

**SKRIPSI**

**PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI  
QRIS TERHADAP PERKEMBANGAN SEKTOR UMKM  
DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR**

**Oleh:**

**DINI ENDANG PUSPITA  
NPM. 2103010020**



**Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
TAHUN 1447 H / 2025 M**

**PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI QRIS  
TERHADAP PERKEMBANGAN SEKTOR UMKM  
DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**DINI ENDANG PUSPITA**  
NPM. 2103010020

Pembimbing: Nur Syamsiyah, M.E.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**1447 H/ 2025 M**

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : Untuk Dimunaqosyahkan

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di –  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi:

Nama : DINI ENDANG PUSPITA  
NPM : 2103010020  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN  
TEKNOLOGI QRIS TERHADAP PERKEMBANGAN  
SEKTOR UMKM DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Wr. Wb*

Metro, 22 Mei 2025

Pembimbing



**Nur Syamsiyah, M.E**  
NIP. 19941129 202012 2 017

## HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul : PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN  
TEKNOLOGI QRIS TERHADAP PERKEMBANGAN  
SEKTOR UMKM DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR

Nama : DINI ENDANG PUSPITA

NPM : 2103010020

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 22 Mei 2025

Pembimbing



**Nur Syamsiyah, M.E**

NIP. 19941129 202012 2 017



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**  
Nomor: B-1439/In.28.3/D/PP.00.9/06/2025

Skripsi dengan judul: PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI QRIS TERHADAP PERKEMBANGAN SEKTOR UMKM DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR, disusun oleh: Dini Endang Puspita, NPM: 2103010020, Program Studi: Ekonomi Syariah, yang telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pada hari/tanggal: Selasa, 10 Juni 2025.

**TIM PENGUJI MUNAQOSYAH**

Ketua/Moderator : Nur Syamsiyah, M.E.

Penguji I : Yuyun Yunarti, M.Si.

Penguji II : Misfi Laili Rohmi, M.Si.

Sekretaris : Agus Alimuddin, M.E.



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Dwi Santoso, M.H.**  
NIP. 19610316 199503 1 001

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI QRIS TERHADAP PERKEMBANGAN SEKTOR UMKM DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR**

**Oleh:**

**DINI ENDANG PUSPITA  
NPM. 2103010020**

Perkembangan sektor UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS menjadi faktor yang dapat meningkatkan perkembangan suatu usaha, khususnya di tengah persaingan usaha yang ketat dan rendahnya adopsi sistem pembayaran digital di 15A Iringmulyo Metro Timur. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan populasi sebanyak 97 UMKM di sektor kuliner. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *simple random sampling* sebanyak 50 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 26 dengan beberapa tahap pengujian, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM dengan nilai uji t sebesar  $2,228 > 2,010$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Pemanfaatan teknologi QRIS juga berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai uji t sebesar  $2,210 > 2,010$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara simultan, pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS berpengaruh signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM dengan nilai uji F sebesar  $19,941 > 3,19$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran penting dalam mendorong perkembangan UMKM di 15A Iringmulyo, Metro Timur.

**Kata Kunci:** Pemasaran, QRIS, Perkembangan Sektor UMKM

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dini Endang Puspita  
NPM : 2103010020  
Program Sttudi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 10 Juni 2025



**Dini Endang Puspita**  
NPM. 2103010020

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

Artinya: "*Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya*". (QS. Al-Baqarah (2) : 286)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI, *Al Quran Dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015).

## **PERSEMBAHAN**

Puji Syukur ke-Hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orangtua, Ayahanda Suryadi dan Ibu Dewi Purwati. Terimakasih untuk, perhatian, kasih sayang dan cinta paling besar untuk anak perempuan pertama ini. Memberikan semangat dan motivasi tiada henti. Terimakasih sudah, merawat dan membesarkan penulis dengan penuh cinta, serta semua do'a dan dukungan selama ini, sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Adikku, Dzaki Surya Saputra. Terimakasih telah menjadi penyemangat bagi penulis atas tingkah lucu serta dukungan dan do'a, yang membuat penulis semangat untuk mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
3. Almamaterku, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke-Hadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya, yang telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penyusunan Skripsi ini telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ida Umami, M.Pd.Kons., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, S.Ag., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Bapak Muhammad Mujib Baidhowi, M.E., selaku Ketua Program Studi S1 Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Ibu Liberty, SE, M.A., Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada peneliti.
5. Ibu Nur Syamsiyah, M.E., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan nasihat kepada peneliti.
6. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2021.
7. Responden Penelitian.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Dan akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT. meridhoi dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya, Aamiin.

Metro, 10 Juni 2025

Peneliti



**Dini Endang Puspita**

NPM. 2103010020

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah .....	11
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
F. Penelitian Relevan.....	13
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Perkembangan Sektor UMKM.....	16
1. Pengertian Sektor UMKM .....	16
2. Pengertian Perkembangan Sektor UMKM .....	17
3. Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Sektor UMKM...	18
4. Indikator Perkembangan Sektor UMKM.....	20

B. Pemasaran .....	21
1. Pengertian Pemasaran .....	21
2. Indikator Pemasaran.....	24
C. Pemanfaatan Teknologi QRIS .....	25
1. Pengertian Teknologi QRIS .....	25
2. Pengertian Pemanfaatan Teknologi QRIS .....	26
3. Indikator Pemanfaatan Teknologi QRIS .....	26
D. Kerangka Pemikiran.....	27
E. Hipotesis Penelitian.....	29

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian .....	33
B. Definisi Operasional Variabel .....	33
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
D. Teknik Pengumpulan Data .....	36
E. Instrumen Penelitian .....	38
F. Teknik Analisis Data .....	39

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum UMKM Kelurahan Iringmulyo Metro Timur...	46
B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden .....	48
C. Hasil Penelitian .....	52
D. Pembahasan.....	60

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	66
B. Saran.....	66

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah UMKM di Kecamatan Metro Timur .....	5
Tabel 1. 2	Jumlah UMKM Pengguna QRIS di 15A Iringmulyo Metro Timur...	6
Tabel 1. 3	Penelitian Relevan .....	14
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel .....	34
Tabel 3. 2	Skala Likert .....	37
Tabel 3. 3	Rancangan Kisi-Kisi Angket .....	38
Tabel 4. 1	Jumlah UMKM di Kecamatan Metro Timur .....	46
Tabel 4. 2	Jumlah UMKM Pengguna QRIS di 15A Iringmulyo Metro Timur...	47
Tabel 4. 3	Hasil Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Pemasaran .....	48
Tabel 4. 4	Hasil Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Pemanfaatan Teknologi QRIS .....	49
Tabel 4. 5	Hasil Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Perkembangan Sektor UMKM .....	49
Tabel 4. 6	Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4. 7	Usia Responden.....	51
Tabel 4. 8	Lama Usaha.....	51
Tabel 4. 9	Jangka Waktu Penggunaan QRIS .....	52
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas .....	53
Tabel 4. 11	Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4. 12	Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4. 13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4. 14	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	56
Tabel 4. 15	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	57
Tabel 4. 16	Interpretasi Regresi Berganda .....	57
Tabel 4. 17	Hasil Uji Parsial (Uji <i>t</i> ) .....	58
Tabel 4. 18	Hasil Uji Simultan (Uji <i>F</i> ).....	59
Tabel 4. 19	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambaran Umum Dalam Perekonomian Indonesia .....	1
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	29

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat suatu negara. Suatu negara dapat dikatakan mengalami perkembangan ekonomi yang baik apabila aktivitas ekonominya mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.<sup>2</sup> Pada dasarnya, kebutuhan masyarakat yang beragam menuntut adanya lapangan pekerjaan yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Oleh karena itu, masyarakat perlu mengembangkan potensi dan keterampilan mereka untuk menciptakan peluang usaha. UMKM menjadi salah satu cara dalam mengelola potensi tersebut, UMKM tidak hanya memberikan kesempatan kerja tetapi juga berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia.<sup>3</sup>

Gambar 1.1 Gambaran Umum Perekonomian Indonesia



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM

<sup>2</sup> Helly Aroza Siregar dan Febdwi Suryani, “Pengaruh Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Terhadap Produktivitas Umkm Dan Dampaknya Pada Pertumbuhan Ekonomi Indonesia,” *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, No. 1/ 2022, 105–117.

<sup>3</sup> Atsna Himmatul Aliyah, “Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat,” *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, No.1/ 2022, 64–72.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8,5 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97,02% dari total tenaga kerja yang ada.<sup>4</sup> UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, sebagai tulang punggung ekonomi nasional, UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah krisis, tetapi juga memberikan kontribusi dalam pemerataan pendapatan, serta menyerap banyak tenaga kerja, sehingga dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran.<sup>5</sup> Saat ini, UMKM sedang dalam tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan data kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, pada tahun 2023 sektor UMKM mencapai 64 juta, jumlah UMKM ini terus mengalami peningkatan, dan pada tahun 2024 yang mencapai lebih dari 65 juta UMKM.<sup>6</sup>

Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal, terdapat enam faktor utama yang dapat memengaruhi perkembangan UMKM. Faktor-faktor tersebut meliputi faktor ekonomi, sosial dan budaya, teknologi, hukum dan regulasi, geografis dan lingkungan fisik, serta faktor pemasaran dan persaingan. Setiap faktor tersebut

---

<sup>4</sup> Heni Susilowati et al., *Kinerja Bisnis UMKM Di Era Digital*, ed. Widyarningsih Dewi, Pertama (Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, 2022), 31.

<sup>5</sup> Heni Susilowati et al., *Kinerja Bisnis UMKM Di Era Digital*, (Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, 2022), 1.

<sup>6</sup> KEMENKOPUKM, "Tenaga Pendukung Pengembangan Kewirausahaan Melalui Sinergi Dengan Dunia Usaha Dan Industri," 2024.

memiliki peran dan pengaruh masing-masing terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan usaha.<sup>7</sup>

Dalam dunia usaha yang kompetitif saat ini, pelaku UMKM dituntut tidak hanya mampu menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga harus cerdas dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Tidak hanya strategi promosi konvensional, pelaku UMKM juga dituntut untuk memanfaatkan berbagai platform digital. Perkembangan teknologi membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Teknologi tidak hanya digunakan dalam proses produksi, tetapi juga dalam mendukung pelayanan dan sistem transaksi. Dengan meningkatnya kebutuhan transaksi non-tunai, dunia perbankan pun turut berperan dalam pengembangan sistem pembayaran digital dengan menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung transaksi non tunai. Platform digital mendorong lahirnya berbagai solusi pembayaran berbasis teknologi salah satunya adalah kemunculan dompet digital dan metode pembayaran berbasis QR Code atau disebut dengan QRIS menjadi solusi kebutuhan transaksi yang lebih praktis dan aman. Untuk mendukung perkembangan UMKM di Indonesia, pemerintah juga mendorong UMKM untuk memanfaatkan QRIS sebagai metode pembayaran yang efisien.<sup>8</sup>

QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) adalah standar nasional kode QR yang digunakan dalam berbagai transaksi pembayaran digital di

---

<sup>7</sup> Blasius Manggu et al., *Daya Saing UMKM Di Wilayah Perbatasan Melalui Peran Lingkungan, Modal Usaha Dan Kreativitas Pemasaran* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2023).

<sup>8</sup> Hersatoto Listiyono et al, "Dinamika Implementasi QRIS: Meninjau Peluang Dan Tantangan Bagi UMKM Indonesia," *IKRA-ITH Informatika : Jurnal Komputer Dan Informatika* No. 2/Juli 2024, 121.

Indonesia. QRIS dirancang untuk mempercepat transaksi, mempermudah pengelolaan keuangan dan menjamin keamanan transaksi non-tunai, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. QR Code adalah jenis kode batang dua dimensi yang dapat menyimpan berbagai informasi, dan dengan memanfaatkan dompet digital atau mobile banking, pengguna dapat melakukan transaksi hanya dengan memindai kode tersebut. Dengan adanya QRIS, transaksi cukup dilakukan menggunakan satu kode barcode, yang tentunya memberikan manfaat bagi UMKM. QRIS juga berperan penting dalam mengurangi potensi penipuan akibat peredaran uang palsu serta meminimalkan risiko pencurian uang tunai.<sup>9</sup> Fokus utama penerapan QRIS adalah mendukung pelaku UMKM agar dapat mengembangkan bisnis mereka. Bank Indonesia (BI), bersama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), secara resmi meluncurkan QRIS sebagai standar nasional untuk kode QR pembayaran di Indonesia untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dan mendukung perkembangan UMKM.<sup>10</sup>

Bank Indonesia menyatakan bahwa terdapat peningkatan, sebanyak 226,54% pada tahun 2024, dengan 50,5 juta pengguna dan 32,7 juta *merchant* yang telah bergabung.<sup>11</sup> Peningkatan penggunaan QRIS juga tercermin di berbagai daerah, termasuk di Provinsi Lampung. Kantor Perwakilan Bank Indonesia (BI) Lampung menyatakan bahwa jumlah pengguna QRIS hingga Agustus 2024

---

<sup>9</sup> Enny Puji Lestari et al., "The Effectiveness of Using Digital Technology ( QRIS ) in the Payment System for the Development of MSMEs of Metro City," *Al-Iqtishadiyah*, No.2/ December 2024, 2.

