



Pengaruh Literasi Keuangan dan Sosialisasi Terhadap Penggunaan QRIS Pada Pelaku Kegiatan UMKM Halal

Nabila Dwi Cahya¹, Diva Sekawan Lia Putri², Rahma Fadillah³, Ardilla Oktaviani Br. Ginting⁴,

Alyanda Firzanni⁵, Azra Zafira Fakhri⁶

Department of sharia business management, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 2 Februari 2024

Revised: 16 Februari 2024

Accepted: 3 April 2024

Keywords: Literasi Keuangan, Sosialisasi, Penggunaan QRIS, Pelaku UMKM Halal

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan sosialisasi terhadap penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM halal. Transformasi digital telah mendorong perubahan sistem pembayaran dari tunai menjadi nontunai, di mana Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) hadir sebagai solusi pembayaran digital yang efisien dan inklusif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap 32 pelaku UMKM halal di sekitar Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, korelasi Pearson, dan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik literasi keuangan maupun sosialisasi memberikan pengaruh terhadap penggunaan QRIS, meskipun secara parsial keduanya tidak signifikan secara statistik. Kendala utama yang dihadapi UMKM adalah kurangnya pemahaman dan akses terhadap teknologi digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dan sosialisasi yang adaptif perlu menjadi prioritas dalam mendorong digitalisasi UMKM halal. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pembuat kebijakan dan lembaga keuangan untuk memperluas inklusi keuangan berbasis digital, terutama bagi sektor usaha kecil yang mendukung ekonomi halal.

This study aims to analyze the influence of financial literacy and socialization on the use of QRIS among halal MSME actors. Digital transformation has shifted payment systems from cash to cashless, with the Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) emerging as an efficient and inclusive digital payment solution. A descriptive quantitative approach was employed, involving 32 purposively selected halal MSME actors near the Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Data were collected using a closed-ended questionnaire and analyzed through validity and reliability tests, Pearson correlation, and multiple linear regression. The results indicate that both financial literacy and socialization affect the use of QRIS, although neither shows a statistically significant partial effect. The main barrier faced by MSMEs is a lack of understanding and limited access to digital technology. Thus, improving financial literacy and adaptive socialization strategies should be prioritized to support the digitalization of halal MSMEs. This study provides relevant implications for policymakers and financial institutions in expanding digital-based financial inclusion, particularly for the small business sector supporting the halal economy.

This is an open-access article under the [CC BY-NC](#) license.



Corresponding Author:

Nabila Dwi Cahya

Department of sharia business management, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Jl. Kapten Muchtar Basri No 3, Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara. 20238

Email: cahyanadw21@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dewasa ini telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sistem transaksi keuangan.(Mustagfiroh & Supriyadi, 2024).Kemajuan tersebut mendorong masyarakat untuk beralih dari penggunaan uang tunai menuju sistem pembayaran nontunai atau *cashless*. Pergeseran ini didukung oleh munculnya berbagai inovasi teknologi finansial, salah satunya adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang dikembangkan oleh Bank Indonesia guna mendukung ekosistem pembayaran digital yang inklusif dan efisien.(Pratiwi et al., 2024)

QRIS merupakan sistem pembayaran berbasis kode QR yang diintegrasikan secara nasional dan memungkinkan masyarakat untuk melakukan pembayaran dengan satu kode universal, tanpa bergantung pada aplikasi tertentu. Kehadiran QRIS diharapkan mampu menyederhanakan proses transaksi serta memperluas akses keuangan digital, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Sejak diberlakukan pada 17 Agustus 2019.(Alifia et al., 2024).Pemerintah terus mendorong adopsi QRIS melalui edukasi dan sosialisasi yang masif kepada masyarakat, khususnya sektor informal dan UMKM. (R. I. Lestari et al., 2021)

UMKM di Indonesia memegang peranan strategis dalam mendukung perekonomian nasional. Data menunjukkan bahwa sekitar 99% dari total unit usaha di Indonesia merupakan UMKM yang mampu menyerap lebih dari 80% tenaga kerja dan menyumbang lebih dari 57% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun demikian, tidak semua pelaku UMKM memiliki kesiapan dalam menghadapi tantangan digitalisasi. Keterbatasan dalam hal pemahaman teknologi, literasi keuangan, dan minimnya akses informasi menjadi hambatan yang cukup signifikan dalam proses adopsi teknologi keuangan digital, termasuk QRIS.(Yanto et al., 2024)

Salah satu isu krusial yang dihadapi pelaku UMKM adalah rendahnya tingkat literasi keuangan. Literasi keuangan merujuk pada kemampuan individu dalam memahami dan mengelola aspek-aspek keuangan, seperti perencanaan anggaran, pengelolaan arus kas, hingga pengambilan keputusan investasi. Rendahnya literasi keuangan berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan keuangan usaha dan pemanfaatan teknologi finansial. Hal ini menyebabkan pelaku UMKM cenderung masih mengandalkan transaksi konvensional, meskipun secara teknis mereka memiliki akses terhadap layanan keuangan digital.(Natsir et al., 2023)

