, M. Q., & Maulana, R. A. (2020). Perlukah E-Wallet Berbasis Syariah??. *MALIA: Journal Of Islamic Banking and Finance*, 59-68.

- Pardede, A. R. (2019). Legalitas Pembayaran menggunakan Uangan Elektronik Asing WechatPay DI Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 209-222.
- Perkasa, D. A. (2018). Keamanan transaksi menggunakan uang elektronik (e-money). *Airlangga University*, 1-6.
- Pitaloka, G. R. (2020). Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) bertahan pada Kondisi Covid-19 di Indonesia. *SENTRINOV*, 139-146.
- Puspita, Y. F. (2020). Selamat Tinggal Revolusi Industri 4.0, Selamat Datang Revolusi Industri 5.0. *Jurnal Univpgri*, 122-130.
- Putri, R. K., Sari, R. I., Wahyuningsih, R., Meikhati, E., Aji, A. W., & dkk. (2021). Efek Pandemi Covid-19: Dampak Lonjakan Angka PHK terhadap Perekonomian Indonesia. *jurnal Bismak*, 71-76.
- Rasdianto, F. Y. (2020, Maret 18). *Dompot digital kejar untung, konsumen yang buntung*. Retrieved from Alinea.id: <https://www.alinea.id/bisnis/dompot-digital-kejar-untung-konsumen-yang-buntung-b1ZJL9s3L>
- Riyanto, B. (2019). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genteng Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 49-54.
- Safira, D., & Fatriansyah, A. A. (2020). Bisnis Jual Beli Online dalam Perspektif Islam. *Al-Yasini*, 57-68.
- Santoso, R. P. (2019). Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi 4.0. *Jurnal mrdia Teknik dan Sistem Industri*, 37-42.
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan penjualan di era digital. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION*., 291-300.
- Siddiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode penelitian Kualittaif Di Bidang Pendidikan. In U. Siddiq, *Metode penelitian Kualittaif Di Bidang Pendidikan* (pp. 1-228). Ponorogo: CV: Nata Karya.
- Sihaloho, J. E., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 287-297.

- Sugiarti, E. N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). PERAN FINTECH DALAM MENINGKATKAN LITERASI KEUANGAN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI MALANG. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 90-104.
- Tarantang, j., Kurniawan, R., & Firdaus, G. M. (2020). Electronic Money sebagai Alata Transaksi dalam Perspektif Islam. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1-21.
- Tarantang, t. A., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi 4.0 di Indonesia. *Jurnal Al-Qard: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, 60-75.
- Usman, R. (2018). Karakteristik Uang elektronik dalam Sistem Pembayaran. *YURIDIKA: Fakultas Hukum Universitas Airlangga*, 134-166.
- Vernia, D. M. (2018). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Onlline Bagi Ibu Rumaha Tangga untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 105-118.
- Wardani, A. S. (2020, agustus 26). *Layanan Pembayaran ShopeePay Resmi Dirilis, Jangkau 500 Kota-Kabupaten di Indonesia*. Retrieved from Liputan 6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/4339826/layanan-pembayaran-shopeepay-resmi-dirilis-jangkau-500-kota-kabupaten-di-indonesia>
- Wardani, P. Y., & Darmawan, N. A. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 170-175.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 54-63.
- Wijaya, G. (2018). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada PT. PLN (Persero) Area Padang Rayon Belanti. *e-Skripsi Univ Andalas*.
- Yunus, M., Hamdani, F. R., & Shofia, K. G. (2018). TINJAUAN FIKIH MUAMALAH TERHADAP AKAD JUAL BELI DALAM. *Academia*, 134-146.
- Zikwan, M. (2021). Antara Agama dan Bisnsi, Bisnis Dlama Pandangan Islam. *Al-Idarah : Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 123-132.