<sup>10</sup> Dyah Ayu Paramitha dan Dian Kusumaningtyas, *Qris Layanan Untuk Loyalitas Dan Kepuasan*, (Kediri: Fakultas Ekonomi, 2023), 54.

<sup>11</sup> Muwwahid Billah, Saepul Rahmat, and Udin Saripudin, "Analisis Penggunaan Uang Digital Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," No. 2/ September 2024, 136.

mencapai 1,7 juta. Kota Metro menempati urutan kedua dalam penerapan QRIS terbanyak di Provinsi Lampung. Kantor Perwakilan BI Lampung menyatakan bahwa jumlah *merchant* mencapai 154.839.<sup>12</sup>

Perkembangan UMKM di 15A Iringmulyo, yang menjadi lokasi penelitian, merupakan salah satu wilayah yang didominasi sektor UMKM. Hal tersebut diperkuat dengan data sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kecamatan Metro Timur**

No	Sektor UMKM	Jumlah UMKM
1	Kelurahan Tejosari	431
2	Kelurahan Iringmulyo	729
3	Kelurahan Yosodadi	344
4	Kelurahan Yososrejo	518
5	Kelurahan Tejoagung	490
<b>Total</b>		<b>2512</b>

*Sumber: Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian  
Pemerintah Kota Metro*

Berdasarkan tabel 1.1 terdapat 2.512 UMKM di Kecamatan Metro Timur, yang tersebar di beberapa kelurahan, dimana sektor UMKM di kecamatan ini terpusat dan mendominasi di Kelurahan Iringmulyo. Namun demikian, dalam perkembangannya, UMKM di wilayah ini tidak seluruhnya mengalami pertumbuhan yang baik. Terdapat sebagian pelaku usaha yang usahanya berkembang pesat, namun tidak sedikit pula yang mengalami stagnasi bahkan berhenti beroperasi. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah ketatnya persaingan usaha dengan produk-produk sejenis, keterbatasan strategi

---

<sup>12</sup> Febri Arianto, "UMKM Go Digital, Bank Indonesia Lampung Catat Bandar Lampung Tertinggi Pengguna QRIS, Lampung Barat Terendah," *Lampungpro.Co*, diakses pada 1 November 2024.

pemasaran yang diterapkan, dan rendahnya adaptasi terhadap teknologi digital. Situasi ini membuat sebagian pelaku usaha kesulitan mempertahankan pelanggan dan memperluas pasar, sehingga usaha yang dijalankan tidak dapat berkembang secara optimal. Permasalahan umum yang terjadi pada UMKM di 15A Iringmulyo adalah adanya usaha yang berkembang pesat dan ada pula yang menghilang dari pasar atau tidak mengalami perkembangan.

Dalam situasi ini, kemampuan pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara efektif menjadi salah satu hal yang menentukan perkembangan usahanya. Selain itu, teknologi pun turut berperan, salah satunya teknologi digital seperti QRIS sebagai sistem pembayaran berbasis QR Code. Di 15A Iringmulyo, sejumlah UMKM telah menggunakan QRIS dalam transaksi usahanya. Hal ini diperkuat dengan data sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Jumlah UMKM Pengguna QRIS di 15A Iringmulyo Metro Timur**

No	Sektor UMKM	Jumlah UMKM	Jumlah Pengguna QRIS
1	Sektor Perdagangan	231	51
2	Sektor Kuliner	249	97
3	Sektor Jasa	164	53
4	Sektor Industri	85	18
<b>Total</b>		<b>729</b>	<b>219</b>

*Sumber: Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Pemerintah Kota Metro*

Berdasarkan dari tabel 1.2, UMKM yang sudah menggunakan QRIS di wilayah ini yaitu 219 UMKM dari 729 UMKM atau sekitar 30%. Dengan sektor kuliner sebagai salah satu sektor yang mendominasi, yaitu 249 UMKM dengan pengguna QRIS 97 UMKM. Dalam penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada UMKM yang sudah menggunakan QRIS di sektor kuliner, pemilihan ini

karena, sektor kuliner merupakan sektor yang paling mendominasi dalam hal penggunaan QRIS.

Meskipun demikian, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku UMKM di wilayah 15A Iringmulyo, ditemukan bahwa masih terdapat sebagian pelaku usaha belum menggunakan QRIS. Seperti hasil wawancara dengan Reza, pelaku usaha jasa, menyampaikan bahwa dirinya belum menggunakan QRIS karena belum tahu cara pendaftarannya dan merasa proses pengajuannya harus melalui aplikasi bank atau dompet digital yang belum pernah ia coba sebelumnya.<sup>13</sup> Selanjutnya wawancara dengan Fadil, pelaku usaha kuliner, mengatakan bahwa sebenarnya ia ingin menggunakan QRIS, namun hingga saat ini belum sempat mengurusnya karena sibuk mengelola usaha.<sup>14</sup> Sari, pelaku usaha fashion, mengungkapkan bahwa dirinya belum menggunakan QRIS dikarenakan jumlah transaksi yang tidak terlalu banyak per harinya.<sup>15</sup>

Di sisi lain, sejumlah pelaku UMKM di wilayah ini telah memanfaatkan QRIS dalam aktivitas usahanya. Berdasarkan hasil wawancara, Tika, pelaku usaha kuliner, menyampaikan bahwa sejak menggunakan QRIS, proses transaksi di usahanya menjadi lebih cepat dan praktis, terutama saat ramai pembeli.<sup>16</sup> Hal serupa diungkapkan oleh Deni, pelaku usaha kuliner, yang menyatakan bahwa QRIS memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah transaksi. Menurutnya, pelanggan dari kalangan anak muda lebih memilih pembayaran non-tunai, sehingga dengan adanya QRIS, usahanya menjadi lebih diminati.<sup>17</sup>

---

<sup>13</sup> Wawancara Kepada Reza Pelaku Usaha Jasa.

<sup>14</sup> Wawancara Kepada Fadil Pelaku Usaha Kuliner.

<sup>15</sup> Wawancara Kepada Sari Pelaku Usaha Fashion.

<sup>16</sup> Wawancara Kepada Tika Pelaku Usaha Kuliner.

<sup>17</sup> Wawancara Kepada Deni Pelaku Usaha Kuliner.

Fakta tersebut menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di wilayah 15A Iringmulyo tidak sepenuhnya berjalan optimal. Meskipun sebagian pelaku usaha telah memanfaatkan teknologi digital seperti QRIS, namun masih banyak pelaku usaha yang belum menggunakan sistem tersebut. Di sisi lain, tantangan dalam strategi pemasaran juga masih dihadapi oleh pelaku UMKM, di mana persaingan yang ketat dan produk-produk sejenis membuat pelaku usaha perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif agar dapat mempertahankan usahanya dan memperluas pasar.

Strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM di wilayah ini masih cenderung sederhana dan konvensional. Beberapa pelaku usaha mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, pemasangan banner, serta penawaran langsung di lokasi usaha. Sebagian pelaku UMKM juga telah memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp untuk promosi, namun penggunaannya masih terbatas pada lingkup pelanggan terdekat. Hal ini menyebabkan pemasaran belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas secara maksimal, terlebih di tengah persaingan usaha yang ketat di wilayah tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memperhatikan beberapa unsur seperti produk yang ditawarkan, penetapan harga, lokasi usaha, serta cara promosi yang digunakan. Keempat hal tersebut saling berkaitan dan dapat memengaruhi minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan kondisi tersebut, dua faktor penting yang memengaruhi perkembangan UMKM di wilayah ini, yaitu strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital. Strategi pemasaran menjadi aspek yang sangat menentukan karena berkaitan dengan bagaimana pelaku usaha mengenalkan, menawarkan, dan

memasarkan produk kepada konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat. Pelaku usaha dituntut untuk memiliki inovasi dan kreativitas dalam menyusun strategi pemasaran agar usahanya tetap eksis dan berkembang.<sup>18</sup> Selain itu, perkembangan suatu usaha juga dapat dicapai melalui pemanfaatan sumber daya, seperti teknologi. perusahaan yang mampu mengelola dan memanfaatkan aset seperti teknologi akan memiliki peluang lebih besar dan berkembang.<sup>19</sup>

Sejalan dengan fokus tersebut, beberapa penelitian terdahulu juga telah mengkaji berbagai temuan seperti penelitian yang dilakukan oleh Melifia Liantifa menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Strategi pemasaran termasuk salah satu faktor yang mempengaruhi pengembangan UMKM. Dimana dijelaskan bahwa, dengan strategi pemasaran yang baik dan inovatif yang dijalankan oleh pelaku UMKM dapat mempengaruhi perkembangan UMKM.<sup>20</sup>

Namun, hasil penelitian Rima Puri bahwa pemasaran tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Hal tersebut disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti produk yang kurang menarik atau strategi pemasaran yang belum mengikuti perkembangan zaman. Meskipun pemasaran telah dilakukan secara intensif, jika produk yang ditawarkan tidak

---

<sup>18</sup> I Darsana, Made et al., *Strategi Pemasaran, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., vol. 1 (Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023).

<sup>19</sup> Suwignyo Widagdo, Emy Kholifah Rachmaningsih, dan Yuniuritas Indah Handayani, *Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas Dan Sumberdaya*, (Jawa Timur: Mandala Press, 2019), 149.

<sup>20</sup> Melifia Liantifa and Fiqri, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm," *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* No. 3/ 2023.

memiliki nilai lebih dan masih terbatas pada metode luring tanpa memanfaatkan teknologi digital, maka hasilnya tetap kurang maksimal.<sup>21</sup>

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Paskanova Gainau yang menunjukkan bahwa pemanfaatan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Semakin banyak manfaat yang dirasakan oleh pelaku usaha dari penggunaan QRIS, maka semakin berkembang usaha yang dijalankan.<sup>22</sup>

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan UMKM di wilayah 15A Iringmulyo dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan pemanfaatan teknologi digital, seperti QRIS. Oleh karena itu peneliti berfokus pada, **“Pengaruh Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi QRIS terhadap Perkembangan Sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang didapati yaitu:

1. Masih banyak pelaku UMKM di wilayah 15A Iringmulyo yang mengalami stagnasi usaha, bahkan ada yang berhenti beroperasi, akibat ketatnya persaingan dan keterbatasan strategi pemasaran yang diterapkan.

---

<sup>21</sup> Rima Puri Aldina and Margunani Margunani, “Pengaruh Inovasi Produk, Tenaga Kerja, Dan Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Kerajinan Di Kecamatan Purwanegara Banjarnegara,” *Business and Accounting Education Journal*, No. 1/ 2022, 83–91.

<sup>22</sup> Paskanova Christi Gainau, Cecilia Engko, and Yesica Thelma Gaspersz, “Sistem Pembayaran QRIS Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Di Kota Ambon,” *Journal of Business & Banking* 13, no. 2 (2024): 177–91.

2. Sebagian besar pelaku UMKM di 15A Iringmulyo masih menggunakan metode pemasaran konvensional seperti promosi dari mulut ke mulut, pemasangan banner dan hanya sedikit yang memanfaatkan media sosial, sehingga jangkauan pasar usaha mereka masih terbatas.
3. Perkembangan teknologi digital membawa perubahan signifikan dalam sistem pembayaran, di mana QRIS muncul sebagai solusi pembayaran yang lebih efisien dan aman. Meskipun QRIS menawarkan banyak manfaat, hanya sekitar 30% UMKM di wilayah tersebut yang mengadopsi sistem pembayaran ini.
4. Sebagian pelaku UMKM di 15A Iringmulyo belum menggunakan QRIS karena menganggap usaha mereka belum memerlukan metode pembayaran digital, terbatasnya informasi mengenai proses pendaftaran, serta kurangnya pemahaman mengenai manfaat sistem pembayaran tersebut bagi keberlanjutan usaha.

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah digunakan untuk menghindari pelebaran pokok masalah agar penelitian lebih fokus dan memudahkan dalam pembahasan sehingga penelitian dapat tercapai. Mengingat keterbatasan sarana dan prasarana yang peneliti miliki, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Dari enam faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM, penelitian ini hanya membahas dua faktor, yaitu pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital (QRIS).