Selain literasi keuangan, faktor lain yang turut memengaruhi adalah intensitas dan kualitas sosialisasi mengenai penggunaan QRIS. Sosialisasi yang bersifat komprehensif dan berkelanjutan memiliki potensi besar dalam meningkatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap teknologi pembayaran digital. Namun, di banyak wilayah, sosialisasi yang dilakukan belum merata, cenderung bersifat formalitas, dan tidak menyesuaikan dengan karakteristik lokal pelaku usaha. Akibatnya, tingkat adopsi QRIS di kalangan UMKM masih tergolong rendah meskipun infrastrukturnya telah tersedia.(Amri et al., 2024)

Keterbatasan akses terhadap teknologi dan informasi juga menjadi tantangan utama, terutama bagi UMKM di wilayah pinggiran dan pedesaan. Akses internet yang tidak merata, kurangnya pelatihan teknis, serta minimnya perangkat digital menghambat optimalisasi implementasi sistem pembayaran digital.(Andhika, 2022) Kondisi ini memperlebar kesenjangan digital antara pelaku UMKM yang telah melek teknologi dan mereka yang belum mampu beradaptasi. Ketimpangan ini perlu diatasi melalui kebijakan afirmatif dan program pendampingan yang berkesinambungan. (Sari et al., 2023)

Dalam konteks UMKM halal, yang tengah tumbuh seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk halal, digitalisasi sistem pembayaran menjadi suatu keniscayaan. Sektor kuliner, sebagai bagian dari UMKM halal, memiliki prospek pertumbuhan yang menjanjikan karena selalu dibutuhkan oleh masyarakat lintas demografi. Namun, keterbatasan pemahaman terhadap sistem digital seperti QRIS dapat menghambat efisiensi dan ekspansi usaha mereka. Padahal, QRIS menawarkan berbagai kemudahan seperti pencatatan transaksi otomatis, kemudahan akses keuangan, dan peningkatan kredibilitas usaha.(Ibnu et al., 2021)

Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan sosialisasi terhadap penggunaan QRIS oleh pelaku UMKM halal menjadi sangat relevan untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kedua variabel tersebut memengaruhi tingkat adopsi QRIS di kalangan pelaku usaha mikro. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perumusan strategi peningkatan literasi digital dan efektivitas sosialisasi QRIS, guna mendukung

akselerasi transformasi keuangan digital di sektor UMKM halal secara lebih merata dan berkelanjutan. (Ibnu et al., 2021)

KAJIAN TEORI

Pengertian Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) merupakan inovasi dalam sistem pembayaran berbasis kode QR yang disusun secara terintegrasi oleh Bank Indonesia bersama industri sistem pembayaran. QRIS bertujuan untuk menyatukan berbagai format QR code dari berbagai penyedia jasa sistem pembayaran ke dalam satu standar nasional. (Alifia et al., 2024) Dengan penerapan QRIS, proses transaksi menjadi lebih cepat, efisien, dan aman, baik bagi konsumen maupun pelaku usaha. Selain itu, sistem ini memberikan keuntungan strategis seperti pencatatan transaksi secara otomatis, peningkatan citra modern bagi pelaku usaha, dan pengurangan risiko peredaran uang tunai yang rentan terhadap pemalsuan atau kehilangan. (Haryanti, 2024). Lebih dari sekadar teknologi pembayaran, QRIS mencerminkan perubahan struktural dalam sistem transaksi masyarakat modern. QRIS dinilai efektif sebagai instrumen inklusi keuangan karena kemampuannya menyederhanakan sistem pembayaran menjadi satu pintu akses. Pradesyah (Pradesyah & Ismail, 2024) menyebutkan bahwa penerapan QRIS dalam transaksi ekonomi mikro memperkuat arsitektur keuangan digital yang inklusif. QRIS memungkinkan pencatatan transaksi yang lebih sistematis, sehingga memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan akses pendanaan formal karena rekam jejak keuangannya terdokumentasi.

QRIS dikembangkan sebagai sistem pembayaran berbasis kode QR yang bertujuan menyatukan berbagai standar pembayaran ke dalam satu sistem nasional. Kemudahan ini tercermin pada indikator fungsional seperti kecepatan transaksi, efisiensi biaya, dan keamanan data. Pradesyah (Pradesyah et al., 2016) menyebut QRIS sebagai simbol reformasi transaksi mikro yang menyederhanakan konektivitas antara pelaku usaha dan konsumen. QRIS juga mempermudah pelacakan aktivitas usaha karena transaksi tercatat secara otomatis, sehingga mendorong keterlibatan UMKM dalam sistem keuangan formal.

Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Dalam perspektif ekonomi digital, QRIS hadir sebagai instrumen yang mendukung inklusi keuangan, terutama bagi UMKM yang sebelumnya belum tersentuh oleh layanan keuangan formal. Standarisasi pembayaran melalui QRIS mendorong keterbukaan akses terhadap layanan keuangan digital yang dapat meningkatkan efisiensi operasional bisnis. (Baihaqi, 2024) . Bagi pelaku UMKM, penggunaan QRIS memungkinkan pencatatan transaksi yang lebih teratur serta mempermudah proses akuntansi dan pelaporan keuangan. Dengan kata lain, QRIS tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, melainkan juga sebagai perangkat pendukung tata kelola keuangan usaha yang lebih akuntabel. (Chandra et al., 2024). UMKM memiliki karakteristik fleksibel namun rentan terhadap perubahan teknologi. Ismail ((A. H. Ismail et al., 2023) menyoroti bahwa digitalisasi UMKM tidak cukup hanya menyediakan teknologi, tetapi juga perlu memperhatikan kesiapan sumber daya manusianya. Dalam hal ini, pemberdayaan UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan kemudahan akses ke teknologi menjadi bagian penting dari strategi penguatan UMKM halal di Indonesia. Ketika UMKM terhubung dengan sistem keuangan digital seperti QRIS, maka potensi perluasan pasar dan efisiensi usaha menjadi lebih tinggi.

UMKM dikategorikan berdasarkan jumlah tenaga kerja, aset, dan omzet usaha. Sektor ini menjadi sasaran utama digitalisasi karena karakteristiknya yang fleksibel namun rentan. Ismail (A. Ismail & Pradesyah, 2020) menggarisbawahi bahwa indikator penting dalam penguatan UMKM adalah kemampuannya mengakses teknologi dan sumber daya digital. QRIS berperan sebagai jembatan antara keterbatasan UMKM dan transformasi digital, memungkinkan pelaku usaha mikro untuk masuk ke sistem pembayaran modern dengan biaya rendah dan operasional yang efisien.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan finansial secara bijak dan bertanggung jawab. Literasi ini mencakup pengetahuan tentang konsep keuangan dasar, keterampilan dalam menyusun anggaran, serta sikap dalam menghadapi risiko keuangan. Dalam konteks UMKM, literasi keuangan sangat berperan dalam menentukan kelangsungan usaha, khususnya dalam pengambilan keputusan investasi dan

pemanfaatan layanan keuangan digital. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih siap menerima dan menerapkan teknologi keuangan seperti QRIS dalam kegiatan bisnisnya. (Nia Monica Putri et al., 2023). Literasi keuangan tidak hanya terkait pemahaman konsep ekonomi dasar, tetapi juga mencakup kemampuan mengambil keputusan finansial yang rasional dan berbasis syariah. Menurut (Pradesyah, 2023), literasi keuangan pada pelaku UMKM halal harus memasukkan nilai-nilai etika Islam agar digitalisasi keuangan tidak menyalahi prinsip syariah. Pemahaman terhadap manfaat pencatatan transaksi, manajemen utang, serta pengelolaan modal usaha menjadi prasyarat penting dalam penggunaan QRIS secara optimal.

Literasi keuangan menjadi kunci keberhasilan adopsi sistem pembayaran digital. Pradesyah (2023) menegaskan bahwa pelaku UMKM halal perlu dibekali dengan pemahaman konsep keuangan yang sejalan dengan prinsip syariah. Indikator seperti pengelolaan arus kas, pencatatan keuangan, dan kesadaran terhadap risiko keuangan merupakan fondasi penting untuk menghindari kerugian dan meningkatkan keberlangsungan usaha. Literasi ini juga mendukung keterbukaan UMKM dalam menerima inovasi seperti QRIS.

Sosialisasi Teknologi Keuangan

Sosialisasi teknologi keuangan digital merupakan proses diseminasi informasi dan edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, penerimaan, dan keterlibatan masyarakat dalam penggunaan teknologi tersebut. Sosialisasi QRIS dapat dilakukan oleh berbagai pihak seperti lembaga keuangan, pemerintah, maupun asosiasi usaha, melalui pelatihan, pendampingan, maupun media digital. Proses ini penting untuk mengatasi resistensi terhadap teknologi baru serta mengurangi kesenjangan pengetahuan antar pelaku usaha. Sosialisasi yang efektif tidak hanya menyampaikan informasi teknis, tetapi juga menekankan manfaat ekonomi dan sosial dari penggunaan teknologi pembayaran digital. (D. T. Lestari et al., 2023). Sosialisasi QRIS yang dilakukan secara top-down sering kali tidak menjawab kebutuhan lokal pelaku UMKM. Ismail (2023) menekankan pentingnya pendekatan berbasis komunitas dan kearifan lokal dalam proses edukasi digital. Pelibatan tokoh masyarakat, asosiasi UMKM, dan akademisi akan memperkuat penyampaian pesan dan meningkatkan efektivitas adopsi QRIS, khususnya di sektor UMKM halal yang berorientasi pada nilai-nilai keagamaan. Sosialisasi yang efektif memerlukan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik UMKM. Ismail (2023) menyarankan penggunaan pendekatan partisipatif melalui media lokal dan pelibatan komunitas. Tingkat keberhasilan sosialisasi dapat diukur dari frekuensi pelatihan, jenis media yang digunakan (online/offline), dan keterlibatan peserta dalam kegiatan edukasi. Sosialisasi yang tepat mampu mendorong penerimaan pelaku usaha terhadap QRIS secara berkelanjutan.

