

## Kesediaan *Micro Merchants* Membayar *Merchant Discount Rate* dan Biaya *Settlement Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*: Studi Eksplorasi pada Usaha Mikro Kecil Menengah

# The Willingness of Micro Merchants to Pay Merchant Discount Rates and Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Settlement Fees: An Exploration Study in Micro, Small, and Medium Enterprises

Made Irma Lestari<sup>1</sup>

<sup>1</sup>STIE Wiyatamandala, Indonesia

### ARTICLE INFO

Article History:  
Received 12 April 2023

Revised 22 June 2023

Publish 26 June 2023

Keywords:  
*Merchant Discount Rate, micro merchants, settlement cost, Quick Response Code Indonesian Standard, willingness.*

Corresponding Author:  
[irmalestarimade@gmail.com](mailto:irmalestarimade@gmail.com)

DOI:  
<https://doi.org/10.21107/infestasi.v19i1.19695>

### ABSTRACT

*Building upon the phenomenon related to the relaxation policy by Bank Indonesia regarding the application of the 0.7% merchant discount rate cost for each payment transaction through Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) for micro merchants. This research aims to determine the willingness of micro merchants to pay both the Merchant Discount Rate (MDR) and settlement costs of QRIS. This research is a qualitative research with in-depth interviews, focus group discussions, and literature studies data collection methods. The data are analyzed inductively from specific phenomena and drawn general conclusion. This research concludes that in fact micro merchants are willing to pay the 0.7% MDR and the settlement costs that has been standardized by BI by considering the materiality of the income and net profit of the business. To the best of researcher's knowledge there is none study addressing this issue related to the application of MDR and settlement costs for using Quick Response Code (QR code). Researchers hope that this research can increase knowledge and research literacy regarding costs and willingness to pay MDR and settlement costs, especially by micro merchants. The results of this study can be considered by BI in implementing MDR and settlement costs for using QRIS of micro merchants in Indonesia.*

### ABSTRAK

*Berangkat dari fenomena terkait kebijakan relaksasi oleh Bank Indonesia terkait penerapan biaya merchant discount rate 0,7% tiap transaksi pembayaran melalui Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) sebagai kanal pembayaran untuk micro merchants. Peneliti bertujuan mengetahui kesediaan micro merchants membayar biaya Merchant Discount Rate (MDR) dan biaya settlement QRIS. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data in-depth interviews, focus group discussion, dan studi literatur. Data dianalisis secara induktif dari fenomena khusus dan menarik kesimpulan secara general. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa, dalam praktiknya, micro merchants bersedia membayar biaya 0,7% MDR dan biaya settlement yang telah distandarkan oleh BI dengan mempertimbangkan materialitas biaya tersebut terhadap pendapatan dan laba bersih usaha. Sampai saat ini, belum ada penelitian yang mengangkat terkait kesediaan dalam membayar biaya MDR dan biaya settlement penggunaan Quick Response Code (QR Code). Peneliti*



*berharap penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan literasi riset terkait biaya dan kesediaan membayar biaya MDR dan settlement khususnya oleh micro merchants. Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan BI dalam menerapkan kebijakan biaya MDR dan settlement penggunaan QRIS pada micro merchants di Indonesia.*

## 1. PENDAHULUAN

Literasi keuangan digital khususnya dalam sistem pembayaran menjadi semakin banyak berkembang. *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)* menghasilkan sentimen positif dari masyarakat. Bank Indonesia bekerja sama dengan berbagai pihak melakukan sosialisasi untuk tujuan memperkenalkan QRIS kepada seluruh lapisan masyarakat. Perguruan Tinggi bersama generasi baru Indonesia (GenBI) melakukan sosialisasi dan pendampingan penggunaan QRIS sebagai kanal pembayaran (Yuliati & Handayani, 2021). Komunitas masyarakat di Desa Dauh Puri Kaja bahkan memiliki program khusus dalam memberikan sosialisasi implementasi QRIS di daerah tersebut. Sosialisasi langsung, distribusi poster penggunaan QRIS, serta pendampingan dan dukungan penuh diberikan kepada masyarakat sehingga dapat menikmati kemudahan dari transaksi digital melalui kanal pembayaran QRIS (Basmantra & Liman, 2022).

QRIS memberikan manfaat bagi *merchant* dalam menjalankan usahanya, selain sebagai kanal pembayaran, yaitu untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan *branding*, lebih praktis, mengurangi biaya pengelolaan kas, menghindari risiko keberadaan uang palsu, otomatisasi dan transparansi pencatatan transaksi, pemisahan dana usaha dengan dana pribadi, memudahkan rekonsiliasi, mencegah tindak kecurangan dari pembukuan transaksi tunai, dan membangun informasi *credit profile* untuk kemudahan memperoleh kredit. Hal yang membedakan *merchant* dengan toko lain yaitu sistem pembayaran yang diterima (Bank Indonesia, 2022). Umumnya, *merchant* bekerja sama dengan Penyedia Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) dalam penyediaan layanan pembayaran melalui *e-money* yang bersangkutan. PJSP yang dimaksud dapat berbentuk bank dan non-bank (ASPI, 2022).

Dalam penggunaan QRIS, kebijakan biaya yang telah ditetapkan untuk dibayar oleh *merchant* yaitu Biaya MDR (*Merchant Discount Rate*) dan biaya *Settlement*. MDR merupakan biaya yang dikenakan oleh penyelenggara sesuai standar yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, sedangkan biaya *settlement* merupakan biaya administrasi transfer dana ke rekening *merchant* untuk setiap kali transfer dalam satu hari. Berikut skema biaya yang diperoleh dari QRIS.id, salah satu penerbit QRIS oleh PT Interaktif Internasional, sesuai standar yang ditetapkan oleh Bank Indonesia:

Tabel 1  
Skema Biaya Penggunaan QRIS

Jenis Transaksi	Rincian Biaya
<b>Biaya MDR (Merchant Discount Rate)</b>	
Transaksi Reguler (Transaksi Pembelian Produk, UMKM) 0,7% dari nilai transaksi	Transaksi Reguler (Transaksi Pembelian Produk, UMKM) 0,7% dari nilai transaksi
Transaksi Bidang Pendidikan 0,6% dari nilai transaksi	Transaksi Bidang Pendidikan 0,6% dari nilai transaksi
Transaksi di SPBU 0,4% dari nilai transaksi	Transaksi di SPBU 0,4% dari nilai transaksi
Transaksi Yayasan/Organisasi Nirlaba/Bantuan Sosial 0% dari nilai transaksi	Transaksi Yayasan/Organisasi Nirlaba/Bantuan Sosial 0% dari nilai transaksi
<b>Biaya Settlement</b>	
Akumulasi transaksi Rp25.000 – Rp50.000 Rp2.000/settlement	Akumulasi transaksi Rp25.000 – Rp50.000 Rp2.000/settlement
Akumulasi transaksi di atas Rp50.000 Rp3.000/settlement	Akumulasi transaksi di atas Rp50.000 Rp3.000/settlement
Transaksi pembayaran dari selain Bank BCA, Mandiri, dan BRI Tambahan biaya SKN	Transaksi pembayaran dari selain Bank BCA, Mandiri, dan BRI Tambahan biaya SKN