LAMPIRAN

Draft Pertanyaan Interview

Bakso Pajero

- A. Bagaimana implementasi sistem pembayaran digital pada UMKM.
1. Apa yang anda ketahui tentang sistem pembayaran digital?
Jawaban: Sistem pembayaran digital, sama dengan pembayaran non-tunai seperti menggunakan mesin EDC (*entry data capture*), aplikasi OVO, GoPay, ShopeePay dan menggunakan QRIS
 2. Sejak kapan anda mulai menggunakan sistem pembayaran digital pada bisnis anda? Dan kenapa memilih saat itu?
Jawaban: tiga tahun terakhir, sejak pandemi itu kami banyak menggunakan pembayar non tunai.
 3. Apakah bisnis anda sudah sepenuhnya menggunakan sistem pembayaran digital atau hanya sebagai alternatif saja?
Jawaban: kami masih menggunakan pembayaran *cash*, walupun memang semua outlet kami memakai pembayaran digital juga.
 4. Jenis sistem pembayaran digital apa saja yang digunakan?
Jawaban: kami sudah gabung hampir semua yang menawarkan pembayaran digital, terutama yang bekerjasama dengan pihak jasa transportasi online, seperti GoPay, Shopeepay, dan OVO.
 5. Dari beberapa metode sistem pembayaran digital yang sudah digunakan pada bisnis anda, metode mana yang lebih banyak digunakan?
Jawaban: metode no-tunai terbanyak yang kami gunakan pertama kami merekomendasikan *QR Code*, karena lebih cepat dari metode pembayaran non tunai lainnya, kemudian kami juga memakai metode pembayaran menggunakan mesin EDC karena memang kebetulan pelanggan kami kebanyakan datang bersama keluarga mereka
 6. Apa kelebihan dan kekurangan adanya sistem pembayaran yang anda temukan atau rasakan pada penerapannya dalam perusahaan anda?

Jawaban: kelebihan dari sistem pembayaran digital itu, praktis, simpel, mudah karena tidak perlu repot-repot bawa uang *cash* banyak. Kelemahannya mungkin tidak bisa dilihat secara langsung omset yang masuk.

7. Apakah anda merekomendasikan customer membayar secara digital atau *cash*?

Jawaban: tentu kami merekomendasikan pembayaran nontunai karena uang yang dibayarkan pas dan kami tidak perlu menyiapkan kembalian.

8. Apa metode pembayaran yang di prioritaskan ketika banyak antrean konsumen dalam transaksi pembayaran (*cash*, metode QRIS, atau EDC)?

Jawaban: tentu kami prioritaskan QRIS karena cukup di scan dan tinggal bayar.

- B. Bagaimana tingkat penjualan UMKM dengan adanya penerapan sistem pembayaran digital tersebut?

1. Indikator Tercapainya Volume Penjualan Produk

- a. Berapa target penjualan harian usaha anda sebelum menerapkan sistem pembayaran digital?

Jawaban: Kami memiliki target penjualan Harian sekitar 5.000.000 (lima juta), dan pada akhir pekan sekitar 20.000.000an (Dua Puluh Jutaan), sehingga kami memiliki target penjualan dalam seminggu itu sekitar 80.000.000 (Delapan puluh juta).

- b. Apakah sebelum menerapkan sistem pembayaran digital target penjualan usaha anda tercapai?

Jawaban: target kami selalu tercapai sebelum pandemi, dan terkadang saat pandemi tercapai jika aturan *lock dawn* sedikit kendor.

- c. Selama beroperasi usaha anda berapa total produk yang dimiliki dan produk apa yang paling digemari?

Jawaban: 50an produk, dan akan ada lagi produk yang mau di *launching*

d. Berapa target penjualan harian usaha anda setelah menerapkan sistem pembayaran digital?

Jawaban: selama kami mulai pake pembayaran digital itu kan awal pandemi. Kami tidak mempunyai target tetap, tapi kami berusaha setidaknya dalam sebulan penjualan kami tidak kurang dari 100 juta.

e. Apakah setelah menerapkan sistem pembayaran digital usaha anda mencapai target tersebut?

Jawaban: kadang tercapai, kadang tidak karena memang keadaan lagi begini sehingga nilai beli berkurang.

f. Jika tidak, apa upaya lain yang anda lakukan pada usaha anda?

Jawaban: ada pastinya, kami berusaha berikan promo, dan sebagainya.

2. Indikator Mendapatkan laba

a. Berapa persentasi tercapainya laba bersih usaha anda sebelum menerapkan sistem pembayaran digital?

Jawaban: sebelumnya kami mendapat laba bersih sekitar 25-27% dari total omset yang masuk.

b. Berapa persentasi tercapainya laba bersih usaha anda setelah menerapkan sistem pembayaran digital?