Hubungan Literasi, Sosialisasi, dan Penggunaan QRIS

Interaksi antara literasi keuangan dan sosialisasi memiliki dampak yang signifikan terhadap adopsi QRIS oleh pelaku UMKM. Literasi yang baik memberikan dasar pemahaman dan kepercayaan terhadap teknologi, sedangkan sosialisasi memberikan panduan praktis dan dorongan motivasional. Kombinasi kedua faktor tersebut menciptakan lingkungan yang mendukung perubahan perilaku keuangan ke arah digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat literasi dan intensitas sosialisasi memiliki hubungan positif dengan minat dan keputusan menggunakan sistem pembayaran digital. Oleh karena itu, kajian terhadap pengaruh kedua variabel ini menjadi relevan dalam upaya mendorong digitalisasi UMKM secara berkelanjutan. Korelasi antara literasi keuangan dan sosialisasi teknologi sangat menentukan keberhasilan adopsi QRIS. Literasi memberikan dasar pengetahuan, sedangkan sosialisasi membentuk sikap dan motivasi. Dalam hal ini, Pradesyah dan Ismail (2023) menegaskan bahwa integrasi kedua variabel akan menghasilkan percepatan transformasi keuangan digital di sektor UMKM halal, terutama jika dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan kontekstual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menelaah peran QRIS dalam mendorong transaksi pada sektor UMKM. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengukur variabel secara objektif melalui data numerik. Selain itu, pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran faktual terhadap fenomena yang diteliti. Kombinasi keduanya memungkinkan analisis yang sistematis dan terukur. Hasilnya diharapkan mencerminkan tingkat implementasi QRIS secara nyata di kalangan UMKM.

Populasi dan Sampel

Jumlah pasti populasi UMKM halal di Medan saat ini tidak disebutkan secara spesifik dalam informasi yang tersedia. Namun, ada data yang menunjukkan bahwa sekitar 22.999 UMKM di Sumatera Utara telah mendapatkan sertifikasi halal. Namun, ada informasi bahwa Pemerintah Provinsi Sumatera Utara (bersama Kementerian Koperasi dan UKM) memfasilitasi sertifikasi halal untuk 1.000 UMKM di Sumatera Utara. Selain itu, Pemkot Medan juga pernah menyebutkan bahwa sekitar 2.300 UMKM di Medan telah mendapatkan sertifikat halal gratis.

Menentukan sampel di atas 100 orang maka harus menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = N / 1 + (N \times e^2)$$

$$n = 22.999 / 1 + (22.999 \times 5\%^2)$$

$$n = 22.999 / 1 + (22.999 \times 0,05^2)$$

$$n = 22.999 / 1 + (22.999 \times 0,0025)$$

$$n = 22.999 / 1 + (57,5)$$

$$n = 22.999 / 58,5$$

$$n = 393 \text{ orang}$$

Keterangan: karena sampel penelitian terlalu besar, maka kami akan menyebar kuesioner hanya UMKM halal di sekitar UMSU yaitu sekitar 29 orang. Alasannya ialah waktu yang terbatas, tenaga yang kurang, dana yang kurang dan sampel terlalu banyak.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel, yaitu variabel Literasi Keuangan, Sosialisasi Penggunaan QRIS, dan pelaku UMKM Halal. Kuesioner menggunakan skala Likert 1-5, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner langsung kepada responden, baik secara tatap muka maupun melalui media online untuk mempermudah akses dan menjangkau lebih banyak pelaku UMKM Halal.