2. Variabel bebas ( $X_1$ ), pemasaran dengan indikator yang digunakan berdasarkan teori bauran pemasaran 4P oleh Kotler dan Keller.
3. Variabel bebas ( $X_2$ ), pemanfaatan teknologi QRIS dengan indikator yang digunakan berdasarkan model *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis.
4. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kelurahan Iringmulyo, Metro Timur, dengan fokus pada UMKM di sektor kuliner.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat di rumuskan permasalahan yang dijadikan fokus penelitian ini adalah:

1. Apakah pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur?
2. Apakah pemanfaatan teknologi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur?
3. Apakah pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemanfaatan teknologi QRIS terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman peneliti dan tambahan literatur atau referensi penulis mengenai pemasaran dan pemanfaatan QRIS terhadap perkembangan UMKM.

### b. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan bagi pelaku UMKM yang belum menggunakan QRIS, sehingga dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan daya saing.

## F. Penelitian Relevan

Untuk menunjukkan adanya kebaruan (*novelty*) antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, maka peneliti akan membandingkan penelitian ini dengan

penelitian terdahulu yang relevan seperti yang dilakukan oleh, Mia Maulida dan Sisca Septiani<sup>23</sup>, Mozes Haryanti, dkk<sup>24</sup> dan Fahrudin, dkk.<sup>25</sup>

**Tabel 1.3 Penelitian Relevan**

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Mia Maulida dan Sisca Septiani, 2023. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha Seblak	Strategi pemasaran dan kualitas produk berpengaruh terhadap pengembangan usaha seblak	Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan sama-sama menggunakan kuesioner (anagket)	Pada penelitian terdahulu teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>accidental sampling</i> sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan adalah <i>simple random sampling</i>
2.	Mozes Haryanti, dkk, 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap peningkatan penjualan	Teori yang digunakan sama-sama menggunakan teori bauran pemasaran 4P	Pada penelitian terdahulu variabel yang diteliti hanya fokus pada volume penjualan, sedangkan pada penelitian ini lebih luas karena membahas perkembangan usaha, baik dari segi peningkatan omset, jumlah pelanggan, maupun keberlanjutan usaha.
3.	Fahrudin dan Putri Lailatul Isnaini, 2023. Pengaruh Penggunaan <i>Quick response Code Indonesian Standard</i> (QRIS) Oleh UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan penggunaan QRIS melalui Aplikasi DANA berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Kraksaan. Semakin	Membahas tentang penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran non tunai dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif	Pada penelitian terdahulu hanya membahas pada PJSP aplikasi DANA dan fokus penelitian hanya pada pendapatan UMKM sedangkan pada penelitian yang akan

<sup>23</sup> Mia Maulida, "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha Seblak," *Journal of Economics and Bussines Management*, No.3/ 2023, 166-178.

<sup>24</sup> Mozes Haryanto et al., "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan", *YUME : Journal of Management*, No. 1 (2022): 222-37.

<sup>25</sup> Fahrudin dan Putri Lailatul Isnaini, "Pengaruh Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Oleh UMKM Terhadap Pendapatan Usaha," *Jurnal Manajemen Strategi Dan Simulasi Bisnis*, No. 1/ 2023, 1-11.

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Terhadap Pendapatan Usaha	sering UMKM menggunakan QRIS semakin besar pengaruh positifnya terhadap pendapatan usahanya		peneliti lakukan tidak membatasi pada satu PJSP dan berfokus pada perkembangan UMKM

Penelitian sebelumnya telah banyak menyoroti peran pemasaran maupun pemanfaatan teknologi dalam perkembangan UMKM melalui berbagai pendekatan. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih membahas kedua faktor tersebut secara terpisah. Belum ada penelitian yang secara khusus menggabungkan variabel pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS dalam satu model penelitian yang berfokus pada perkembangan UMKM. Kebaruan dalam penelitian ini juga terletak pada fokus wilayah dan sektor usaha yang diteliti, yaitu UMKM sektor kuliner di 15A Iringmulyo, yang dimana objek penelitian sebelumnya hanya fokus pada satu usaha saja. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan variabel pemasaran dengan teori 4P Kotler dan Keller. Kebaruan lainnya, penelitian ini tidak membatasi penggunaan QRIS pada satu Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) tertentu, melainkan mencakup berbagai platform penyedia layanan QRIS, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS terhadap perkembangan UMKM di wilayah tersebut.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Perkembangan Sektor UMKM**

##### **1. Pengertian Sektor UMKM**

Menurut Dewi Suryani, UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan, kelompok, atau badan hukum yang termasuk kategori sebagai usaha mikro.<sup>1</sup> Ani Mekaniwati menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha ekonomi yang bersifat produktif, yang dikelola oleh individu, keluarga, atau badan usaha dengan skala kecil, yang sesuai dengan kriteria dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2008.<sup>2</sup> Sementara itu, Januaridin menyebutkan bahwa UMKM adalah usaha dengan modal kecil, di mana aset seperti tanah dan bangunan tidak dihitung, kriterianya ditentukan berdasarkan kekayaan bersih pelaku usaha.<sup>3</sup>

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa, UMKM adalah usaha produktif yang dijalankan oleh individu, kelompok, keluarga ataupun badan usaha dalam skala kecil, dengan kriteria tertentu. Kriteria ini ditetapkan berdasarkan berbagai aspek, seperti jumlah aset dan omzet. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM dibagi ke dalam tiga kategori utama, yaitu:<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Dewi Suryani Purba et al., *Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), 44.

<sup>2</sup> Ani Mekaniwati et al., *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*, Pertama (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 58.

<sup>3</sup> Januaridin, *Pengembangan Umkm* (Medan: UNPRI PRESS, 2021), 3.

<sup>4</sup> Susilowati et al., *Kinerja Bisnis UMKM Di Era Digital*, 4-5.

- a. Usaha Mikro adalah jenis usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan undang-undang yang berlaku, yang memiliki *asset* maksimal Rp. 50.000.000 dengan *omset* tahunan maksimal sebesar Rp 300.000.000.
- b. Usaha Kecil adalah usaha yang dijalankan oleh individu atau badan usaha secara mandiri, yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha yang lebih besar, dengan jumlah *asset* sebesar  $>$  Rp 50.000.000, hingga Rp 500.000.000, dan *omset* yang diperoleh sebesar  $>$  Rp 300.000.000 hingga Rp 2,5 miliar.
- c. Usaha Menengah adalah usaha yang berdiri sendiri dan dikelola oleh individu atau badan usaha, yang juga bukan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil atau besar, yang memiliki *asset*  $>$  Rp. 500.000.000, hingga Rp 10 miliar dengan *omset* antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar.

## 2. Pengertian Perkembangan Sektor UMKM

Perkembangan UMKM merupakan suatu proses yang tidak hanya mencerminkan pertumbuhan UMKM tetapi juga perluasan lapangan kerja serta optimalisasi pemanfaatan SDA dan SDM, yang berkontribusi langsung terhadap peningkatan perekonomian, seperti yang dijelaskan oleh Halim dalam Fifian Permata.<sup>5</sup> Menurut Sahara, perkembangan UMKM merupakan sektor ekonomi yang berkontribusi sebagai sumber devisa negara, pencipta lapangan

---

<sup>5</sup> Fifian Permata et al., *Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM (Teori & Studi Kasus)*, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 2.

kerja, dan peningkat pendapatan masyarakat.<sup>6</sup> Menurut Sudiarti, dalam Januardin perkembangan UMKM merupakan pendorong kemajuan perekonomian daerah yang dapat memperluas struktur ekonomi dan memperkuat ketahanan ekonomi nasional.<sup>7</sup>

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa, perkembangan UMKM adalah proses pertumbuhan atau peningkatan yang berkontribusi terhadap perekonomian. Perkembangan ini mencerminkan pertumbuhan usaha, penciptaan lapangan kerja, optimalisasi sumber daya, serta penguatan ekonomi daerah dan nasional.

### **3. Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Sektor UMKM**

Perkembangan UMKM sangat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, yang dimana dapat mendukung atau menghambat. Beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, antara lain:<sup>8</sup>

- a. Faktor Ekonomi, memiliki peranan penting dalam memengaruhi perkembangan UMKM. Situasi perekonomian nasional, laju inflasi, serta kebijakan fiskal dan moneter secara langsung dapat berpengaruh terhadap aktivitas UMKM.
- b. Faktor Sosial dan Budaya, meliputi nilai-nilai, norma, serta kebiasaan masyarakat yang dapat menentukan jenis usaha yang dapat diterima dan

---

<sup>6</sup> Sahara et al., *Ekonomi Dan Bisnis: Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2024), 50.

<sup>7</sup> Januardin, *Pengembangan Umkm* (Medan: UNPRI PRESS, 2021), 7.

<sup>8</sup> Blasius Manggu et al., *Daya Saing UMKM Di Wilayah Perbatasan Melalui Peran Lingkungan, Modal Usaha Dan Kreativitas Pemasaran* (Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2023), 9-12.

berkembang di suatu daerah. UMKM yang mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan serta selera masyarakat setempat cenderung lebih berhasil dalam membangun dan mempertahankan pangsa pasar mereka.

- c. Faktor Teknologi, kemajuan teknologi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Penggunaan teknologi dapat membuka peluang, mempercepat proses produksi, serta memperluas jangkauan pasar. Sebaliknya, UMKM yang tidak mengikuti perkembangan teknologi dapat kesulitan bersaing. Menurut Suwignyo Widagdo, keunggulan bisnis atau perkembangan suatu usaha dapat dicapai melalui pemanfaatan sumber daya, seperti teknologi.<sup>9</sup> Sejalan dengan hal tersebut, Wernefelt dalam Suwignyo, menyatakan bahwa perusahaan yang mampu mengelola dan memanfaatkan aset seperti teknologi akan memiliki peluang lebih besar dan berkembang.<sup>10</sup>
- d. Faktor hukum dan regulasi meliputi aturan-aturan pemerintah yang berkaitan dengan perizinan usaha, kewajiban perpajakan, serta ketentuan mengenai lingkungan hidup. UMKM dituntut untuk memahami serta menaati ketentuan tersebut agar kegiatan usahanya dapat berjalan secara sah dan berkelanjutan.
- e. Faktor Geografis dan Lingkungan Fisik, lokasi usaha sangat berpengaruh terhadap aksesibilitas pasar, ketersediaan bahan baku, serta infrastruktur

---

<sup>9</sup> Widagdo, Rachmaningsih, dan Handayani, *Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas Dan Sumberdaya*, 149.

<sup>10</sup> Widagdo, Rachmaningsih, dan Handayani, 160.

pendukung. Selain itu, faktor lingkungan seperti kondisi cuaca dan risiko juga dapat memengaruhi kelangsungan operasional UMKM.

- f. Faktor Pemasaran dan Persaingan, dimana persaingan yang ketat serta strategi pemasaran di sekitar lingkungan berperan penting dalam menentukan kinerja UMKM. Oleh karena itu, UMKM harus mampu mengenali dan mengelola faktor-faktor tersebut agar dapat meraih keunggulan dalam persaingan. Dengan pemahaman yang baik terhadap kondisi lingkungan tersebut, UMKM dapat menemukan peluang baru, menghadapi berbagai kendala, serta merancang strategi pengembangan yang selaras dengan situasi lingkungan tempat mereka beroperasi.

#### **4. Indikator Perkembangan Sektor UMKM**

Menurut Joko Pramono, perkembangan suatu usaha dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu sebagai berikut:<sup>11</sup>

- a. Peningkatan Jumlah Pelanggan dari Waktu ke Waktu

Indikator ini menunjukkan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan semakin diminati oleh konsumen. Semakin banyak pelanggan yang datang, berarti usaha tersebut memiliki daya tarik yang baik di pasaran.

- b. Bertambahnya Jenis dan Jumlah Produk atau Jasa yang Ditawarkan

Jika jenis serta jumlah barang atau jasa yang dijual semakin banyak, hal ini menandakan bahwa usaha mampu meraih keuntungan sesuai dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya.