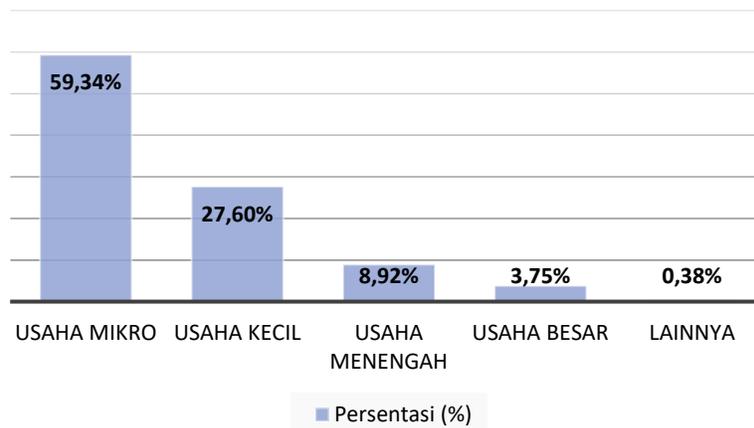
Sumber: Data diolah, 2022, <https://interactive.co.id/>

Di sisi lain, usaha mikro saat ini menjadi sorotan pemerintah. Berdasar PP UMKM Nomor 7 Tahun 2021, usaha mikro merupakan kelompok usaha yang memiliki kekayaan bersih atau modal usaha paling banyak Rp1 miliar dan memperoleh rata-rata omzet tahunan paling banyak Rp2 miliar. Sejak diubahnya kebijakan kategori UMKM pada Undang-Undang UMKM Nomor 20 Tahun 2008 ke dalam PP UMKM Nomor 7 Tahun 2021, Pemerintah berkomitmen untuk mengelompokkan lebih banyak usaha ke kelompok mikro, dengan tujuan agar peningkatan berfokus pada usaha mikro untuk dapat naik kelas. Namun perkembangan digitalisasi pembayaran usaha mikro seakan terhambat. Industri jasa keuangan mencatat adanya keluhan dari *micro merchants* mengenai pengenaan biaya *Merchant Discount Rate* (MDR) sebesar 0,7% dari transaksi yang menggunakan QRIS (Wiratmini, 2020).

Bank Indonesia menilai bahwa biaya transaksi atau MDR 0,7% tergolong murah, namun Asosiasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Indonesia atau Akumindo meminta agar transaksi QRIS bebas biaya (Setyowati, 2019). Menanggapi permintaan tersebut, Bank Indonesia, berdasarkan hasil Rapat Dewan Gubernur (RDG) BI periode Desember 2022 mengumumkan perpanjangan tarif 0% MDR hingga 30 Juni 2023 untuk kategori transaksi reguler pada usaha mikro (yang selanjutnya disebut *micro merchant*). Tujuan Bank Indonesia masih memberikan kebebasan biaya MDR terhadap *micro merchants* adalah meningkatkan antusiasme *micro merchants* untuk menggunakan QRIS sebagai kanal pembayaran. (Suheriadi, 2022)

Berdasarkan fakta tersebut, permasalahan yang terjadi adalah tingkat keinginan (*willingness to use*) *micro merchants* dalam menggunakan QRIS dianggap oleh pemangku kebijakan masih belum sejalan dengan kesediaan *micro merchants* untuk berinvestasi dalam QRIS. *Micro merchants* belum memiliki kesediaan untuk membayar (*willingness to pay*) biaya-biaya yang ditimbulkan atas penggunaan QRIS sebagai kanal pembayaran. Terlebih lagi, sampai saat ini belum ada kepastian sampai kapan dan berapa kali lagi kebijakan relaksasi MDR tarif 0% tersebut akan terus diperpanjang. Permasalahan inilah yang akan diteliti pada penelitian ini, yakni mengeksplorasi faktor-faktor apa saja yang menjadi penentu kesediaan *micro merchants* membayar biaya MDR dan biaya *settlement* QRIS

Penggunaan QRIS mencapai angka yang cukup tinggi terjadi pada *merchants* di Provinsi Bali. Data spasial diperoleh peneliti dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPw BI) Provinsi Bali per 31 Desember 2022, menunjukkan bahwa terdapat 595.218 *merchants* di Bali yang sudah menggunakan QRIS sebagai kanal pembayaran. Dari data tersebut diketahui bahwa *merchants* tersebut terdiri dari 59,34% usaha mikro, 27,60% usaha kecil, 8,92% usaha menengah, 3,75% usaha besar, dan 0,38% jenis usaha lainnya.