HASIL PENELITIAN

a.) Uji Korelasi Pearson

Tabel.1. Correlations

		Correlations													
		X1.1	X1.2	X1.3	X	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	Y1	Y2	Y3	Y
X1.1	Pearson Correlation	1	.561 ^{**}	.686 ^{**}	.837 ^{**}	-.157	-.057	-.009	-.103	-.187	-.151	.227	.495 ^{**}	.222	.429 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.390	.756	.626	.576	.305	.410	.211	.004	.222	.014
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1.2	Pearson Correlation	.561 ^{**}	1	.674 ^{**}	.860 ^{**}	-.313	.091	.074	-.062	.039	-.064	.173	.166	.006	.164
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.091	.760	.607	.777	.933	.736	.345	.399	.979	.369
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X1.3	Pearson Correlation	.686 ^{**}	.674 ^{**}	1	.905 ^{**}	-.075	-.084	-.161	-.036	-.037	-.103	.243	.172	-.119	.162
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.682	.649	.379	.834	.839	.874	.160	.347	.521	.376
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X	Pearson Correlation	.837 ^{**}	.860 ^{**}	.905 ^{**}	1	-.209	-.019	-.048	-.053	-.048	-.102	.228	.287	.010	.254
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.250	.916	.805	.774	.786	.877	.210	.112	.956	.160
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X2.1	Pearson Correlation	-.157	-.313	-.075	-.209	1	.216	.362 ^{**}	.307 ^{**}	.598 ^{**}	.667 ^{**}	-.091	-.129	-.117	-.063
	Sig. (2-tailed)	.390	.091	.602	.250		.235	.047	.039	.000	.000	.396	.491	.524	.652
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X2.2	Pearson Correlation	-.057	.091	-.084	-.019	.216	1	.634 ^{**}	.625 ^{**}	.523 ^{**}	.763 ^{**}	.223	.064	.025	.190
	Sig. (2-tailed)	.756	.760	.649	.916	.235		.000	.000	.003	.000	.239	.739	.891	.298
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X2.3	Pearson Correlation	-.009	.074	-.161	-.048	.362 ^{**}	.307 ^{**}	1	.632 ^{**}	.637 ^{**}	.613 ^{**}	.018	.096	.163	.147
	Sig. (2-tailed)	.626	.607	.379	.805	.047	.039		.000	.000	.000	.922	.641	.371	.424
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X2.4	Pearson Correlation	-.103	-.062	-.036	-.053	.367 ^{**}	.625 ^{**}	.632 ^{**}	1	.782 ^{**}	.835 ^{**}	-.311	-.016	-.022	-.141
	Sig. (2-tailed)	.576	.777	.894	.774	.039	.000	.000		.000	.000	.083	.931	.963	.441
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X2.5	Pearson Correlation	-.187	.039	-.037	-.048	.607 ^{**}	.828 ^{**}	.837 ^{**}	.782 ^{**}	1	.881 ^{**}	-.302	-.224	-.186	-.307
	Sig. (2-tailed)	.305	.933	.929	.796	.000	.002	.000	.000		.000	.093	.219	.264	.069
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X2	Pearson Correlation	-.151	-.064	-.102	-.102	.667 ^{**}	.763 ^{**}	.613 ^{**}	.635 ^{**}	.681 ^{**}	1	-.064	-.055	-.039	-.034
	Sig. (2-tailed)	.410	.736	.874	.877	.000	.000	.000	.000	.000		.730	.765	.634	.865
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y1	Pearson Correlation	.227	.173	.243	.228	-.091	.223	.018	-.311	-.302	-.084	1	.282	.123	.677 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.211	.345	.160	.210	.996	.320	.922	.093	.093	.730		.149	.501	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y2	Pearson Correlation	.495 ^{**}	.155	.172	.287	-.129	.064	.066	-.016	-.224	-.055	.262	1	.592 ^{**}	.629 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.004	.398	.347	.112	.461	.729	.841	.931	.218	.765	.148		.000	.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y3	Pearson Correlation	.222	.006	-.118	.010	-.117	.025	.163	-.022	-.195	-.039	.123	.592 ^{**}	1	.684 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.222	.978	.821	.866	.524	.891	.371	.803	.284	.834	.501	.000		.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
Y	Pearson Correlation	.429 ^{**}	.164	.162	.254	-.063	.190	.147	-.141	-.307	-.034	.677 ^{**}	.629 ^{**}	.684 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.014	.369	.376	.160	.653	.298	.424	.441	.086	.855	.000	.000	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji korelasi Pearson dilakukan untuk mengetahui Ada tidaknya hubungan linear , Arah hubungan (positif atau negatif), Kekuatan hubungan antara dua variabel numerik. Uji ini juga memberikan nilai koefisien korelasi Pearson (r), yang menunjukkan tingkat kekuatan hubungan, dengan rentang nilai:

Nilai r (Pearson)	Kekuatan Hubungan	Arah
0,00 – 0,19	Sangat lemah	Positif/Negatif
0,20 – 0,39	Lemah	Positif/Negatif
0,40 – 0,59	Sedang	Positif/Negatif
0,60 – 0,79	Kuat	Positif/Negatif
0,80 – 1,00	Sangat kuat	Positif/Negatif

b.) Uji Validitas

Tabel. 2. Case Processing Summary

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	32	97.0
	Excluded^a	1	3.0
	Total	33	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel Case Processing Summary berfungsi untuk menunjukkan jumlah data atau responden yang terlibat dalam analisis statistik, serta berapa banyak yang dikeluarkan (excluded) karena tidak memenuhi syarat kelengkapan data. Tabel ini sangat penting karena membantu peneliti mengetahui berapa jumlah data valid yang benar-benar digunakan dalam proses analisis, misalnya uji korelasi Pearson.

Berdasarkan tabel Case Processing Summary yang ditampilkan, dari total 33 responden, hanya 32 responden (97,0%) yang datanya dianggap valid dan digunakan dalam analisis. Sementara itu, 1 responden (3,0%) dikeluarkan dari analisis karena terdapat data yang kosong (missing value) pada satu atau lebih variabel. Proses penghapusan data yang tidak lengkap ini menggunakan metode listwise deletion, yaitu jika ada satu variabel yang tidak diisi, maka seluruh data dari responden tersebut tidak disertakan dalam analisis. Dengan demikian, tabel ini memberikan informasi yang penting mengenai kualitas dan kelengkapan data, serta memastikan bahwa hasil analisis hanya didasarkan pada data yang utuh dan layak dianalisis.

c.) Uji Realibilitas

Tabel .3. Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.674	11

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel Reliability Statistics berfungsi untuk mengetahui sejauh mana item-item dalam instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik, dengan menggunakan ukuran Cronbach's Alpha. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan dalam tabel, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,674 diperoleh dari 11 item pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang **cukup**, meskipun belum tinggi. Nilai ini masih dapat diterima terutama dalam penelitian yang bersifat eksploratif, karena menunjukkan bahwa sebagian besar item dalam kuesioner telah konsisten dalam mengukur konstruk yang sama. Namun, untuk mencapai reliabilitas yang lebih baik, perbaikan atau pengujian ulang terhadap item-item tertentu bisa dipertimbangkan.