---

<sup>11</sup> Joko Pramono, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 129-130.

c. Jangkauan Pasar yang Semakin Meluas

Usaha yang berkembang akan memiliki pelanggan tidak hanya dari wilayah sekitar, tetapi juga dari luar area usaha. Semakin luas jangkauan penjualan menandakan usaha tersebut makin dikenal dan mengalami pertumbuhan yang positif.

d. Bertambahnya Modal Usaha

Seiring dengan kemajuan usaha, modal yang dimiliki pun akan terus bertambah. Hal ini memungkinkan pelaku usaha untuk membuka cabang baru tanpa harus mengajukan pinjaman tambahan.

e. Peningkatan Aset Usaha

Perkembangan usaha juga dapat dilihat dari bertambahnya aset atau barang berharga milik perusahaan. Aset ini akan bermanfaat untuk mendukung kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

## **B. Pemasaran**

### **1. Pengertian Pemasaran**

Menurut Kotler dan Keller dalam Ella Elliyana, pemasaran merupakan serangkaian aktivitas, organisasi dan proses yang bertujuan untuk menciptakan, menyampaikan, serta menukar berbagai penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra dan masyarakat secara luas.<sup>12</sup> Menurut Armstrong dalam Rosmawati, pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu maupun kelompok dapat memenuhi kebutuhan

---

<sup>12</sup> Ella Elliyana et al., *Dasar-Dasar Pemasaran, Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat (Malang: Ahlimedia Press, 2022), 2.

dan keinginannya melalui proses menciptakan serta melakukan pertukaran produk dan nilai secara timbal balik dengan pihak lain.<sup>13</sup> Menurut Sisno Riyoko, secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai proses menyalurkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan kepada konsumen.<sup>14</sup>

Pemasaran memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan sebuah usaha. Sebaik apapun kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, tanpa dukungan strategi yang efektif, produk atau layanan tersebut tidak akan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Di samping itu, ketiadaan strategi pemasaran yang tepat juga akan menyulitkan dalam pengembangan usaha, bahkan dapat meningkatkan risiko kalah dalam bersaing di pasar. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan diperlukan strategi pemasaran yang merupakan perencanaan yang digunakan untuk mengarah kepada kegiatan pemasaran tersebut.<sup>15</sup>

Menurut Hawkins dan Mothersbaugh dalam Rosmawati, agar strategi pemasaran dilakukan berjalan optimal dan terarah, maka perusahaan perlu menggunakan pendekatan yang sistematis dan menyeluruh seperti bauran pemasaran. Ferrell dan Hartline menyatakan bahwa dalam merancang strategi pemasaran, perusahaan perlu menentukan kombinasi yang sesuai antara pasar sasaran dan bauran pemasaran, agar mampu menciptakan keunggulan bersaing.<sup>16</sup> Kotler dan Armstrong mendefinisikan bahwa bauran pemasaran adalah kumpulan alat atau instrumen pemasaran yang dapat dikendalikan oleh

---

<sup>13</sup> Rosmawati et al., *Pemasaran Bisnis Era Digital*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022), 3.

<sup>14</sup> Sisno Riyoko, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Markumi, 2019), 5.

<sup>15</sup> I Darsana, Made et al., *Strategi Pemasaran*, (Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023), 38.

<sup>16</sup> Rosmawati et al., *Pemasaran Bisnis Era Digital*, 71.

perusahaan dan digunakan untuk mendapatkan respon yang sesuai harapan dari pasar yang dituju.<sup>17</sup> Konsep ini menjadi dasar dalam pelaksanaan strategi pemasaran, dimana strategi pemasaran yang efektif berperan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan, yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan. Bauran pemasaran terdiri dari beberapa elemen utama yang saling berkaitan, yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), tempat/distribusi (*Place*) dan promosi (*Promotion*).<sup>18</sup>

Melihat pentingnya peran bauran pemasaran dalam mengatur dan mengendalikan berbagai kegiatan pemasaran terhadap keputusan pembelian dan perkembangan usaha, maka dalam penelitian ini digunakan konsep bauran pemasaran 4P sebagai dasar dalam menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha. Dan dari pengertian di atas juga dapat dipahami bahwa, pemasaran adalah proses yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau perusahaan untuk menciptakan, menawarkan dan menyalurkan produk atau jasa yang memiliki nilai guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Agar tujuan pemasaran tercapai, diperlukan strategi pemasaran yang tepat melalui penetapan pasar sasaran dan pengelolaan bauran pemasaran, yang meliputi berbagai alat dan kegiatan yang dapat dikendalikan perusahaan untuk menarik minat pasar dan membangun keunggulan bersaing.

---

<sup>17</sup> Rosmawati et al, 70.

<sup>18</sup> Agus Alimuddin et al., "Pencapaian Target Marketing Lending Dalam Perspektif Ekonomi Bisnis Islam (Studi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Pekalongan)," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 5, no. 2 (2023): 101–17.

## 2. Indikator Pemasaran

Kotler dan Keller dalam Rosmawati menyebutkan bahwa terdapat beberapa indikator bauran pemasaran, yaitu:<sup>19</sup>

### a. Produk

Produk diartikan sebagai segala hal yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, yang mencakup barang berwujud, jasa, pengalaman, peristiwa, individu, lokasi, properti, organisasi, informasi, hingga gagasan.

### b. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atas suatu produk atau layanan. Harga selalu menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kegiatan pemasaran. Harga yang ditetapkan harus sebanding dengan nilai dari produk yang ditawarkan.

### c. Saluran Distribusi (Tempat)

Saluran distribusi merupakan jalur yang dimanfaatkan oleh produsen untuk menyalurkan produknya hingga sampai ke tangan konsumen akhir atau pengguna.

### d. Promosi

Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi, membujuk, serta mengingatkan target pasar mengenai perusahaan dan produk yang

---

<sup>19</sup> Rosmawati et al, 71.

ditawarkan, sehingga konsumen bersedia menerima, membeli, serta tetap setia terhadap produk tersebut.

## C. Pemanfaatan Teknologi QRIS

### 1. Pengertian Teknologi QRIS

Dyah Ayu Paramitha mendefinisikan, QRIS merupakan standar nasional QR Code yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, bertujuan untuk mempermudah transaksi pembayaran di Indonesia. QRIS memiliki beberapa kelebihan bagi pengguna dan pelaku usaha. Di antaranya yaitu pembayaran non tunai menjadi lebih efisien, mengantisipasi tindakan kriminal karena mengurangi transaksi uang tunai, meningkatkan persaingan bisnis karena kemudahan transaksi, serta dapat digunakan oleh semua kalangan baik muda, tua, maupun dari berbagai lapisan masyarakat.<sup>20</sup> Menurut Puspitasari dan Salehudin dalam Susilowati, QRIS adalah standar nasional pembayaran menggunakan kode QR, QRIS menyatukan berbagai kode QR agar transaksi pembayaran menjadi lebih cepat, mudah dan aman.<sup>21</sup> Menurut Zulkifli, QRIS adalah sistem pembayaran berbasis QR yang menyatukan berbagai penyedia layanan pembayaran untuk mempermudah dan mempercepat transaksi.<sup>22</sup>

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa QRIS adalah sistem pembayaran berbasis kode QR, dengan tujuan memudahkan transaksi digital di Indonesia agar lebih cepat, aman dan efisien, dengan menyatukan berbagai penyedia layanan pembayaran dalam satu kode QR.

---

<sup>20</sup> Paramitha dan Kusumaningtyas, *Qris Layanan Untuk Loyalitas Dan Kepuasan*, 54.

<sup>21</sup> Susilowati et al., *Kinerja Bisnis UMKM Di Era Digital*, 140.

<sup>22</sup> Zulkifli et al., *Ekonomi Digital* (Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023), 123.

## 2. Pengertian Pemanfaatan Teknologi QRIS

Menurut KBBI, pemanfaatan adalah proses atau cara menggunakan sesuatu dengan tujuan untuk memperoleh manfaat tertentu.<sup>23</sup> Sejalan dengan itu, Seotam menyatakan bahwa persepsi terhadap manfaat teknologi merujuk pada bagaimana individu menilai keuntungan yang diperoleh dari penggunaan teknologi. Konsep *Perceived Usefulness* atau persepsi terhadap manfaat teknologi menjadi faktor utama yang memengaruhi niat serta perilaku seseorang dalam mengadopsi teknologi.<sup>24</sup> Davis dalam Helin Yudawisastra, mendefinisikan *Perceived Usefulness* sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat bagi mereka.<sup>25</sup> Thompson dalam Machmud, menekankan bahwa seseorang cenderung menggunakan teknologi jika mereka memahami manfaat positif dari penggunaan tersebut.<sup>26</sup> Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa, pemanfaatan adalah proses atau cara menggunakan sesuatu, seperti teknologi dengan tujuan untuk memperoleh manfaat atau keuntungan.

## 3. Indikator Pemanfaatan Teknologi QRIS

Beberapa hal yang diukur dari persepsi manfaat (*perceived usefulness*), adalah:<sup>27</sup>

---

<sup>23</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, “Pemanfaatan,” diakses pada 2 Januari 2025.

<sup>24</sup> Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 66.

<sup>25</sup> Helin Yudawisastra, G et al., *Teori-Teori Perilaku Konsumen* (Bali: Intelektual Manifes Media, 2024), 234.

<sup>26</sup> Machmud, *Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi*, 62.

<sup>27</sup> Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 38-42.

a. Efektivitas Teknologi

Efektivitas teknologi berkaitan dengan seberapa baik teknologi dapat memenuhi kebutuhan penggunaannya. Ini mencakup kemampuan teknologi untuk menyelesaikan atau membantu pengguna mencapai tujuannya.

b. Keuntungan Teknologi

Keuntungan teknologi adalah pandangan individu tentang manfaat yang didapatkan dari penggunaan teknologi. Manfaat ini bisa berupa keuntungan finansial, waktu, atau keuntungan lainnya.

c. Keterkaitan Teknologi dengan Tugas

Keterkaitan teknologi dengan tugas adalah seberapa besar teknologi dapat membantu pengguna dalam menyelesaikan tugas-tugas mereka. Ini terkait dengan kemampuan teknologi untuk mempercepat atau mempermudah proses tugas.

d. Relevansi Teknologi

Relevansi teknologi adalah seberapa sesuai teknologi dengan kebutuhan pengguna.

#### **D. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah sebuah model yang menggambarkan hubungan antar variabel.<sup>28</sup> Kerangka pemikiran dibawah ini menjelaskan bahwa dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu pemasaran ( $X_1$ ) dan

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 60.

pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ), serta satu variabel dependen, yaitu perkembangan sektor UMKM (Y).

Perkembangan UMKM sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah pemasaran dan teknologi. Pemasaran menentukan daya saing UMKM untuk bertahan dan berkembang, serta dengan menerapkan strategi pemasaran yang inovatif UMKM dapat menarik lebih banyak pelanggan.<sup>29</sup> Sementara itu, pemanfaatan teknologi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Pemanfaatan teknologi dapat membuka peluang, mempercepat proses produksi, serta memperluas jangkauan pasar. Sebaliknya, UMKM yang tidak mengikuti perkembangan teknologi dapat kesulitan bersaing. Menurut Suwignyo, keunggulan bisnis atau perkembangan suatu usaha dapat dicapai melalui penggunaan dan pemanfaatan sumber daya, seperti teknologi.<sup>30</sup> Sejalan dengan, Wernefelt dalam Suwignyo, bahwa perusahaan yang mampu mengelola dan memanfaatkan aset seperti teknologi akan memiliki peluang lebih besar dan berkembang.<sup>31</sup> UMKM yang mampu mengoptimalkan pemasaran dan pemanfaatan teknologi dengan tepat akan memiliki peluang lebih besar untuk berkembang.

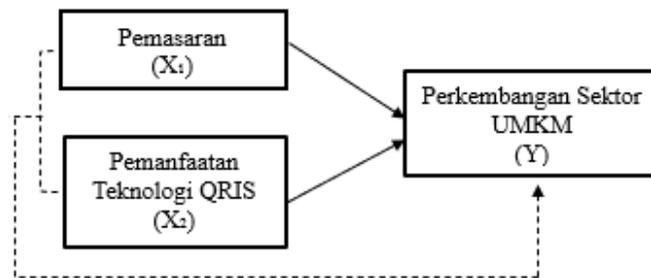
---

<sup>29</sup> Manggu et al., *Daya Saing UMKM Di Wilayah Perbatasan Melalui Peran Lingkungan, Modal Usaha Dan Kreativitas Pemasaran*.

<sup>30</sup> Widagdo, Rachmaningsih, dan Handayani, *Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas Dan Sumberdaya*, 149.

<sup>31</sup> Widagdo, Rachmaningsih, dan Handayani, 160.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

—→ : Pengaruh secara parsial, menganalisis bagaimana dari masing-masing variabel yaitu, pemasaran (X<sub>1</sub>) dan pemanfaatan teknologi QRIS (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap Perkembangan Sektor UMKM.

-----→ : Pengaruh secara simultan, menganalisis bagaimana kedua variabel yaitu X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> (pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS) berpengaruh terhadap Perkembangan Sektor UMKM.

Dari bagan kerangka berpikir diatas, terlihat bahwa secara parsial maupun simultan variabel pemasaran (X<sub>1</sub>) dan pemanfaatan teknologi QRIS (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap variabel perkembangan sektor UMKM (Y).