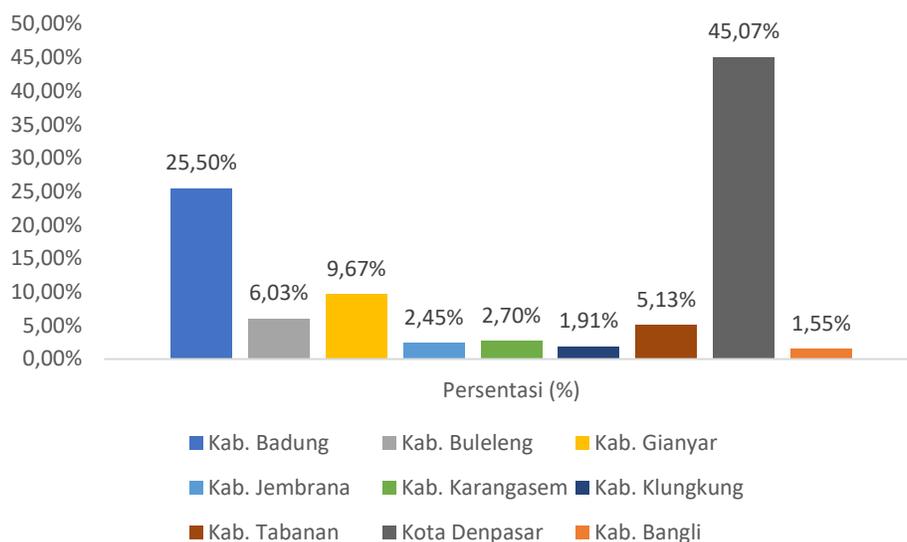


**Gambar 1. Merchant QRIS di Provinsi Bali**

Sumber: Data diolah, 2022, Bank Indonesia KPw Provinsi Bali

Antusiasme usaha mikro untuk menggunakan QRIS sebagai kanal pembayaran didukung oleh adanya ekspektasi kebermanfaatannya konsumen dalam menggunakan QRIS (Saputri, 2020). Berdasarkan data spasial yang diperoleh dari KPw BI Provinsi Bali, jumlah *merchant* terbesar berdasarkan wilayah sebesar 45,07%

berada di daerah Kota Denpasar. Data-data ini yang menjadi dasar untuk peneliti mengambil sampel responden pada kelompok *micro merchants* di wilayah Kota Denpasar.



**Gambar 2. Jumlah Merchant QRIS di Tiap Kabupaten/Kota**

Sumber: Data diolah, 2022, Bank Indonesia KPw Provinsi Bali

Hal ini terlihat pada penerapan sistem pembayaran QRIS untuk instrumen pembayaran berbasis server yang menggunakan Quick Response Code (QR Code) telah dilakukan oleh beberapa pelaku UMKM di Medan (Sihaloho, Ramadani, & Rahmayanti, 2020). Carera (2022) dari hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa penggunaan QRIS pada UMKM memberikan peningkatan yang positif terhadap omzet penjualan yang diterima oleh pelaku usaha. Penelitian lebih lanjut mengungkap bahwa manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS menjadi faktor pengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan QRIS (Mahyuni & Setiawan, 2021; Saputri, 2020; Silalahi, Tambunan, & Batubara, 2022).

Penelitian terdahulu mengenai QRIS telah banyak dilakukan, namun sebagian besar penelitian fokus pada pemanfaatan QRIS sebagai instrumen pembayaran digital. Beberapa diantaranya adalah penelitian Sihaloho dkk (2020) yang meneliti mengenai penerapan sistem pembayaran QRIS untuk instrumen pembayaran berbasis server oleh beberapa pelaku UMKM di Medan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa penggunaan QRIS pada UMKM memberikan peningkatan yang positif terhadap omzet penjualan yang diterima oleh pelaku usaha. Selanjutnya adalah penelitian Mahyuni dan Setiawan (2021) yang membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensi UMKM dalam menggunakan QRIS. Hasil penelitian tersebut membuktikan secara empiris bahwa pemahaman, pengaruh pihak eksternal serta kemudahan penggunaan QRIS merupakan faktor yang dapat meningkatkan intensi UMKM dalam menggunakan QRIS. Seputri dan Yafiz (2022) menganalisis pengaruh budaya, kepercayaan, gaya hidup dan literasi keuangan terhadap keputusan generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi digital pada generasi Z. Penelitian ini membuktikan bahwa faktor-faktor tersebut secara simultan mempengaruhi keputusan generasi Z dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi digital.

Penelitian kali ini fokus pada *willingness to pay* (WTP) atas biaya-biaya yang ditimbulkan dari penggunaan jenis QR Code sebagai kanal pembayaran. Analisis WTP telah dilakukan dalam banyak studi kasus dan topik yang sangat beragam. Penelitian dengan analisis WTP biasanya dilakukan dengan metode *contingent valuation method* (CVM), dengan pengumpulan data dalam bentuk kuesioner. Penelitian terdahulu yang menggunakan CVM dilakukan oleh Damanik (2019) yang meneliti tentang kesediaan wisatawan (*willingness to pay*) untuk membayar lebih tinggi harga tiket masuk yang telah ditetapkan dalam upaya pelestarian warisan budaya di Museum Simalungun; dan Riana (2019) dengan topik penelitian WTP konsumen beras organik di Gelael Signature Kota Semarang. Adapun penelitian ini menggunakan metode yang berbeda selain CVM, yaitu *in-depth interviews* dan *focus group discussion* yang menjadi *research gap* penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

Penelitian ini akan menjawab permasalahan pada latar belakang di atas mengenai kesediaan *micro merchants* dalam membayar biaya *Merchant Discount Rate* (MDR) dan biaya *settlement* sebagaimana skema yang telah distandarkan oleh Bank Indonesia, serta pada jumlah berapa *micro merchants* bersedia untuk membayar menggunakan QRIS sebagai kanal pembayaran. Penting untuk mengetahui tingkat tarif tersebut untuk membantu para pemangku kebijakan, khususnya Bank Indonesia, dalam menentukan tarif MDR yang sesuai untuk *micro merchants*.

## 2. TELAAH LITERATUR

Manfaat QRIS sebagai kanal pembayaran di setiap *merchants* sudah dapat dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Inklusivitas QRIS ini harus didukung oleh aturan dan kebijakan yang jelas dari para pemangku kebijakan. Namun, kebijakan relaksasi tarif MDR menjadi isu keseragaman pembebanan biaya oleh penyelenggara jasa sistem pembayaran yang bekerjasama dengan Bank Indonesia. Seperti diketahui bahwa *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) merupakan penyatuan berbagai macam QR dari berbagai perusahaan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dikembangkan oleh industri sistem pembayaran bersama dengan Bank Indonesia agar proses transaksi dengan QR Code dapat lebih mudah, cepat, dan keamanan yang lebih terjaga. Semua PJSP yang akan menggunakan QR Code Pembayaran diwajibkan menerapkan QRIS (Bank Indonesia, 2022).