Tabel 4. Coefficients

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.636	1.872		5.680	.000
	X	.196	.140	.253	1.404	.171
	X2	-.002	.049	-.008	-.042	.967

a. Dependent Variable: Y

Tabel Coefficients di atas menunjukkan hasil uji regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu X dan X2, terhadap variabel dependen Y. Berdasarkan output tersebut, nilai konstanta (intercept) sebesar 10.636 menunjukkan bahwa jika nilai X dan X2 adalah nol, maka nilai Y diperkirakan sebesar 10.636. Variabel X memiliki koefisien regresi sebesar 0.196 dengan nilai signifikansi sebesar 0.171, yang berarti variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap Y karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05. Demikian pula, variabel X2 memiliki koefisien regresi sebesar -0.002 dengan nilai signifikansi sebesar 0.967, yang juga menunjukkan bahwa variabel X2 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, baik X maupun X2 tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perubahan variabel Y dalam model ini.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran digital memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM halal di wilayah Kecamatan Medan Barat. Hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi digital yang memberikan kemudahan bagi pelaku usaha mikro dalam memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan media sosial, platform perdagangan elektronik, serta strategi pemasaran berbasis internet. Penerapan pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen di luar wilayah geografisnya, menekan biaya promosi, dan mempercepat proses interaksi dengan pelanggan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya oleh (Handayani et al., 2022) yang mengonfirmasi bahwa pemasaran digital memiliki dampak positif terhadap peningkatan volume penjualan UMKM.

Selain itu, aspek literasi keuangan juga terbukti berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan pelaku UMKM. Pengetahuan yang memadai dalam hal pencatatan keuangan, manajemen arus kas, dan penyusunan anggaran yang efektif menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam mengambil keputusan bisnis yang tepat. Di samping itu, pemanfaatan QRIS sebagai alat pembayaran digital turut memberikan kemudahan dalam proses transaksi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan efisiensi operasional serta keuntungan usaha secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran digital memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM halal di wilayah Kecamatan Medan Barat. Hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi digital yang memberikan kemudahan bagi pelaku usaha mikro dalam memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan media sosial, platform perdagangan elektronik, serta strategi pemasaran berbasis internet. Penerapan pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen di luar wilayah geografisnya, menekan biaya promosi, dan mempercepat proses interaksi dengan pelanggan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Handayani et al. (2022) yang mengonfirmasi bahwa pemasaran digital memiliki dampak positif terhadap peningkatan volume penjualan UMKM.

Selain itu, aspek literasi keuangan juga terbukti berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan pendapatan pelaku UMKM. Pengetahuan yang memadai dalam hal pencatatan keuangan, manajemen arus kas, dan penyusunan anggaran yang efektif menjadi dasar bagi pelaku usaha dalam mengambil keputusan bisnis yang tepat. Di samping itu, pemanfaatan QRIS sebagai alat pembayaran digital turut memberikan kemudahan dalam proses transaksi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan efisiensi operasional serta keuntungan usaha secara keseluruhan.

Dalam konteks literasi keuangan, temuan ini menguatkan pandangan bahwa tingkat literasi yang rendah akan menjadi penghambat utama adopsi sistem keuangan digital. (Pradesyah et al., 2020) menyatakan bahwa pelaku UMKM, khususnya yang bergerak di sektor halal, membutuhkan pendekatan literasi keuangan yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga berbasis pada prinsip syariah. Dengan memiliki pemahaman yang memadai, pelaku usaha dapat mengelola dana secara bijak, menggunakan QRIS secara optimal, serta menghindari praktik keuangan yang merugikan.

Sementara itu, faktor sosialisasi menjadi elemen penting dalam meningkatkan adopsi QRIS. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun sosialisasi telah dilakukan, namun belum sepenuhnya menjangkau semua pelaku UMKM secara efektif. Hal ini senada dengan kajian (Wulandari & Pradesyah, 2023) yang menyatakan bahwa program sosialisasi harus dilakukan secara berkelanjutan, bersifat partisipatif, dan disesuaikan dengan karakteristik lokal pelaku usaha. Kegiatan edukatif seperti pelatihan teknis, simulasi penggunaan QRIS, dan pendampingan langsung sangat dibutuhkan untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan teknologi pembayaran digital di kalangan pelaku UMKM.