Jawaban: sepertinya menurun, karena keadaan pandemi, berkisar 17-23%.

Pengetahuan Pelaku usaha tentang sistem pembayaran digital.

1. Sistem pembayaran digital adalah pembayaran non-tunai atau tanpa cash, apa yang anda ketahui tentang tujuan adanya sistem pembayaran ini?

Jawaban: tujuan dari adanya sistem pembayaran non-tunai ini menurut saya, pertama memudahkan baik itu untuk pelanggan maupun pengusaha. Untuk pelanggan tidak perlu membawa uang *cash* dalam jumlah banyak, sedangkan pengusaha tidak perlu menyiapkan pengembalian dan memudahkan dalam pencatatan

2. Selain untuk menerima pembayaran dari pelanggan, adakah fungsi lain yang anda gunakan dari sistem pembayaran ini?

Jawaban: selain menerima pembayaran kami gunakan untuk monitoring keuang atau omset yang masuk, karena akan langsung terlihat dari pencatatan transaksi.

3. Secara legalitas, apa yang anda ketahui tentang aturan yang ada dalam sistem pembayaran digital?

Jawaba: secara tepatnya saya belum tahu terkait aturan yang ada dalam sistem ini, hanya sedikit yang saya ketahui adalah sistem pembayaran ini dipakai sudah di sahkan oleh ulama maupun undang-undang

4. Resiko kemungkinan terjadinya *cyber crime* (akses ilegal), apa langkah yang sudah anda siapkan untuk hal itu?

Jawaban: resiko akses ilegal kayaknya kecil sih, karena data dan keuangan akan dipegang terlebih dahulu oleh pihak yang mengeluarkannya.

5. Apa resiko lain yang kemungkinan terjadi dalam sistem pembayaran ini menurut anda?

Jawaban: selama ini, alhamdulillah belum ada sih.

Tentang Jual beli.

1. Apa saja jual beli yang anda ketahui, yang dilarang dalam islam?

Jawaban: secara nama atau akad saya tidak terlalu mengerti, tapi yang jelas tidak boleh sesuatu yang haram atau menipu.

2. Apa saja hal-hal yang dilarang atau tidak sesuai dengan etika berbisnis menurut anda?

Jawaban: ya itu tadi, tidak boleh menipu, jangan sampai merugikan orang lain atau pelanggan.

3. Sistem jual beli online, memberikan peluang dan ruang untuk oknum tertentu berbuat jahat seperti menipu, menurut anda apa langkah yang tepat untuk mengurangi peluang oknum tersebut?

Jawaban: saya rasa sih pembeli harus hati-hati dalam jual beli *online*, perhatikan baik-baik toko atau tempat ia membeli.

Target dan pencapaian penjualan.

1. Selama anda menggunakan sistem pembayaran digital, apakah anda pernah menggunakan biaya tambahan (Hutang) untuk permodalan usaha?

Jawaban: Alhamdulillahnya belum pernah, karena memang kebetulan kami sangat menghindari adanya tambahan biaya.



RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Dompu, 09 Oktober 1995, lahir sebagai anak terakhir dari lima bersaudara dari pasangan Ahmad Syahrir dan Siti. Ruhani. Sekarang bertempat tinggal di Jl. Lintas Lakey-Hu'u. Ncangga, Desa Hu'u, Kec. Hu'u. Kabupaten Dompu- Nusa Tenggara Barat. Alamat email: Irwanphutra09@gmail.com. Hp: 085233032668. Pendidikan terakhir sebelum menjalani perkuliaha di Universitas Islama Indonesia yaitu di SMA-IT (Islam Terpadu) Al-Kautsar Ranggo dan lulus pada tahun 2014. Selang setahun, tepatnya pada 2015 penulis diterima di Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Selama mengikuti perkuliahan di Universitas Islam Indonesia, penulis pernah enjadi bagian dari tim Marketing and Communication (Marcomm) Fakultas Ilmu Ilmu Agama Islam. Untuk kegiatan diluar kampus penulis menjadi bagian dari Hubungan Masyarakat (Humas) dan pengurus PP/PA Tauhiddul Ummah sejak tahun 2014-sekarang.