Beberapa media elektronik yang juga didukung artikel penelitian terdahulu mencatat beberapa masalah yang timbul karena pengenaan biaya penggunaan QRIS di masyarakat, diantaranya penelitian Tobing dkk (2021) yang menyatakan bahwa permasalahan tarif QRIS ini tak kunjung selesai karena tarifnya yang sering berubah, serta penelitian Rifani (2023) yang menyatakan bahwa pengenaan tarif QRIS ini memberatkan dan memberikan ketidakpuasan bagi UMKM karena pendapatan yang diterima menjadi lebih kecil daripada penggunaan transaksi tunai. Penetapan biaya MDR 0,7% per transaksi pada *merchants* UMKM seharusnya jelas dan dapat digunakan sebagai dasar penerapan oleh para PJSP. Namun seperti yang dipaparkan bahwa sampai saat ini Bank Indonesia masih memutuskan pemberian relaksasi kebijakan biaya MDR tarif 0% untuk kategori transaksi regular untuk *micro merchant*. Kebijakan relaksasi biaya transaksi MDR sudah dimulai sejak 2020 dan berulang kali dilakukan perpanjangan. Pada implementasi awal, relaksasi biaya MDR seharusnya sudah berakhir pada 31 Desember 2020 (Bisnis Bali, 2020), namun kemudian dilakukan perpanjangan hingga 31 Maret 2021 (CNN, 2021). Dalam rapat Dewan Gubernur Bank Indonesia, kebijakan tersebut diperpanjang kembali hingga 31 Desember 2021 (Katadata, 2021). Kebijakan tarif 0% MDR untuk *micro merchants* kembali diperpanjang hingga 30 Juni 2022 (Paydia, 2021) dan pengumuman perpanjangan kembali hingga 31 Desember 2022 (Febrian, 2022). Saat ini, berdasar hasil Rapat Dewan Gubernur (RDG) BI periode Desember 2022, Bank Indonesia kembali mengumumkan perpanjangan tarif 0% MDR hingga 30 Juni 2023 (Suheriadi, 2022).

*Micro merchants* semakin ingin dan bersedia menggunakan QRIS sebagai kanal pembayaran digital. Peneliti mencoba mengaitkan konsep kesediaan untuk menggunakan (*willingness to use*) dengan konsep kesediaan untuk membayar (*willingness to pay*). *Willingness to pay*, disingkat WTP, adalah harga maksimum yang bersedia dibayar pelanggan untuk suatu produk atau layanan yang digunakan (MBN, 2022). WTP biasanya diwakili oleh satuan mata uang. Meskipun calon pelanggan cenderung bersedia membayar kurang dari ambang ini, penting untuk dipahami bahwa, dalam kebanyakan kasus, pelanggan tidak akan membayar harga yang lebih tinggi (Stobierski, 2020). Penjual atau penyedia jasa masih sering tidak memperhatikan respon para calon pembeli terhadap harga yang akan bersedia untuk dikorbankan (Bredert, Hahsler, & Reutterer, 2015).

Keabsenan dalam memperhatikan *willingness to pay* kastamer dapat menyebabkan kegagalan dalam mencapai strategi pemasaran atas produk yang ditawarkan. Stoetzel dalam Bredert (2015), menyatakan dalam teori WTP terdapat suatu harga maksimum dan minimum untuk setiap produk yang dapat diketahui dengan menanyakan secara langsung kepada kastamer. Merbau (2015) menambahkan bahwa teori tersebut dapat diperkuat dengan mengajukan dua (2) pertanyaan kepada kastamer yaitu: 1. "Above which price would you definitely not buy the product, because you can't afford it or because you didn't think it was worth the money?"; 2. "Below which price would you say you would not buy the product because you would start to suspect the quality?" (Bredert, Hahsler, & Reutterer, 2015).

### 3. METODE PENELITIAN

Studi eksploratif dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*), pengolahan data spasial dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPw BI) Wilayah Provinsi Bali, serta studi literatur terkait. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada lima pelaku usaha mikro di wilayah Kota Denpasar. Tabel di bawah menunjukkan data pelaksanaan *in-depth interviews* kelima pelaku usaha mikro sebagai responden penelitian ini.

Tabel 2. Data Pelaksanaan *In-Depth Interviews*

No.	Kode Responden	Sektor Usaha	Timeline
1.	1FJ	Kuliner	2 Januari 2023
2.	2LSC	Kuliner	3 Januari 2023
3.	3MP	Kuliner	6 Januari 2023
4.	4KK	Kuliner	7 Januari 2023
5.	5WA	Kuliner	8 Januari 2023

Sumber: Data primer, diolah 2023

Peneliti melakukan wawancara untuk menanyakan responden secara langsung mengenai berapa tarif yang dapat diterima oleh *micro merchants* (Braidert, Hahsler, & Reutterer, 2015) dalam memperoleh data terkait *willingness to pay* oleh *micro merchants* terhadap biaya MDR dan biaya *settlement* QRIS. Adapun naskah wawancara semi-terstruktur disusun dengan mendefinisikan variabel-variabel dan menjabarkan ke dalam beberapa dimensi. Pertanyaan wawancara kemudian diturunkan dari dimensi-dimensi tersebut. Proses triangulasi data dilakukan dengan mencocokkan jawaban dari responden berbeda dengan kata-kata kunci yang sama untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Hasil pelaksanaan wawancara semi-terstruktur merupakan transkrip yang disusun dan dianalisis secara tematik dengan memberi kode atas respon yang diberikan dan mengelompokkan kode berdasarkan tema (Creswell, 2009). Masing-masing data transkrip diverifikasi berdasarkan tema dan dilakukan triangulasi data. Penarikan kesimpulan dalam menjawab pertanyaan penelitian dilakukan dengan analisis secara deskriptif. Transkrip disusun oleh pihak independen berdasarkan hasil rekaman pelaksanaan wawancara. Pemilihan responden wawancara dilakukan pada situasi dan kondisi terbaiknya, sehingga tidak memengaruhi pemberian tanggapan. Responden dipilih dengan beberapa kriteria yaitu (1) responden memahami QRIS sebagai kanal pembayaran; (2) responden dalam usia produktif; dan (3) responden memiliki pendidikan minimal SMA/SMK/ sederajat.

### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### *Willingness to Pay*

Peneliti mendapati bahwa pelaku usaha mikro memiliki kemauan yang kuat untuk berkembang. Pelaku usaha mikro tersebut mengakui bahwa *cashless* mulai menjadi suatu *trend*, kebiasaan yang kekinian yang mewah dan simple, hal ini didukung dalam Karniawati, dkk. (2021). Kesadaran tersebut timbul dari pelaku usaha sendiri bahwa dengan hanya membawa ponsel pintar saja akan lebih mudah untuk bertransaksi. Pendayagunaan ponsel pintar memang menjadi penunjang keberhasilan sistem pembayaran digital.