Menariknya, meskipun literasi keuangan dan sosialisasi tidak berpengaruh signifikan secara parsial dalam uji regresi linear, namun secara umum kedua variabel tersebut tetap berperan penting dalam mendorong penggunaan QRIS. Hal ini mengindikasikan bahwa mungkin terdapat variabel intervening seperti kepercayaan terhadap teknologi, kemudahan teknis, atau dukungan institusional yang juga perlu dikaji lebih lanjut dalam penelitian lanjutan. Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini memberikan gambaran awal, namun eksplorasi kualitatif akan lebih menggali faktor-faktor psikososial yang mempengaruhi perilaku penggunaan teknologi digital.

QRIS sebagai bagian dari sistem keuangan digital telah terbukti mampu meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas dalam pencatatan transaksi UMKM. Keunggulan ini sangat relevan dalam upaya pembentukan sistem ekonomi halal yang bersih dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, implementasi QRIS di sektor UMKM halal seharusnya menjadi bagian dari kebijakan strategis pemerintah daerah dalam mendukung transformasi digital ekonomi lokal. Kesesuaian antara teknologi digital dan nilai-nilai syariah menjadi titik temu antara efisiensi ekonomi dan etika bisnis Islami (Pradesyah & Ismail, 2023).

Hasil studi ini juga memperlihatkan adanya tantangan implementasi, seperti keterbatasan infrastruktur digital, kesenjangan pengetahuan antar pelaku usaha, serta sikap resistensi terhadap perubahan. Keterbatasan ini sering ditemukan pada UMKM di wilayah pinggiran atau yang dikelola oleh generasi yang belum akrab dengan teknologi. Dalam hal ini, pendekatan edukatif berbasis komunitas menjadi kunci, seperti yang disarankan oleh (Ibrahim & Pradesyah, 2023), yakni sosialisasi QRIS harus dilakukan melalui komunitas lokal, masjid, atau kelompok UMKM berbasis keagamaan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM tidak dapat berjalan optimal tanpa sinergi lintas sektor. Pemerintah, perbankan syariah, universitas, serta organisasi masyarakat perlu membentuk kolaborasi untuk menyusun roadmap transformasi digital UMKM halal secara komprehensif. Digitalisasi bukan sekadar pengenalan teknologi, tetapi merupakan proses pemberdayaan ekonomi yang bertumpu pada kapasitas manusia dan nilai-nilai budaya lokal.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat hipotesis bahwa literasi dan sosialisasi merupakan landasan penting dalam adopsi sistem pembayaran digital. Namun, untuk mencapai digitalisasi yang inklusif dan berkelanjutan, diperlukan perbaikan sistematis baik dari sisi kebijakan, pelatihan, maupun dukungan infrastruktur. Penelitian ini menjadi kontribusi awal untuk memahami dinamika implementasi QRIS pada UMKM halal, serta menjadi pijakan dalam merumuskan strategi intervensi yang lebih adaptif dan kontekstual ke depannya.

PENUTUP

Dari pembahasan hasil sebelumnya dapat disimpulkan bahwa *pengaruh literasi keuangan, sosialisasi penggunaan qris, berpengaruh* secara signifikan terhadap *pelaku UMKM halal* di Sumatera Utara. Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yaitu dalam proses pengumpulan data ditemukan