### E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kesimpulan yang hanya bersifat sementara yang berhubungan dengan dua variabel atau lebih.<sup>32</sup> Berdasarkan kerangka berpikir yang telah diuraikan, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

<sup>32</sup> K Khomsin, *Metodologi Penelitian Dasar*, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2008), hal.47.

## 1. Pengaruh Pemasaran terhadap Perkembangan Sektor UMKM

Kotler dan Keller dalam Ella Elliyana, mendefinisikan pemasaran merupakan serangkaian aktivitas atau proses yang bertujuan untuk menciptakan, menyampaikan, serta menukar berbagai penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan ataupun masyarakat secara luas.<sup>33</sup> Pemasaran memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan sebuah usaha.<sup>34</sup> Hal ini didukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melifia Liantifa bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.<sup>35</sup> Sedangkan menurut Rima Puri, bahwa pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.<sup>36</sup>

H<sub>a1</sub> : Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

H<sub>01</sub> : Pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

## 2. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi QRIS terhadap Perkembangan Sektor UMKM

Pemanfaatan QRIS memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan UMKM. Davis dalam Helin Yudawisastra, mendefinisikan *Perceived Usefulness* sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa

---

<sup>33</sup> Ella Elliyana et al., *Dasar-Dasar Pemasaran, Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat (Malang: Ahlimedia Press, 2022), 2.

<sup>34</sup> Darsana, Made et al., *Strategi Pemasaran*, 38.

<sup>35</sup> Melifia Liantifa and Fiqri, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm," *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* No/3, 2023.

<sup>36</sup> Rima Puri Aldina dan Margunani Margunani, "Pengaruh Inovasi Produk, Tenaga Kerja, Dan Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Kerajinan Di Kecamatan Purwanegara Banjarnegara," *Business and Accounting Education Journal*, No/1, 2022, 83–91.

penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat bagi mereka.<sup>37</sup> Thompson dalam Machmud, menekankan bahwa seseorang cenderung menggunakan teknologi jika mereka memahami manfaat positif dari penggunaan tersebut.<sup>38</sup> Menurut Wernefelt dalam Pramono, bahwa perusahaan yang mampu mengelola dan memanfaatkan aset seperti teknologi akan memiliki peluang lebih besar dan berkembang.<sup>39</sup> Hal ini didukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Paskanova bahwa pemanfaatan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.<sup>40</sup> Sedangkan menurut Rangga Bayu menunjukkan bahwa Pemanfaatan QRIS tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan di kalangan UMKM.<sup>41</sup>

H<sub>a2</sub> : Pemanfaatan Teknologi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

H<sub>02</sub> : Pemanfaatan Teknologi QRIS tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

### **3. Pengaruh Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi QRIS terhadap Perkembangan Sektor UMKM**

Perkembangan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ekonomi, sosial budaya, hukum dan regulasi, lingkungan geografis, pemasaran, dan teknologi.

---

<sup>37</sup> Helin Yudawisastra, G et al., *Teori-Teori Perilaku Konsumen* (Bali: Intelektual Manifes Media, 2024), 234.

<sup>38</sup> Machmud, *Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi*, 62.

<sup>39</sup> Pramono, 160.

<sup>40</sup> Paskanova Christi Gainau, Cecilia Engko, and Yesica Thelma Gaspersz, "Sistem Pembayaran QRIS Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Di Kota Ambon," *Journal of Business & Banking* 13, no. 2 (2024): 177–91.

<sup>41</sup> Rangga Bayu Kresna and Nugroho SBM, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Indonesia Standar (QRIS) Pada Pelaku UMKM Di Kecamatan Temanggung," *Diponegoro Journal of Economics* 11 (2022): 146–62.

Di era persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku UMKM dituntut tidak hanya menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga mampu memasarkan produknya secara efektif, baik melalui metode konvensional maupun digital. Pemasaran yang tepat dapat menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam mengenali kebutuhan konsumen dan memperluas pangsa pasar. Selain itu, teknologi juga dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas akses pasar. Sehingga kedua faktor tersebut saling mendorong perkembangan UMKM<sup>42</sup>

H<sub>a3</sub> : Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

H<sub>03</sub> : Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi QRIS tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

---

<sup>42</sup> Manggu et al., *Daya Saing UMKM Di Wilayah Perbatasan Melalui Peran Lingkungan, Modal Usaha Dan Kreativitas Pemasaran*.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan, penelitian ini berupaya untuk mendapatkan informasi secara mendalam dan menyeluruh mengenai pengaruh pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu. Dalam metode ini, data dikumpulkan melalui instrumen penelitian seperti kuesioner, dan dianalisis menggunakan pendekatan statistik. Tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya, sehingga hasilnya dapat diukur secara objektif. Selain itu, penelitian ini bersifat kausal, yaitu ingin mengetahui sebab akibat antara variabel yang diteliti.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini akan menganalisis apakah pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS memiliki pengaruh terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A iringmulyo metro timur.

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah penjelasan tentang cara mengukur dan mendeskripsikan variabel yang diteliti dalam penelitian.<sup>2</sup> Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu, pemasaran<sup>3</sup> dan

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 8.

<sup>2</sup> Sugiyono, 38.

<sup>3</sup> Elliyana et al., *Dasar-Dasar Pemasaran*, 4.

pemanfaatan teknologi QRIS<sup>4</sup> serta satu variabel terikat yaitu, perkembangan sektor UMKM<sup>5</sup>. Hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Pemasaran (X1)	Menurut Kotler dan Keller dalam Ella Elliyana, pemasaran merupakan serangkaian aktivitas, organisasi dan proses yang bertujuan untuk menciptakan, menyampaikan, serta menukar berbagai penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra dan masyarakat secara luas.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk</li> <li>2. Harga</li> <li>3. Saluran Distribusi (Tempat)</li> <li>4. Promosi</li> </ol>
2	Pemanfaatan Teknologi QRIS (X2)	Menurut Davis dalam Helin Yudawisastra, <i>Perceived Usefulness</i> adalah ukuran sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat bagi mereka.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Efektivitas Teknologi</li> <li>2. Keuntungan teknologi</li> <li>3. Keterkaitan teknologi dengan tugas</li> <li>4. Relevansi teknologi</li> </ol>
3	Perkembangan Sektor UMKM (Y)	Menurut Halim dalam Fifian Permata Perkembangan UMKM merupakan suatu proses yang tidak hanya mencerminkan pertumbuhan UMKM tetapi juga perluasan lapangan kerja serta optimalisasi pemanfaatan SDA dan SDM.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan Jumlah Pelanggan dari Waktu ke Waktu</li> <li>2. Bertambahnya Jenis dan Jumlah Produk atau Jasa yang Ditawarkan</li> <li>3. Jangkauan Pasar yang Semakin Meluas</li> <li>4. Bertambahnya Modal Usaha</li> <li>5. Peningkatan Aset Usaha</li> </ol>

### C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan obyek atau subyek yang memiliki ciri-ciri dan sifat tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti. Dari penelitian tersebut, nantinya akan diambil kesimpulan.<sup>6</sup> Adapun populasi dalam

<sup>4</sup> Yudawisastra, G et al., *Teori-Teori Perilaku Konsumen*, 234.

<sup>5</sup> Permata et al., *Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM (Teori & Studi Kasus)*.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 80.

penelitian ini adalah sektor kuliner yang telah menggunakan QRIS di 15A Iringmulyo Metro Timur, dengan jumlah 97 UMKM.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu. Ketika populasi terlalu besar dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari semuanya, maka peneliti dapat memilih sampel dari populasi tersebut untuk diteliti. Tujuannya adalah untuk menghemat waktu, tenaga, dan biaya, serta untuk meningkatkan efektivitas dalam mencapai keberhasilan dalam penelitian ini.<sup>7</sup> Berdasarkan penentuan jumlah responden yang akan dijadikan sampel, peneliti menggunakan teknik *Slovin* dengan rumus sebagai berikut:<sup>8</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: sampel

N: populasi

e: tingkat kesalahan, menggunakan tingkat 10%.

Dalam penelitian ini digunakan presentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel yang didapatkan dari jumlah populasi sebanyak:

$$n = \frac{97}{97 (0,1)^2 + 1}$$

<sup>7</sup> Sugiyono, 81.

<sup>8</sup> Akhmad Fauzy, *Metode Sampling*, cet. ke-2, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019), 2.25.

$$n = \frac{97}{1,97}$$

$$n = 49,24$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 97 UMKM di sektor kuliner, maka sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini berjumlah 49,24, namun subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 50 responden.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan metode yang digunakan untuk menentukan sampel dalam suatu penelitian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak, tanpa mempertimbangkan perbedaan dalam populasi, dan digunakan ketika populasi dianggap memiliki kesamaan dalam hal karakteristik.<sup>9</sup> Berdasarkan populasi yang ada, yaitu 97 UMKM yang menggunakan QRIS di sektor kuliner, sampel yang diambil adalah sebanyak 50 UMKM. Proses pemilihan ini dilakukan dengan cara mencatat seluruh anggota populasi dan diberi nomor urut, kemudian memilih sampel secara acak menggunakan undian. Dengan demikian, setiap UMKM memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 81-82.

<sup>10</sup> Sugiyono, 142.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

### 1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana peneliti memberikan serangkaian pernyataan kepada responden. Ada dua jenis kuesioner dalam pengumpulan data yaitu kuesioner terbuka dan tertutup.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner tertutup, yaitu responden diberikan pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya untuk setiap pertanyaan, yaitu dalam bentuk *skala likert*. Kuesioner digunakan untuk mengukur tentang pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur.

**Tabel 3. 2 Skala Likert  
Positif**

Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
5	4	3	2	1

**Negatif**

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan dan penyimpanan informasi serta bukti yang relevan, seperti buku, undang-undang, majalah, dokumen, dan

---

<sup>11</sup> Sugiyono.

data yang mendukung analisis topik yang diteliti.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data yang diperoleh dari Kelurahan Iringmulyo dan Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Pemerintah Kota Metro, yaitu data jumlah UMKM, yang telah menggunakan QRIS serta profil UMKM 15A Iringmulyo Metro Timur.

### E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur variabel yang menjadi fokus penelitian.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang berbasis *skala likert*, yaitu alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Variabel yang ingin diukur dirinci menjadi beberapa indikator. Indikator tersebut kemudian menjadi dasar dalam menyusun item instrumen, yang bisa berupa pernyataan atau pertanyaan.<sup>14</sup>

Tabel 3. 3 Rancangan Kisi-Kisi Angket

Variabel Penelitian		Indikator	No Soal	Jumlah
Variabel Bebas (X)	Pemasaran (X1)	Produk	1,2,3	3
		Harga	4,5,6	3
		Saluran Distribusi (Tempat)	7,8,9	3
		Promosi	10,11,12	3
	<b>Jumlah</b>			<b>12</b>
	Pemanfaatan Teknologi QRIS (X2)	Efektivitas Teknologi	1,2,3	3
		Keuntungan Teknologi	4,5,6	3
		Keterkaitan Teknologi dengan Tugas	7,8,9	3
		Relevansi Teknologi	10,11,12	3
<b>Jumlah</b>			<b>12</b>	
Variabel Terikat (Y)		Peningkatan Jumlah Pelanggan dari Waktu ke Waktu	1,2,3	3

<sup>12</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, cet. ke-4 (Bandung: PT Raja Grafindo Persada, 2020), 42.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 102.

<sup>14</sup> Sugiyono, 93.

Variabel Penelitian		Indikator	No Soal	Jumlah
	Perkembangan Sektor UMKM (Y)	Bertambahnya Jenis dan Jumlah Produk atau Jasa yang Ditawarkan	4,5,6	3
		Jangkauan Pasar yang Semakin Meluas	7,8,9	3
		Bertambahnya Modal Usaha	10,11,12	3
		Peningkatan Aset Usaha	13,14,15	3
<b>Jumlah</b>				<b>15</b>

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengolah data mentah menjadi informasi yang lebih mudah dipahami, sehingga karakteristik data tersebut menjadi lebih jelas dan bermanfaat dalam menyelesaikan suatu masalah, terutama yang berkaitan dengan penelitian.<sup>15</sup> Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yakni menggunakan metode statistik dan dalam penelitian ini menggunakan metode SPSS 26 *for windows*. Teknik tersebut meliputi:

### 1. Pengujian Kualitas Data

Sebelum diberikan kepada responden, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji menggunakan bantuan program SPSS untuk memastikan validitas kuesioner sehingga hasilnya dapat dipertanggungjawabkan.