*"Yang beli di sini kan juga banyak ya anak-anak mudanya. Mereka lebih senang bayar dari hp. Kayak saya juga kemana-mana sekarang jarang bawa uang, apalagi kalau gak ada kembalian."* - (5WA-5)

Di sisi lain, ketimpangan generasi saat ini dengan terdahulu (*baby boomers*), kesenjangan teknologi dan literasi digital dapat menjadi penarung bagi sistem pembayaran digital. Menurut Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Jamalul Izza, saat ini generasi tua di pedesaan lebih sulit berpindah ke dunia digital, yang dikarenakan tidak ada faktor yang menuntut mereka untuk bermigrasi ke sana atau pekerjaan mereka tidak berkaitan dengan digital (Republika, 2020).

Pemanfaatan QRIS juga memberikan kepraktisan dalam transaksi. Berdasarkan studi kualitatif oleh Setiawan dan Mahyuni (2020) kemudahan menjadi salah satu faktor pembentuk intensi penggunaan QRIS oleh UMKM. Ahwal kemudahan dan kepraktisan, ketersediaan uang kecil acap menjadi masalah bagi pelaku usaha mikro saat bertransaksi dengan pelanggan.

*"Ini kan tujuannya supaya gak susah ngasi susuk (arti: uang kembalian). Kadang kan kalo baru buka gitu belum punya susuk, pake QRIS jadi langsung pas" - (2LSC-4)*

Kepraktisan dalam bertransaksi dengan QRIS menyelesaikan penyalahgunaan uang kembalian dengan permen, gorengan, atau hal lainnya yang menurut Bank Indonesia tidak wajar dilakukan. Direktur Eksekutif Departemen Pengelolaan Uang BI, Marlison Hakim, menegaskan semua transaksi wajib menggunakan rupiah termasuk uang kembalian, tidak diperbolehkan menggunakan permen maupun hal lainnya (Liputan 6, 2023). Perlindungan konsumen ini juga terkait dalam Pasal 2 ayat (2) Undang-undang Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Uang. Dwilaksmi dan Griadhi (2015) secara normatif menjelaskan penggunaan barang lain sebagai kembalian tidak dibenarkan, bahwa permen bukan alat pembayaran yang sah karena berdasarkan pasal tersebut mata uang yang sah adalah uang kertas dan uang logam.

Pembeli, dalam hal ini masyarakat, juga telah merasakan manfaat dari pembayaran menggunakan QRIS. Penelitian yang dilakukan Karniawati dkk. (2021) di daerah Kabupaten Jembrana dan Kota Denpasar mengungkapkan bahwa keinginan masyarakat bertransaksi secara *non-cash* sejak pandemi covid-19 sangat diminati dengan alasan mengurangi kontak langsung dan penghindaran dari virus. Setiawan dan Mahyuni (2020) mendapati bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan QRIS menjadi faktor pendorong intensi pada UMKM. Maka dari itu jelas akan semakin besar kesediaan pelaku usaha untuk membayar tarif biaya MDR dan *settlement* yang telah ditetapkan.

Pengusaha mikro menyatakan adanya peningkatan penjualan sejak diaplikasikan QRIS sebagai kanal pembayaran, sejalan dengan penelitian dari Carera (2022). Manfaat tersebut menjadi pendukung kesediaan usaha mikro menanggung biaya penggunaan QRIS.

*"0,7 persen ya? Ngga banyak sih. Yang penting lebih banyak yang belanja ke sini sejak pakai QRIS ini" - (5WA-4)*

*"Yaa itu mba kalau (biaya transaksi) masih lebih kecil dari 100 perak mah gapapa.. asal penjualan saya bisa lancar terus kan sama-sama senang." - (1FJ-7)*

Pendapatan usaha secara cepat dimungkinkan dengan penggunaan QR Code dengan adanya kolaborasi layanan dalam proses mempromosikan bisnis (Clarysse, Wright, Bruneel, & Mahajan, 2014). Didukung dalam Aharania dkk. (2016) bahwa sistem pembayaran non tunai lebih cepat dalam penyelesaian pembayaran, efisien, dan memberi keuntungan dalam bentuk diskon yang dapat digunakan merchant-merchant tertentu.

### **Pengalokasian Biaya**

Kesediaan usaha mikro juga didukung dengan pernyataan mereka untuk tidak mengenakan biaya transaksi pada harga jual produk. Pengenaan biaya transaksi pada harga jual produk dapat memengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli produk.

*"Ya kalau ditambahin ke harga jual nanti lari pelanggan saya, toh gak seberapa yaa selisihnya, yang saya terima" - (5WA-6)*

Namun di sisi lain, ternyata pembeli pun sebenarnya juga tidak keberatan untuk menambah beberapa ratus rupiah pada nominal yang akan dibayarkan secara digital. Maka dalam hal ini konsep materialitas menjadi penting untuk dipertimbangkan dalam penentuan tarif biaya penggunaan QRIS.

*"Setau saya ada toko kain yang saya kemarin beli itu, pas mau bayar penjualnya bilang kalau bayar pakai QRIS nanti tambahin lagi 200rupiah yaa. Yaa saya gak keberatan juga sih sebagai pembeli" - (5WA-7)*

Keputusan pengalokasian biaya transaksi QRIS merupakan kebijakan yang diputuskan oleh penjual. Merujuk kepada konsep materialitas, bahwa apakah sejumlah nilai uang yang dibayarkan bersifat material bagi *micro merchant*.

*"Kasian pembeli yaa kalo masih di bawah 100 perak aja gapapa lah" - (1FJ-5)*

*"Makanya tergantung mba.. kalo memang ke depan ini QRIS banyak peminatnya. Misal orang-orang udah gak pake uang kertas lagi gitu kan, yaa mau gak mau harus pakai. Biayanya jangan mahal-mahal lah." - (1FJ-6)*

Tidak seperti biaya *settlement* yang pasti akan dialokasikan sebagai biaya periodik, pengalokasian biaya MDR dapat dilekatkan pada salah satu, sebagai biaya periodik atau sebagai biaya produk. Biaya periodik merupakan pengorbanan yang dikeluarkan dalam satu periode dan tidak termasuk dalam kos produk terjual, disebut juga sebagai *noninventoriable cost* (Hansen & Mowen, 2007). *Noninventoriable cost* dapat terdiri dari biaya administrasi dan biaya penjualan. Apabila pengalokasian biaya MDR dilekatkan sebagai

biaya periodik berarti bahwa biaya MDR ditanggung sendiri oleh penjual (*micro merchants*). Dalam hal ini perlu dipertimbangkan apakah penambahan biaya tersebut akan memengaruhi marjin laba secara material bagi pelaku usaha.