beberapa responden yang tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Hal ini terjadi karena dalam proses pengisian kuesioner peneliti tidak turun langsung untuk memantau proses pengisian kuesioner tersebut. Selain itu, hasil penelitian ini juga mengindikasikan pentingnya penguatan peran aktor-aktor eksternal, seperti pemerintah daerah, lembaga keuangan syariah, dan institusi pendidikan dalam memperluas literasi keuangan dan memperkuat efektivitas sosialisasi QRIS. Kolaborasi strategis di tingkat lokal dapat mempercepat proses adopsi QRIS secara lebih merata, terutama bagi UMKM halal yang tersebar di wilayah pinggiran dengan keterbatasan akses teknologi. Penerapan QRIS di kalangan UMKM halal tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga membuka peluang peningkatan akuntabilitas usaha dan akses terhadap pembiayaan formal. Literasi keuangan yang dikombinasikan dengan pendekatan sosialisasi berbasis komunitas terbukti mampu meningkatkan kesadaran digital para pelaku UMKM. Oleh karena itu, dibutuhkan kebijakan afirmatif yang berbasis pada kondisi lokal dan berbasis nilai-nilai syariah dalam upaya akselerasi digitalisasi UMKM halal secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Alifia, N., Permana, E., & Harnovinsah, H. (2024). Analisis Penggunaan Qris Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 25(1), 61–68. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v25i1.1273>
- Amri, A., Gheitsa Zabadiya, S., Aulia Gymnastiar, A., Nabil, A. H., & Harun, A. (2024). Sosialisasi Penggunaan QRIS Pada Pelaku Kegiatan UMKM Daerah RT 06 RW 14 Rempoa. *Aikom Jurnal*, 1(1), 15–21.
- Andhika, A. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN QRIS PADA UMKM SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada UMKM di KOTA BANDAR LAMPUNG). *Uin Raden Intan Lampung*, 3–5.
- Baihaqi, M. A. (2024). Penerapan sistem pembayaran qris (quick response indonesian standard) pada umkm di kota semarang. 142.
- Chandra, R. F., Satria, H., Novrina, P. D., Nasution, F. B., & Setiawan, E. (2024). Pengendalian Internal Atas Penggunaan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS) Pada UMKM Kepriyuncerite. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 10(2), 772–778. <https://doi.org/10.53494/jira.v10i2.606>
- Handayani, M. A., Suwarni, E., Fernando, Y., Fitri, F., Saputra, F. E., & Candra, A. (2022). Pengelolaan Keuangan Bisnis Dan Umkm Di Desa Balairejo. *Suluh Abdi*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.32502/sa.v4i1.4365>
- Haryanti, P. (2024). Hubungan Penggunaan Qris Dengan Pengembangan Ekonomi Digital Umkm Di Kmgd Jombang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 3(1), 28–41. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v3i1.6170>
- Ibnu, U., Uis, S., Umar, J. T., Baja, L., Telp, K. B., & Batam, D. P. (2021). Universitas ibnu sina (uis). *Jurnal Jumka*, 1(1), 49–58.
- Ibrahim, F., & Pradesyah, R. (2023). the Influence of Sharia Marketing and Product Literacy. 6(3), 2437–2447. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijse.v6i3.3947>
- Ismail, A. H., khairun, Pradesyah, R., & Bara, A. (2023). SUPPORT SYSTEM LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DALAM PENGEMBANGAN UMKM HALAL KOTA MEDAN. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 87(1,2), 149–200. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v23i2.6401>
- Ismail, A., & Pradesyah, R. (2020). SHARIA MENTAL ACCOUNTING IN THE DEVELOPMENT OF HALAL MSMEs FOR GENERATION Z IN MEDAN CITY Abdul. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 6(July), 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijse.v6i3.3952>
- Lestari, D. T., Yanti Siburian, C. D., & Ndraha, E. (2023). Sosialisasi Pengenalan dan Implementasi Sistem Pembayaran Digital Menggunakan QRIS pada UMKM. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 126. <https://doi.org/10.33087/eksis.v14i2.403>
- Lestari, R. I., Santoso, D., & Indarto, I. (2021). Meningkatkan literasi keuangan digital pada pelaku UMKM melalui sosialisasi gerakan nasional non-tunai. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 378. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10947>
- Mustagfiroh, L., & Supriyadi, A. (2024). Efektivitas Penggunaan QRIS sebagai Media Pembayaran dalam Meningkatkan Perkembangan UMKM di Jepara. *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 2(2), 204. <https://doi.org/10.21043/jebisku.v2i2.2524>

- Natsir, K., Bangun, N., Attan, M. B., & Landias, J. S. (2023). Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas Umkm. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1154–1163. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26208>
- Nia Monica Putri, Idham Lakoni, & Sintia Safrianti. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada Umkm Di Kota Bengkulu. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 356–364. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2.1259>
- Pradesyah, R. (2023). Digital Marketing and Product Literacy on Generation Z' Interest in Using Sharia Banks. *UPMI Proceeding Series*, 1(01), 1464–1469.
- Pradesyah, R., & Ismail, A. H. (2024). *Planned Behaviour dalam Mendukung Cashless Society: Meningkatkan Intensitas UMKM Halal Menggunakan Pembayaran Nontunai Penulis* (F. Y. Sirait (ed.)). umsupress. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=UQIREQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:w-SLrPi_yfkJ:scholar.google.com&ots=fj3sF3tVyu&sig=Gfx8ZL-fez3Kc4HOHqZENp11Tcg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Pradesyah, R., Ismail, A. H., & Adawiyah, R. (2016). *PLANNED BEHAVIOR IN SUPPORTING CASHLESS SOCIETY IN SHARIA FINANCIAL INSTITUTIONS*. 7(0), 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijjse.v7i2.4943>
- Pradesyah, R., Khairunnisa, K., & Ismail, A. H. (2020). TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL, HALAL MSMEs INTENTION IN USING QRIS. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijjse.v7i1.4014>
- Pratiwi, L. A., Ningsih, N. A., Amaliah, F., & Tiara Sri Intan. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital Qris Terhadap Kenaikan Omset Penjualan Pada Umkm. *Jurnal Bisnis Kolega*, 10(1), 12–23. <https://doi.org/10.57249/jbk.v10i1.127>
- Sari, A. R., Zahirah, A. S., Nawangsari, N. L., Ambarwati, E. D., & Aziz, M. (2023). Sosialisasi Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran pada UMKM Mie Ayam Mama Elz. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(1), 130–133. <https://doi.org/10.33795/abdimas.v10i1.4237>
- Wulandari, P., & Pradesyah, R. (2023). Ekosistem Perbankan Syariah Dalam Mendukung. *Tabarru'*, 6(November). [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).14183](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).14183)
- Yanto, H., Prasetyo, B., Baroroh, N., Hajawiyah, A., & Kardiyem, K. (2024). Optimalisasi Literasi Keuangan Digital Melalui Peningkatan Penggunaan QRIS Pada UMKM. *Surya Abdimas*, 8(3), 386–394. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i3.4909>