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen. Pengujian validitas bertujuan untuk memastikan sejauh mana instrumen tersebut mampu menjalankan fungsinya. Sebuah alat ukur dianggap valid jika alat tersebut benar-benar sesuai dan relevan dengan

---

<sup>15</sup> Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, 193.

tujuan pengukurannya. Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment*:<sup>16</sup>

$$r_{hitung} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r$  : Koefisiensi korelasi *Person Product Moment*

$X$  : Skor total variabel X

$Y$  : Skor total variabel Y

$n$  : Banyak responden

Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan bantuan komputer program *SPSS versi 26*. Pengambilan keputusan uji validitas sebagai berikut:

1) Berdasarkan Signifikansi

- a) Jika nilai signifikansi  $0,05 >$  maka item tidak valid.
- b) Jika nilai signifikansi  $0,05 <$  maka item dinyatakan valid.

2) Berdasarkan Nilai Korelasi

- a) Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item dinyatakan tidak valid.
- b) Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah pengujian untuk menilai konsistensi suatu alat ukur atau instrumen dalam mengamati objek yang diukur. Sebuah tes

---

<sup>16</sup> Slamet Widodo et al., *Buku Ajar Metode Penelitian, Cv Science Techno Direct* (Pangkalpinang: Cv. Science Techno Direct, 2023), 53-56.

dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik jika mampu menghasilkan hasil yang konsisten atau tetap, meskipun dilakukan berulang kali. Dalam pengujian ini, teknik statistik yang digunakan adalah koefisien *Cronbach's Alpha*, dengan bantuan SPSS. Kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,60. Adapun rumusnya sebagai berikut:<sup>17</sup>

$$r_i = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_i$  : Nilai reliabilitas

$k$  : Jumlah item

$\sum \sigma b^2$  : Jumlah varian skor tiap item

$\sigma t^2$  : Varian total

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam uji normalitas, data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi  $> 0,05$ . Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $< 0,05$  data tersebut dianggap tidak berdistribusi normal.<sup>18</sup>

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk memastikan bahwa tidak ada

<sup>17</sup> Widodo et al, 60-64.

<sup>18</sup> Sihabudin et al., *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS* (Mataram: CV. Pena Persada, 2021), 75.

hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dalam model regresi. Metode pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai toleransi dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Kriteria untuk menguji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

1. VIF (Variance Inflation Factor): Jika  $VIF \leq 10$ , maka tidak ada multikolinearitas.
2. VIF (Variance Inflation Factor): Jika  $VIF > 10$ , maka terjadi multikolinearitas.<sup>19</sup>

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan bahwa varians dari residual dalam model regresi adalah konstan. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Jika nilai signifikansi (Sig)  $> 0,05$ , itu berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam data, sehingga model regresi dapat dianggap memenuhi.<sup>20</sup>

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Berganda adalah metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dan satu variabel dependen ( $Y$ ). Dalam penelitian ini, digunakan untuk mengetahui pengaruh pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS terhadap perkembangan sektor UMKM, yang terdiri dari pemasaran ( $X_1$ ) dan

---

<sup>19</sup> Sihabudin et al, 141.

<sup>20</sup> Sihabudin et al, 126.

pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ), terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur ( $Y$ ). Model persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>21</sup>

$$\hat{Y} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- $\hat{Y}$  : Perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur yang diprediksi
- $a$  : Konstanta
- $b_1$  : Koefisien regresi Pemasaran
- $b_2$  : Koefisien regresi Pemanfaatan teknologi QRIS
- $X_1$  : Pemasaran
- $X_2$  : Pemanfaatan teknologi QRIS
- $e$  : Error term

#### 4. Pengujian Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji $t$ )

Uji  $t$  digunakan untuk menguji adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu variabel pemasaran ( $X_1$ ) dan pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) terhadap perkembangan sektor UMKM. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji  $t$  ditentukan dengan cara membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ . Adapun rumus untuk menguji hipotesis nol dan hipotesis alternatif ditolak atau diterima, dengan rumus:<sup>22</sup>

<sup>21</sup> Sihabudin et al, 59.

<sup>22</sup> Reza Mubarak, *PENGANTAR EKONOMETRIKA Edisi Pertama* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), 22-23.

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

$t$  : Uji hipotesis

$n$ : Banyaknya responden

$r$ : Koefisiensi korelasi

Kriteria pebgujian dengan Uji  $t$  adalah:

$H_0$  : Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau jika P-value (*Aymp.Sig*)  $> = 0,1$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_a$  : Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau jika P-value (*Aymp.Sig*)  $< = 0,1$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah semua variabel pemasaran ( $X_1$ ) dan pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel perkembangan sektor UMKM ( $Y$ ). Caranya adalah membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Menurut sugiyono, rumus untuk uji F adalah:<sup>23</sup>

$$F = \frac{(R^2/k)}{((1-R^2)/(n-k-1))}$$

Keterangan:

$R^2$  : Koefisien determinasi

$k$  : Jumlah variabel independen\

---

<sup>23</sup> Syafrida, *Metodologi Penelitian*, 53.

$n$  : Jumlah responden atau sampel

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, ( $H_a$  diterima) Sebaliknya, jika

$F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, ( $H_a$  ditolak).

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini,  $R^2$  akan menunjukkan seberapa besar pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_1$  dan  $X_2$ ) memengaruhi perkembangan sektor UMKM ( $Y$ ). Jika nilai koefisien determinasi mendekati 0, itu artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sangat kecil. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 100%, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sangat besar. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi adalah:<sup>24</sup>

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP : Nilai koefisien determinasi

$R^2$  : Nilai koefisien korelasi

Nilai  $R^2$  diperoleh dari hasil analisis regresi, yang menunjukkan seberapa besar hubungan antara variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikat.

---

<sup>24</sup> Syafrida, 54.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum UMKM Kelurahan Iringmulyo Metro Timur**

Kota Metro merupakan salah satu daerah yang berada di Provinsi Lampung, berjarak sekitar 52 kilometer dari Kota Bandar Lampung yang merupakan ibu kota provinsi. Berdasarkan catatan sejarah, asal-usul nama Metro berasal dari kata “*Meterm*” dalam bahasa Belanda, yang berarti pusat. Istilah ini digunakan karena letak Kota Metro berada di posisi tengah, di antara wilayah Lampung Tengah dan Lampung Timur, serta di kawasan tengah Provinsi Lampung. Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 25 Tahun 2000 tentang Pemekaran Kelurahan dan Kecamatan, wilayah administratif Kota Metro saat ini terbagi menjadi lima kecamatan yaitu, Metro Barat, Metro Pusat, Metro Selatan, Metro Timur dan Metro Utara.

Kecamatan Metro Timur merupakan salah satu wilayah yang terletak di bagian timur Kota Metro dengan luas wilayah 12,66 km<sup>2</sup> dan memiliki jumlah penduduk sebanyak 6.945 jiwa. Secara administratif letak kecamatan Metro Timur yakni di sebelah barat berbatasan dengan Iringmulyo, sebelah selatan berbatasan dengan Tejoagung, sebelah Barat berbatasan dengan Yosodadi dan sebelah Timur berbatasan dengan Tejosari. Wilayah ini menjadi salah satu wilayah yang paling didominasi oleh UMKM.

**Tabel 4.1 Jumlah UMKM di Kecamatan Metro Timur**

<b>No</b>	<b>Sektor UMKM</b>	<b>Jumlah UMKM</b>
1	Kelurahan Tejosari	431
2	Kelurahan Iringmulyo	729

No	Sektor UMKM	Jumlah UMKM
3	Kelurahan Yosodadi	344
4	Kelurahan Yososrejo	518
5	Kelurahan Tejoagung	490
<b>Total</b>		<b>2512</b>

*Sumber: Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Pemerintah Kota Metro*

Berdasarkan data pada tabel di atas, jumlah UMKM di Kecamatan Metro Timur tercatat sebanyak 2.512 UMKM. Jumlah tersebut tersebar di lima kelurahan yang ada di wilayah Metro Timur. Seperti halnya di Kelurahan Iringmulyo yang merupakan salah satu wilayah di Kecamatan Metro Timur, Kota Metro. Dengan luas wilayah kelurahan ini mencapai 2.545 km<sup>2</sup>. Wilayah ini cukup strategis karena hanya berjarak sekitar 1 km dari pusat pemerintahan kecamatan dan 2 km dari pusat pemerintahan kota. Jumlah UMKM di Kecamatan Metro Timur tersebar dalam beberapa sektor usaha, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.2 Jumlah UMKM Pengguna QRIS di 15A Iringmulyo Metro Timur**

No	Sektor UMKM	Jumlah UMKM	Jumlah Pengguna QRIS
1	Sektor Perdagangan	231	51
2	Sektor Kuliner	249	97
3	Sektor Jasa	164	53
4	Sektor Industri	85	18
<b>Total</b>		<b>729</b>	<b>219</b>

*Sumber: Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Pemerintah Kota Metro*

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa UMKM yang tersebar di 15A Iringmulyo Metro Timur sebagian besar adalah usaha kuliner. Selain itu, dari total jumlah UMKM yang ada, sebagian di antaranya telah memanfaatkan sistem pembayaran digital berbasis QRIS. Dari data tersebut terlihat bahwa jumlah

UMKM yang telah menggunakan QRIS sebanyak 219 unit usaha.<sup>1</sup>

## B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

Penelitian ini memiliki populasi sebanyak 97 UMKM di sektor kuliner. Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menerapkan rumus *slovin* dengan batas toleransi kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 50 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling*, sampel diambil secara acak, tanpa mempertimbangkan perbedaan dalam populasi. Untuk memberikan penjelasan yang lebih detail mengenai responden, berikut ini adalah uraian lengkapnya:

### 1. Penyebaran Responden Berdasarkan Variabel

#### a. Deskripsi Variabel Pemasaran ( $X_1$ )

**Tabel 4.3 Hasil Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Pemasaran**

Variabel	Item	SS	S	N	TS	STS
Pemasaran ( $X_1$ )	1	26	14	8	1	1
	2	25	18	4	3	0
	3	15	26	6	1	2
	4	28	10	11	0	1
	5	25	13	12	0	0
	6	17	23	8	2	0
	7	25	17	8	0	0
	8	31	13	4	2	0
	9	23	19	4	4	0
	10	30	9	9	2	0
	11	29	15	3	2	1
	12	32	5	5	8	0

Sumber : Data Primer diolah Mei 2025

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap variabel Pemasaran ( $X_1$ ), diperoleh gambaran bahwa mayoritas responden memberikan

<sup>1</sup> SIPDeskel Kelurahan Iringmulyo.

jawaban pada kategori Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S) pada hampir seluruh item pernyataan. Hal ini terlihat pada item pertama dimana terdapat 26 responden memilih Sangat Setuju (SS), dan 14 responden memilih Setuju (S).

b. Deskripsi Variabel Pemanfaatan Teknologi QRIS ( $X_2$ )

**Tabel 4.4 Hasil Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Pemanfaatan Teknologi QRIS**

Variabel	Item	SS	S	N	TS	STS
Pemanfaatan Teknologi QRIS ( $X_2$ )	1	33	9	4	4	0
	2	36	10	1	3	0
	3	33	12	2	3	0
	4	40	4	4	2	0
	5	35	11	3	1	0
	6	27	18	5	0	0
	7	34	10	4	2	0
	8	33	14	1	2	0
	9	27	20	1	2	0
	10	35	5	7	2	1
	11	36	11	1	2	0
	12	31	11	6	2	0

Sumber : Data Primer diolah Mei 2025

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap variabel Pemanfaatan Teknologi QRIS ( $X_2$ ), diperoleh gambaran bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S) pada hampir seluruh item pernyataan. Hal ini terlihat pada item pertama dimana terdapat 33 responden memilih Sangat Setuju (SS), dan 9 responden memilih Setuju (S).

c. Deskripsi Variabel Perkembangan Sektor UMKM (Y)

**Tabel 4.5 Hasil Penyebaran Kuesioner Berdasarkan Variabel Perkembangan Sektor UMKM**

Variabel	Item	SS	S	N	TS	STS
	1	32	11	2	5	0

Variabel	Item	SS	S	N	TS	STS
Perkembangan Sektor UMKM (Y)	2	29	14	2	2	3
	3	26	15	6	2	1
	4	29	12	5	3	1
	5	24	15	7	4	0
	6	17	26	4	2	1
	7	24	13	11	1	1
	8	31	10	4	2	3
	9	23	17	7	2	1
	10	29	12	6	2	1
	11	35	8	2	3	2
	12	24	13	8	4	1
	13	31	14	5	0	0
	14	30	14	3	2	1
	15	25	14	5	4	2

Sumber : Data Primer diolah Mei 2025

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap variabel Perkembangan Sektor UMKM (Y), diperoleh gambaran bahwa mayoritas responden memberikan jawaban pada kategori Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S) pada hampir seluruh item pernyataan. Hal ini terlihat pada item pertama dimana terdapat 32 responden memilih Sangat Setuju (SS), dan 11 responden memilih Setuju (S).