Sesuai konsep biaya produk bahwa segala jenis biaya yang dapat ditelusuri langsung nilainya dalam rangka penciptaan suatu produk dan dilekatkan langsung sebagai biaya produksi barang atau jasa tersebut (Hansen & Mowen, 2007; Rohma & Febrianti, 2022; Rohma & Wahyu, 2022; Rohma & Sholihah, 2022; Rohma, 2022). Apabila pengalokasian biaya MDR dilekatkan sebagai biaya produk maka akan mempengaruhi *pricing*. Yemeri (2019) menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan. Suatu harga yang wajar (*price fairness*) mampu mempengaruhi secara signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan (Marina, Kartini, Sari, & Padmasasmita, 2016). Apabila keputusan pembebanan biaya MDR diberikan kepada pembeli berarti seharusnya sudah diyakini bahwa nilai tersebut tidak akan mempengaruhi loyalitas dan kemauan pembeli untuk berbelanja.

### Materialitas Biaya

Konsep materialitas biaya menjadi penting dalam menentukan nilai biaya yang bersedia ditanggung oleh pelaku usaha maupun pelanggan, bergantung dari apakah biaya MDR akan dilekatkan pada produk atau dialokasikan sebagai biaya periodik. Materialitas bersifat relatif, bukan absolut, bergantung pada besaran yang digunakan sebagai *benchmark* atas suatu nilai materialitas (Arens, Elder, Beasley, & Hogan, 2017). Dalam hal ini, biaya *merchant discount rate* (MDR) dan biaya *settlement* sebaiknya dapat dibandingkan dengan pendapatan dan laba bersih di masing-masing *micro merchant*.

*"Yaaa semasih potongannya itu kecil dan tetap menguntungkan dalam artian penjualan saya bisa meningkat, gapapa." - (1FJ4)*

*"Waduh ada biaya lagi? Perasaan udah ada kok potongannya.. kalo ada biaya lagi yaa rugi nanti cuma jualan pecel ayam kecil-kecilan gini pendapatan gak seberapa." - (2LSC-3)*

Selama pelaksanaan wawancara, *micro merchants* menyatakan bahwa sudah ada pemotongan yang terjadi. Potongan tersebut tidak dipermasalahkan karena nilainya kecil dan sebelumnya dengan sistem penjualan pesan antar online juga terdapat potongan yang nilainya bahkan lebih besar. Hal ini menyebabkan biaya MDR dirasa tidak material. Menimbang dari karakteristik usaha mikro berdasar PP UMKM Nomor 7 Tahun 2021, bahwa usaha mikro merupakan kelompok usaha yang memiliki kekayaan bersih atau modal usaha paling banyak Rp1 miliar dan memperoleh rata-rata omzet tahunan paling banyak Rp2 miliar, cakupan omzet dan modal usaha pada kelompok usaha mikro akan sangat beragam. Mulai dari usaha mikro dengan omzet dan modal usaha paling minimal hingga usaha mikro dengan omzet dan modal usaha yang mendekati batas atas. Maka dalam hal ini konsep materialitas menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan dalam penentuan tarif biaya penggunaan QRIS, yaitu berdasar pada laba bersih (omzet setelah dikurangi biaya atau modal usaha). Selanjutnya materialitas atau tidaknya tarif biaya yang dikenakan pada *micro merchants* ini akan terkait dengan perumusan biaya ideal dan jumlah yang bersedia dibayar oleh *micro merchants* selaku pengguna QRIS sebagai kanal pembayaran.

### Perumusan Biaya Ideal

Peneliti melakukan wawancara pada responden yang memenuhi kriteria sehingga didapat simpulan dalam menjawab pertanyaan penelitian. Jika diasumsikan responden adalah pelaku usaha mikro dengan pendapatan rata-rata Rp80.000.000 per bulan dan rata-rata laba bersih Rp1.500.000 per hari.

*"Total biaya transaksi menggunakan QRIS (biaya MDR + biaya settlement) hanya 1,48% dari rata-rata laba bersih usaha per hari, maka skema biaya masih bisa diterima. Biaya itu tidak material dibanding dengan benefit menggunakan QRIS di zaman sekarang yang mana pelanggan sudah mulai melek digital" - (FGD1-2)*

*"Biaya 7% MDR dan biaya settlement tersebut masih bersedia kita tanggung dengan syarat omzet dan laba bersih rata-rata seperti pada simulasi ini." - (FGD1-3)*

Jika diasumsikan respnden adalah pelaku usaha mikro dengan pendapatan rata-rata Rp9.000.000 per bulan, rata-rata laba bersih Rp50.000 per hari.

*"Jika kondisi saya pada simulasi 2, saya tidak setuju karena biayanya mencapai 10,2% dari rata-rata laba bersih per hari. Itu material dan cukup membebankan usaha kami." - (FGD2-1)*

Sesi wawancara berlangsung interaktif dengan banyak pertimbangan *cost-benefit* dari penggunaan QRIS sebagai kanal pembayaran. Responden sadar bahwa QRIS akan membantu keberlanjutan usaha dengan potensi gaya hidup yang serba digital saat ini. Namun di sisi lain, faktor gaya hidup juga akan mempengaruhi minat pembayaran secara non-tunai. Kepercayaan, budaya dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada generasi Z (Seputri & Yafiz, 2022). Intensi dalam menggunakan QRIS dipengaruhi oleh *hedonic motivation* masyarakat (Mayanti, 2020), yang mana pola hedonik itu sendiri dipengaruhi oleh kemampuan finansial masyarakat.

Uraian di atas memberikan gambaran bahwa angka ideal untuk biaya penggunaan QRIS dipengaruhi oleh kemampuan finansial yang dapat dilihat dari pendapatan dan laba bersih usaha *micro merchant* itu sendiri. Oleh karena itu, materialitas biaya akan bersifat relatif yang tidak dapat disamakan antara satu usaha mikro dengan usaha mikro lainnya. Bank Indonesia, selaku pembuat kebijakan, tentu seharusnya sudah memiliki data yang lebih relevan dan reliable dalam merumuskan dan menetapkan angka standar biaya 0,7% MDR dan biaya *settlement* khususnya untuk usaha mikro. Peneliti berharap bahwa pemangku kebijakan telah mempertimbangkan perbedaan kemampuan finansial dan materialitas biaya pada masing-masing kelompok usaha.



Gambar 3. Model Hubungan Antar Tema Hasil Analisis

Sumber: Data primer, diolah 2023

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti juga menemukan bahwa masih banyak *merchant* yang menggunakan QRIS lebih dari satu PJSP. Hal ini menimbulkan ketidakefisienan karena *merchant* harus menanggung biaya yang diterapkan oleh masing-masing PJSP tersebut. Pemahaman literasi keuangan *merchant* terkait QRIS masih sangat kurang. Perlu dilakukan sosialisasi penggunaan QRIS secara lebih menyeluruh kepada para *merchant*, khususnya di Provinsi Bali, bahwa cukup dengan satu QRIS bisa untuk pembayaran dari semua jenis dompet digital. Adanya potensi bahwa biaya MDR 0,7% ternyata sudah dialokasikan untuk ditanggung oleh *merchants*.

*“Loh bukannya memang sudah ada potongan ya biasanya dari harga, ngga bulet yang masuk ke rekening saya. Yaa sama kayak jual di shopeefood, gofood, grabfood kan juga ada potongan, bahkan lebih besar.” - (1FJ-3)*

Nilai “potongan” yang dimaksud di sini perlu diklarifikasi, apakah beberapa PJSP memang telah menerapkan sistem potongan untuk biaya MDR atau memiliki kebijakan tersendiri, yang mana potongan tersebut belum termasuk biaya MDR dan biaya *settlement*. Seperti yang dijelaskan oleh Vice President

Bukalapak, salah satu PJSP QRIS, Rahmat Danu Andika, bahwa saat itu Bukalapak belum memutuskan MDR QRIS akan ditanggung oleh korporasi atau mitra (Setyowati, 2019). Adanya potensi bahwa biaya MDR 0,7% sudah dialokasikan untuk ditanggung oleh *merchants* sebelum adanya pengumuman yang pasti dari Bank Indonesia selaku pemangku kebijakan. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa beberapa jenis *QR code* pembayaran lain dari PJSP yang belum tergabung sebagai penyelenggara QRIS masih digunakan oleh *merchant*. Adapun *QR code* pembayaran tersebut seperti *QR Code Boost Biz* dari Myboost dan *QR Code Pertamina* dari MyPertamina. Hal ini menjadi salah satu faktor bahwa QRIS belum sepenuhnya merupakan satu kanal pembayaran *merchant regular* (UMKM) dan *merchant* dengan bentuk transaksi lainnya.

## 5. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Analisis telah dilakukan terhadap data penelitian yang diperoleh melalui metode *in-depth interviews*, *focus group discussion*, dan studi literatur. Analisis data dijelaskan secara deskriptif yang terbagi ke dalam beberapa tema yaitu *willingness to pay*, pengalokasian biaya, materialitas biaya, dan perumusan biaya ideal dalam menjawab pertanyaan penelitian. Diketahui bahwa pelaku usaha mikro (*micro merchants*) bersedia membayar biaya *merchant discount rate*/MDR dan biaya *settlement* seperti standar yang ditetapkan Bank Indonesia dengan melihat potensi penggunaan uang digital di masyarakat saat ini yang berpotensi meningkatkan penjualan *micro merchants*. Adapun keputusan pengalokasian biaya MDR dapat dilekatkan pada biaya periodik, yang mana ditanggung sendiri oleh penjual, atau dilekatkan sebagai biaya produk. Apabila keputusan pengalokasian biaya MDR dilekatkan pada biaya produk maka akan memengaruhi *pricing* produk. Konsep pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan perlu diperhatikan dalam hal ini.

Penentuan standar biaya MDR dan biaya *settlement* sebaiknya disesuaikan dengan pendapatan dan modal usaha, serta laba bersih yang diperoleh *micro merchants*. Mengingat sejak dikeluarkannya PP Nomor 7 Tahun 2021 Tentang UMKM, jangkauan pendapatan atau omzet usaha untuk kelompok usaha mikro semakin luas, yaitu maksimal Rp2 miliar. Bank Indonesia dapat membuat jangkauan tarif biaya MDR dan *settlement* dengan berdasar pada tingkatan omzet dan modal usaha *micro merchants*. Sebagai contoh, *range* 0,5%-0,7% MDR untuk usaha mikro tingkat terendah, 0,8-1% MDR untuk usaha mikro berkembang, dan 1%-1,2% MDR untuk usaha mikro maju. Adapun pengelompokan tingkat usaha mikro rendah, berkembang, dan maju didasarkan *range* omzet dan modal usaha mikro. Sehingga dengan adanya penetapan biaya MDR yang pasti dari Bank Indonesia dapat memberikan informasi yang pasti juga kepada PJSP dalam menetapkan biaya MDR kepada *micro merchants*.

Penelitian ini tentu akan menambah topik bahasan yang baru terkait penggunaan QRIS sebagai kanal pembayaran dan diharapkan dapat membantu pembuat kebijakan, khususnya Bank Indonesia, untuk menentukan penerapan kebijakan biaya MDR dan biaya *settlement* untuk usaha mikro. Keterbatasan waktu dan wilayah dapat menjadi bias penelitian ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat didukung dengan studi kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner pada jangkauan wilayah yang lebih luas dan dianalisis secara statistik untuk mengetahui tingkat kesediaan *micro merchants* dalam membayar biaya MDR dan biaya *settlement* penggunaan QRIS.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Rukmana, L., & R., W. W. (2022). Efektivitas dan Efisiensi Sistem Pembayaran Non Tunai Quick Response Indonesian Standard (QRIS) dalam Mempengaruhi Inklusi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal*, 73-83.
- Afiyanti, Y. (2008, Maret). Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terfokus) Sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 12(1), 58-62.
- Ahriana, Yani, A., & Maruf, U. (2016). Studi Analisis Hubungan Antara Self Efficacy dengan Hasil. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 4(2), 223-238.
- Arens, A., Elder, R., Beasley, M., & Hogan, C. (2017). *Auditing and Assurance Services: An Integrated Approach 16th Edition*. USA: Pearson.
- ASPI. (2022, Desember 15). *Satu QRIS untuk seluruh pembayaran*. Retrieved from Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia: <https://www.aspi-indonesia.or.id/standar-dan-layanan/qrisk/>