## 2. Penyebaran Responden Berdasarkan Karakteristik

### a. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran data mengenai jenis kelamin responden sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki-laki	27	54%
Perempuan	23	46%
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer diolah Mei 2025

Berdasarkan tabel diatas bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki sebanyak 27 responden atau 54%, sedangkan responden perempuan sebanyak 23 responden atau 46%. Ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di kelurahan iringmulyo sebagian besar dijalankan oleh laki-laki.

b. Usia Responden

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran data mengenai usia responden sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Usia Responden**

<b>Rentang Usaha</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
19-25 tahun	9	18%
26-35 tahun	28	56%
>36 tahun	13	26%
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer diolah Mei 2025*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kelurahan Iringmulyo berada pada rentang usia 26–35 tahun. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM dijalankan oleh individu di usia produktif.

c. Lama Usaha

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran data mengenai lama usaha sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Lama Usaha**

<b>Rentang Usaha</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
< 1 tahun	11	22%
1-3 tahun	27	54%
>3 tahun	12	24%
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer diolah Mei 2025*

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas pelaku UMKM memiliki lama usaha 1–3 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM sudah dalam tahap pengembangan usaha.

d. Jangka Waktu Penggunaan QRIS

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran data mengenai jangka waktu penggunaan QRIS sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Jangka Waktu Penggunaan QRIS**

<b>Rentang Penggunaan QRIS</b>	<b>Responden</b>	<b>Persentase</b>
< 6 bulan	13	26%
6-12 bulan	21	42%
>12 bulan	16	32%
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer diolah Mei 2025*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Iringmulyo telah menggunakan QRIS selama 6–12 bulan atau lebih dari 12 bulan, yang menunjukkan tingkat penggunaan QRIS yang cukup lama di kalangan pelaku UMKM di sektor kuliner.

## C. Hasil Penelitian

### 1. Pengujian Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Penelitian ini menggunakan responden (N) sejumlah 50 responden dengan  $\alpha 0,05$   $df = (N-2)$  maka diperoleh 0,278. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila  $>$  atau nilai sig.  $< 0,05$ . Berikut adalah output hasil perhitungan uji validitas:

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

Variabel		$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Pemasaran (X1)	Pernyataan 1	0,370	0,278	Valid
	Pernyataan 2	0,494	0,278	Valid
	Pernyataan 3	0,411	0,278	Valid
	Pernyataan 4	0,335	0,278	Valid
	Pernyataan 5	0,337	0,278	Valid
	Pernyataan 6	0,343	0,278	Valid
	Pernyataan 7	0,328	0,278	Valid
	Pernyataan 8	0,325	0,278	Valid
	Pernyataan 9	0,607	0,278	Valid
	Pernyataan 10	0,410	0,278	Valid
	Pernyataan 11	0,531	0,278	Valid
	Pernyataan 12	0,326	0,278	Valid
Pemanfaatan Teknologi QRIS (X2)	Pernyataan 1	0,529	0,278	Valid
	Pernyataan 2	0,415	0,278	Valid
	Pernyataan 3	0,459	0,278	Valid
	Pernyataan 4	0,403	0,278	Valid
	Pernyataan 5	0,345	0,278	Valid
	Pernyataan 6	0,360	0,278	Valid
	Pernyataan 7	0,437	0,278	Valid
	Pernyataan 8	0,308	0,278	Valid
	Pernyataan 9	0,368	0,278	Valid
	Pernyataan 10	0,426	0,278	Valid
	Pernyataan 11	0,500	0,278	Valid
	Pernyataan 12	0,369	0,278	Valid
Perkembangan Sektor UMKM (Y)	Pernyataan 1	0,426	0,278	Valid
	Pernyataan 2	0,279	0,278	Valid
	Pernyataan 3	0,402	0,278	Valid
	Pernyataan 4	0,424	0,278	Valid
	Pernyataan 5	0,487	0,278	Valid
	Pernyataan 6	0,392	0,278	Valid
	Pernyataan 7	0,279	0,278	Valid
	Pernyataan 8	0,365	0,278	Valid
	Pernyataan 9	0,341	0,278	Valid
	Pernyataan 10	0,299	0,278	Valid
	Pernyataan 11	0,287	0,278	Valid
	Pernyataan 12	0,423	0,278	Valid
	Pernyataan 13	0,284	0,278	Valid
	Pernyataan 14	0,289	0,278	Valid
	Pernyataan 15	0,345	0,278	Valid

Berdasarkan tabel diatas, seluruh item pernyataan yang terdapat dalam variabel pemasaran ( $X_1$ ), pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) dan perkembangan sektor UMKM ( $Y$ ) memiliki nilai korelasi lebih besar dari nilai  $r$  tabel sebesar 0,278. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* 0,60. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ .

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Ketentuan	N of Item	Keterangan
Pemasaran ( $X_1$ )	0,757	0,60	12	Reliabel
Pemanfaatan Teknologi QRIS ( $X_2$ )	0,769	0,60	12	Reliabel
Perkembangan Sektor UMKM ( $Y$ )	0,724	0,60	15	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel pemasaran ( $X_1$ ) sebesar  $0,757 > 0,60$ , pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) sebesar  $0,769 > 0,60$  dan perkembangan sektor UMKM ( $Y$ ) adalah  $0,724 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada masing-masing variabel dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data berdistribusi

normal atau tidak. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi  $> 0,05$ . Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $< 0,05$  data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	50
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar  $0,200 > 0,05$ . Berdasarkan ketentuan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Artinya, persyaratan normalitas dalam model sudah terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk memastikan bahwa tidak ada hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dalam model regresi. Kriteria untuk menguji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $VIF \leq 10$ , maka tidak ada multikolinieritas.
- 2) Jika  $VIF > 10$ , maka terjadi multikolinieritas

**Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pemasaran	.433	2.309
Pemanfaatan Teknologi QRIS	.433	2.309

a. Dependent Variable: Perkembangan Sektor UMKM

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dari tabel diatas, diketahui bahwa pada variabel pemasaran ( $X_1$ ) nilai VIF:  $2,309 < 10$  dan nilai Tolerance:  $0,433 > 0,01$ , kemudian pada variabel pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) nilai VIF:  $2,309 < 10$  dan nilai Tolerance:  $0,433 > 0,01$ . Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas. Artinya, persyaratan tidak terdapat multikolinieritas dalam model sudah terpenuhi.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan bahwa varians dari residual dalam model regresi adalah konstan. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Jika nilai signifikansi (Sig)  $> 0,05$ , artinya tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam data, sehingga model regresi dapat dianggap memenuhi.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Sig.
1	(Constant)	.029
	Pemasaran	.618
	Pemanfaatan Teknologi QRIS	.682
a. Dependent Variable: Abs_RES		

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, diperoleh nilai signifikansi variabel pemasaran ( $X_1$ ) sebesar  $0,618 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada variabel pemasaran ( $X_1$ ) dalam model regresi ini. Sementara itu, untuk variabel pemanfaatan teknologi QRIS

( $X_2$ ) menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,682 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada variabel pemanfaatan teknologi QRIS.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel pemasaran ( $X_1$ ) dan pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) terhadap perkembangan sektor UMKM ( $Y$ ). Hasil perhitungan persamaan regresi berganda ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	16.086	7.780
	Pemasaran	.435	.195
	Pemanfaatan Teknologi QRIS	.474	.215

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{Persamaan Regresi: } \hat{Y} = 16.086 + 0.435 X_1 + 0.474 X_2$$

**Tabel 4.16 Interpretasi Regresi Berganda**

Nilai Koefisien	Interpretasi
$\beta_0 = 16.086$	Artinya, jika nilai pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS sebesar 0, maka nilai perkembangan sektor UMKM sebesar 16.086
$\beta_1 = 0.435$	Artinya, setiap terjadi peningkatan pemasaran, dengan asumsi pemanfaatan teknologi QRIS tetap, maka perkembangan sektor UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 0.435
$\beta_2 = 0.474$	Artinya, setiap terjadi peningkatan pemanfaatan teknologi QRIS, dengan asumsi pemasaran tetap, maka perkembangan sektor UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 0.474

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi berganda diatas dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini, pemasaran ( $X_1$ ) dan pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap perkembangan sektor UMKM ( $Y$ ).

## 5. Pengujian Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji $t$ )

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel. Dalam penelitian ini, variabel independen yang di uji adalah pemasaran ( $X_1$ ) dan pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) sementara perkembangan sektor UMKM ( $Y$ ) merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut.

**Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji  $t$ )**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
1.(Constant)	2.068	.044
Pemasaran	2.228	.031
Pemanfaatan Teknologi QRIS	2.210	.032

a. Dependent Variable: Perkembangan Sektor UMKM

Dalam penelitian ini, nilai  $t_{tabel}$  dihitung pada tingkat signifikansi 0,05 dengan menggunakan uji dua sisi, dengan df residual sebesar 48 yang tercantum pada tabel ANOVA pada kolom df dan baris residual. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,010. Untuk variabel pemasaran ( $X_1$ ), diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,228 > t_{tabel} 2,010$ . Oleh karena itu,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang menunjukkan bahwa

terdapat pengaruh antara pemasaran ( $X_1$ ) dengan perkembangan sektor UMKM (Y).

Sedangkan untuk variabel pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ), nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh sebesar  $2,210 > t_{tabel} 2,010$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) dengan perkembangan sektor UMKM (Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  atau melihat nilai signifikansi. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>			
Model		F	Sig.
1	Regression	19.941	.000 <sup>b</sup>
	Residual		
	Total		
a. Dependent Variable: Perkembangan Sektor UMKM			
b. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi QRIS, Pemasaran			

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) pada tabel di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $19.941 > F_{tabel} 3,19$ . Selain itu, nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  memperkuat hasil tersebut. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran ( $X_1$ ) dan pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ) secara bersama-

sama memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM (Y).

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa kuat hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dalam sebuah penelitian. Nilai ini dapat dilihat melalui output pada tabel R Square.

**Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>		
Model	R	R Square
1	.678 <sup>a</sup>	.459
a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi QRIS , Pemasaran		
b. Dependent Variable: Perkembangan Sektor UMKM		

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,459, yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sementara itu, nilai R Square yang didapat sebesar 0,459. Artinya, sebesar 45,9% perkembangan sektor UMKM (Y) dipengaruhi oleh pemasaran ( $X_1$ ) dan pemanfaatan teknologi QRIS ( $X_2$ ), sedangkan sisanya yaitu 54,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

#### **D. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana pengaruh pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur. Untuk menjawab rumusan tersebut, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada 50 responden pelaku usaha di sektor kuliner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Data yang

terkumpul kemudian diolah menggunakan *SPSS versi 26* untuk mempermudah proses analisis data. Adapun tahapan analisis dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas), serta uji hipotesis melalui uji parsial (uji *t*), uji simultan (uji *F*) dan koefisien determinasi  $R^2$ . Selain itu, penelitian ini juga menggunakan analisis regresi berganda.

### **1. Pengaruh Pemasaran terhadap Perkembangan Sektor UMKM**

Berdasarkan hasil analisis uji *t* bahwa secara parsial pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima. Artinya, semakin efektif dan inovatif strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM, maka akan semakin mendorong perkembangan usaha yang dijalankan.

Pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM ini juga tercermin dari hasil temuan di lapangan melalui kuesioner yang telah dibagikan. Berdasarkan kuesioner tersebut, diperoleh gambaran bahwa yang paling berperan dalam mendorong perkembangan sektor UMKM di wilayah penelitian adalah pemilihan lokasi usaha yang mudah dijangkau pelanggan, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, pengembangan variasi produk, serta penyesuaian harga sesuai kondisi pasar. Keempat aspek ini menjadi faktor utama yang mendorong perkembangan UMKM di wilayah penelitian.

Menurut I Darsana pemasaran memiliki peranan penting dalam menarik perhatian konsumen, meningkatkan penjualan, dan memperluas pangsa pasar. Pemasaran yang efektif mampu membuat produk atau layanan UMKM lebih

dikenal masyarakat, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan mempercepat perkembangan usaha. Sebaik apapun kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, tanpa dukungan strategi yang efektif, produk atau layanan tersebut tidak akan mampu memberikan keuntungan.<sup>2</sup>

Pentingnya pemasaran ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya. Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Liantifa dan Fiqri bahwa, strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.<sup>3</sup> Temuan serupa juga diperoleh dalam penelitian Afrilia Tina Nur Anisa dan Nur Huri Mustofa bahwa, strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.<sup>4</sup> Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Dewanti menunjukkan hasil yang sama bahwa, strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.<sup>5</sup>

## **2. Pengaruh Pemanfaatan Teknologi QRIS terhadap Perkembangan Sektor UMKM**

Berdasarkan hasil analisis uji t bahwa secara parsial pemanfaatan teknologi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H<sub>2</sub> diterima.