- Bank Indonesia. (2022, Desember 30). *QR Code Indonesian Standard (QRIS), Apa itu QRIS?* Retrieved from Kanal dan Layanan: <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx>
- Basmantra, I. N., & Liman, N. (2022). Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Educational. *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Bisnis Bali. (2020). MDR QRIS Nol Persen Bagi Merchant UMI dan UMKM Diperpanjang. Denpasar, Bali, Indonesia. Retrieved from <http://bisnisbali.com/mdr-qr-is-nol-persen-bagi-merchant-umi-dan-umkm-diperpanjang/>
- Breidert, C., Hahsler, M., & Reutterer, T. (2015). A Review of Methods for Measuring Willingness-To-Pay. *Innovative Marketing*.
- Carera, W. B., Gunawan, D. S., & Fauzi, P. (2022). Analisis Perbedaan Omset Penjualan UMKM Sebelum dan Sesudah Menggunakan QRIS di Purwokerto. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 24(1), 48-57.
- Clarysse, B., Wright, M., Bruneel, J., & Mahajan, A. (2014). Creating value in ecosystems: Crossing the chasm between knowledge and business. *Research Policy*, 43(7), 1164-1176. doi:<https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.04.014>
- CNN. (2021, Februari 18). Gratis MDR QRIS Usaha Mikro Diperpanjang ke 31 Desember 2021. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210218180158-78-608057/gratis-mdr-qr-is-usaha-mikro-diperpanjang-ke-31-desember-2021>
- Creswell, J. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Damanik, D. (2019). WILLINGNESS TO PAY (WTP) PENGUNJUNG MUSEUM SIMALUNGUN DI KOTA PEMATANGSIANTAR. *Jurnal IKRA - ITH Ekonomi*, 2(3), 9-16.
- Dwilaksmi, N., & Griadhi, N. (2015). *KEABSAHAN PERMEN DALAM TRANSAKSI PEMBAYARAN*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Febrian, A. (2022, Mei 30). Dilarang keras menyalin, memodifikasi, produksi ulang, menerbitkan ulang, upload ulang, serta mendistribusikan ulang semua konten Business Insight dalam bentuk apa pun tanpa izin tertulis terlebih dahulu dari Kontan. Semua konten dalam Business Insight ad. Retrieved from <https://insight.kontan.co.id/news/mendorong-transaksi-usaha-mikro-bi-perpanjang-relaksasi-biaya-qr-is-1>
- Hansen, D., & Mowen, M. (2007). *Managerial Accounting* (8th ed.). South-Western: Thomson.
- Karniawati, N., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Sanica, I. (2021). Community Perception of using QR Code Payment in Era New Normal. *ParArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(1), 3986-3999.
- Katadata. (2021, November 18). BI Perpanjang Tarif QRIS 0% untuk Usaha Mikro Hingga Juni 2022. Retrieved from <https://katadata.co.id/>
- Lehoux P., B. P. (2006). Focus group research and "the patient's view". *Social Science and Medicine*, 63, 2091-2104.
- Liputan 6. (2023). Marak Uang Kembalian Pakai Permen, BI: Masyarakat Berhak Menolak. Indonesia.
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. A. (2021). Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? sebuah model untuk memahami intensi UMKM menggunakan QRIS. *Forum Ekonomi*, 23(4), 735-747.
- Marina, S., Kartini, D., Sari, D., & Padmasasmita, S. (2016, December). Customer Loyalty as the implication of price fairness determined by relationship marketing and service quality of airline services. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 11(2), 43-51.
- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123-135.
- MBN. (2022). *Willingness to pay - definition and meaning*. Retrieved from Market Business News: <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/willingness-pay-definition-meaning/>
- Nisa, Y. (2019). *Customer Loyalty - Does pricing matter? A study of the managers' perspective*. Lulea: Lulea University of Technology, Department of Business Administration.
- Paydia. (2021, November 5). Daftar QRIS Merchant Meningkatkan, BI Perpanjang Tarif 0%. Retrieved from <https://paydia.id/daftar-qr-is-merchant-meningkat-bi-perpanjang-tarif-0/>
- Republika. (2020). Realita Kesenjangan Digital Antargenerasi. Indonesia.

- Riana, E. T., Mukson, & Roessali, W. (2019). Analisis kesediaan membayar (willingness to pay) konsumen terhadap berbagai jenis beras organik di kota semarang (kasus di pasar modern gelael signature). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 3(4), 689-700.
- Rohma, F. F., & Febrianti, A. V. (2022). The Implementation of Differential Analysis in Ultra-Micro Manufacturing Business. *Best Journal of Administration and Management*, 1(2), 75-79.
- Rohma, F. F., & Wahyu, P. E. A. N. (2022). The analysis of process costing method: a case study in ultra micro business. *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 10(02), 1-12.
- Rohma, F. F. & Solihah. (2022). The Urgency of Determining Accurate Costing Methods in the Cost of Goods Manufactured. *Neo Journal of economy and social humanities*, 1(2), 105-109.
- Rohma, F. F. (2022). *Akuntansi Biaya: Pengelolaan Informasi Biaya*. Eureka Media Aksara: Purbalingga.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital. *KINERJA*, 17(2), 237-247.
- Seputri, W., & Yafiz, M. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z: Analisis Faktor. *ADZKIYA: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 10(02), 139-148.
- Setiawan, I., & Mahyuni, L. (2020). QRIS DI MATA UMKM: EKSPLORASI PERSEPSI DAN INTENSI. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 921-946.
- Setyowati, D. (2019, September 18). BI: Biaya Transaksi Kode QR 0,7% Tergolong Murah. Retrieved from Digital: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4e6d6b217/bi-biaya-transaksi-kode-qr-07-tergolong-murah>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020, April). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287-297.
- Silalahi, P. R., Tambunan, K., & Batubara, T. R. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *Jurnal Ilmah Multidisiplin*, 1(2), 122-128.
- Stobierski, T. (2020, Oktober 20). WILLINGNESS TO PAY: WHAT IT IS & HOW TO CALCULATE. Retrieved from Harvard Business School Online: <https://online.hbs.edu/blog/post/willingness-to-pay>
- Suheriadi. (2022, Desember 23). BI Perpanjang Relaksasi Pengguna Kartu Kredit hingga 30 Juni 2023. Retrieved from <https://www.fortuneidn.com/finance/suheriadi/bi-perpanjang-relaksasi-pengguna-kartu-kredit-hingga-30-juni-2023>
- Wiratmini, N. P. (2020, Februari 5). *Implementasi QRIS: Merchant Keluhkan Biaya 0,7 Persen*. (A. S. Rini, Editor) Retrieved from <https://finansial.bisnis.com/read/20200205/90/1197655/implementasi-qris-merchant-keluhkan-biaya-07-persen>
- Yuliati, T., & Handayani, T. (2021). Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital QRIS Sebagai Alat Pembayaran Pada UMKM. *Community Development Journal*, 2(3), 811-816.