---

<sup>2</sup> Darsana, Made et al., *Strategi Pemasaran*.

<sup>3</sup> Liantifa dan Fiqri, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm."

<sup>4</sup> Afrilia Tina Nur Anisa dan Nur Huri Mustofa, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening," *Sketsa Bisnis* 8, no. 2 (2021): 82–98, <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2687>.

<sup>5</sup> M.A. Dewanti, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Buleleng," *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (2022): 236–42.

Artinya, semakin mudah pemanfaatan teknologi QRIS oleh UMKM, maka akan semakin mendorong perkembangan usaha.

Manfaat-manfaat inilah yang mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan QRIS dalam aktivitas usahanya. Berdasarkan hasil temuan dilapangan melalui kuesioner, diperoleh gambaran bahwa kemudahan percepatan proses pembayaran untuk mengurangi waktu tunggu pelanggan, pengurangan biaya operasional melalui peningkatan efisiensi, kemudahan pencatatan transaksi secara otomatis, serta kemampuan beradaptasi dengan tren pembayaran digital saat ini. Keempat aspek tersebut menjadi faktor dominan yang mendorong pemanfaatan teknologi QRIS dalam mendukung perkembangan UMKM di wilayah penelitian.

Dari keempat aspek tersebut hal ini sejalan dengan tujuan utama dari penerapan QRIS di Indonesia. QRIS bertujuan untuk mempermudah transaksi pembayaran di Indonesia. QRIS memiliki beberapa kelebihan bagi pelaku usaha. Di antaranya yaitu pembayaran non tunai menjadi lebih efisien, mengantisipasi tindakan kriminal karena mengurangi transaksi uang tunai, meningkatkan persaingan bisnis karena kemudahan transaksi.<sup>6</sup> Menurut Suwignyo Widagdo keunggulan bisnis atau perkembangan suatu usaha dapat dicapai melalui pemanfaatan sumber daya, seperti teknologi.<sup>7</sup>

Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Paskanova Gainau, dkk. yang menunjukkan bahwa pemanfaatan QRIS berpengaruh positif dan signifikan

---

<sup>6</sup> Paramitha dan Kusumaningtyas, *Qris Layanan Untuk Loyalitas Dan Kepuasan*, 54.

<sup>7</sup> Widagdo, Rachmaningsih, dan Handayani, *Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas Dan Sumberdaya*, 149.

terhadap perkembangan UMKM.<sup>8</sup> Selain itu juga penelitian yang telah dilakukan oleh Florensia Indah Kusumaningtyas dan Martinus Budiantara bahwa, pemanfaatan QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.<sup>9</sup>

### **3. Pengaruh Pemasaran dan Pemanfaatan teknologi QRIS terhadap Perkembangan Sektor UMKM**

Berdasarkan hasil analisis uji F diketahui bahwa secara simultan variabel pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Artinya, semakin baik strategi pemasaran yang diterapkan dan semakin mudah teknologi QRIS yang digunakan oleh pelaku UMKM, maka akan semakin mendorong perkembangan usaha yang dijalankan.

Hail tersebut juga terlihat dari temuan di lapangan melalui kuesioner. Dari data tersebut diperoleh gambaran bahwa beberapa aspek utama yang menunjukkan perkembangan suatu usaha adalah peningkatan jumlah pelanggan harian, bertambahnya jenis dan jumlah produk, serta perluasan jangkauan pasar yang tidak hanya terbatas pada pelanggan tetap, tetapi juga mencakup pelanggan baru dari luar daerah. Di sisi lain, perkembangan usaha juga tercermin dari bertambahnya modal usaha tanpa ketergantungan pinjaman

---

<sup>8</sup> Gainau, Engko, and Gaspersz, "Sistem Pembayaran QRIS Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Di Kota Ambon."

<sup>9</sup> Florensia Indah Kusumaningtyas and Martinus Budiantara, "Pengaruh Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Terhadap Pengembangan UMKM Di Kabupaten Sleman Sejak Pandemi Covid-19," *Journal of Economics and Business UBS* 12, no. 3 (2023): 1603–16.

luar, serta meningkatnya aset usaha yang diperoleh dari keuntungan yang dihasilkan. Kelima aspek ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang baik dan inovatif serta pemanfaatan teknologi seperti QRIS dapat mendorong perkembangan UMKM.

Dari kelima aspek tersebut sejalan dengan teori Blasius Manggu, bahwa faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM, di antaranya adalah pemasaran dan pemanfaatan teknologi, dimana persaingan yang ketat membutuhkan strategi pemasaran yang tepat, serta teknologi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Penggunaan teknologi dapat membuka peluang, mempercepat proses produksi, serta memperluas jangkauan pasar. Sebaliknya, UMKM yang tidak mengikuti perkembangan teknologi dapat kesulitan bersaing.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Manggu et al., *Daya Saing UMKM Di Wilayah Perbatasan Melalui Peran Lingkungan, Modal Usaha Dan Kreativitas Pemasaran*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dengan melihat pembahasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM.
2. Secara parsial pemanfaatan teknologi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM.
3. Secara simultan pemasaran dan pemanfaatan teknologi QRIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan sektor UMKM.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas strategi pemasarannya, tidak hanya mengandalkan promosi konvensional, tetapi juga memanfaatkan media digital. Selain itu, pemanfaatan QRIS dalam transaksi usaha sangat penting untuk mempermudah pembayaran, mengurangi risiko uang palsu, dan memberikan layanan yang lebih cepat bagi pelanggan.
2. Bagi Dinas Terkait, perlu terus memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM serta edukasi pemanfaatan QRIS, terutama bagi pelaku UMKM yang belum menggunakan QRIS.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini hanya dilakukan pada sektor kuliner UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur. Untuk itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas cakupan sektor usaha maupun wilayah penelitian serta menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi perkembangan UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia Tina Nur Anisa, and Nur Huri Mustofa. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening." *Sketsa Bisnis* 8, no. 2 (2021): 82–98.
- Aldina, Rima Puri, and Margunani Margunani. "Pengaruh Inovasi Produk, Tenaga Kerja, Dan Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Kerajinan Di Kecamatan Purwanegara Banjarnegara." *Business and Accounting Education Journal* 3, no. 1 (2022): 83–91.
- Alimuddin, Agus, Alfiansyah Imanda Putra, Ari Alfiani Saputri, Devy Kurniawati, and Novita Damayanti. "Pencapaian Target Marketing Lending Dalam Perspektif Ekonomi Bisnis Islam (Studi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Pekalongan)." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 5, no. 2 (2023): 101–17.
- Aliyah, Atsna Himmatul. "Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi* 3, no. 1 (2022): 64–72.
- Arianto, Febri. "UMKM Go Digital, Bank Indonesia Lampung Catat Bandar Lampung Tertinggi Pengguna QRIS, Lampung Barat Terendah." *Lampungpro.Co*, n.d. diakses pada 1 November 2024.
- Billah, Muwwahid, Saepul Rahmat, and Udin Sariipudin. "Analisis Penggunaan Uang Digital Dalam Perspektif Ekonomi Syariah" 4, no. 02 (2024): 2020–25.
- Darsana, Made, I, Suci Rahmadani, Erni Salijah, Ahmad Akbar, Yasir, and Khoirun Bahri, Nisa. *Strategi Pemasaran. Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Vol. 1. Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023.
- Dewanti, M.A. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Buleleng." *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (2022): 236–42.
- Elliyana, Ella, Lidiana, Tri Agustina, Siwi, Yeni Sedyoningsih, Habibie Kadir, Abdurohim, and Bayu Imanuddin. *Dasar-Dasar Pemasaran. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat*. Malang: Ahlimedia Press, 2022.
- Fahrudin, Fahrudin, and Putri Lailatul Isnaini. "Pengaruh Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Oleh UMKM Terhadap Pendapatan Usaha." *Jurnal Manajemen Stratejik Dan Simulasi Bisnis* 4, no. 1 (2023): 1–11.
- Fauzy, Akhmad. *Metode Sampling. Universitas Terbuka*. Cet. ke-2. Vol. 9. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019.
- Gainau, Paskanova Christi, Cecilia Engko, and Yesica Thelma Gaspersz. "Sistem Pembayaran QRIS Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Di Kota Ambon." *Journal of Business & Banking* 13, no. 2 (2024): 177–91.

- Haryanto, Mozes, Nurdwiana Sari, Saudi Muh, Ashary Anshar, and Moh Hatta. "YUME: Journal of Management Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan" 5, no. 1 (2022): 222–37.
- Hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian Sosial Dasar. Metodologi Penelitian Sosial Dasar*. Bandung: PT Raja Grafindo Persada, 2020.
- Indah Kusumaningtyas, Florensia, and Martinus Budiantara. "Pengaruh Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Terhadap Pengembangan UMKM Di Kabupaten Sleman Sejak Pandemi Covid-19." *Journal of Economics and Business UBS* 12, no. 3 (2023): 1603–16.
- Januardin. *Pengembangan Umkm*. Medan: UNPRI PRESS, 2021.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. "Pemanfaatan." Accessed January 2, 2025.
- KEMENKOPUKM. "Tenaga Pendukung Pengembangan Kewirausahaan Melalui Sinergi Dengan Dunia Usaha Dan Industri," 2024.
- Khomsin, K. *Metodologi Penelitian Dasar. Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2008*.
- Kresna, Rangga Bayu, and Nugroho SBM. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Indonesia Standar (QRIS) Pada Pelaku UMKM Di Kecamatan Temanggung." *Diponegoro Journal of Economics* 11 (2022): 146–62.
- Lestari, Enny Puji, Agus Alimuddin, Jeni Syahpira, Rubianti Novita, and Irma Wati. "The Effectiveness of Using Digital Technology ( QRIS ) in the Payment System for the Development of MSMEs of Metro City." *Al-Iqtishadiyah* 10, no. 2 (2024): 1-22.
- Liantifa, Melifia, and Fiqri. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm." *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 16, no. 3 (2023): 665–73.
- Listiyono, Hersatoto, Sunardi Sunardi, Eko Nur Wahyudi, and Dwi Agus Diartono. "Dinamika Implementasi QRIS: Meninjau Peluang Dan Tantangan Bagi UMKM Indonesia." *IKRA-ITH Informatika : Jurnal Komputer Dan Informatika* 8, no. 2 (2024): 120–26.
- Machmud, Rizan. *Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi. Ideas Publishing. Gorontalo, 2018*.
- Mangu, Blasius, Yuliana, Listria Horhoruw, Missianes, Frigia, and Noviyanti. *Daya Saing UMKM Di Wilayah Perbatasan Melalui Peran Lingkungan, Modal Usaha Dan Kreativitas Pemasaran*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia, 2023.
- Maulida, Mia. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha Seblak," 2023.

- Mekaniwati, Ani, Lin Khairunnisa, Rida Ristiyana, and Budi Harto. *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Pertama. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Mubarak, Reza. *PENGANTAR EKONOMETRIKA Edisi Pertama*. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021.
- Paramitha, Dyah Ayu, and Dian Kusumaningtyas. *Qris Layanan Untuk Loyalitas Dan Kepuasan. Bi.Go.Id/QRIS*, 2023.
- Permata, Fifian, Melifia Liantifa, Muzayyanah Yuliasih, Damar Aji Irawan, Indra Budaya, Zunan Setiawan, Zefri Efdison, et al. *Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM (Teori & Studi Kasus)*. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. Vol. 7. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2020.
- Pramono, Joko. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.
- Purba, Dewi Suryani, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Astri R Banjarnahor, Erika Revida, Sukarman Purba, Pratiwi Barnadetta Purba, Anggri Puspita Sari, et al. *Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019.
- Ri, Kementerian Agama. *Al Quran Dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015.
- Riyoko, Sisno. *Dasar-Dasar Pemasaran. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11. Yogyakarta: CV. Markumi, 2019.
- Rosmawati, Dini Vientiany, Nasib, and Juarsa Badri. *Pemasaran Bisnis Era Digital. Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Sahara, Aliaspar, Deby Rusandy, Santyo, Meizi Yendi, Syafira, and Rina Yani, Novi. *Ekonomi Dan Bisnis: Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Selat Media Patners, 2024.
- Satrio, Budi. "Mengenal Kota Metro Sebagai Bumi Sai Wawai." *DJKN.Kemenkeu.Go.Id*.
- Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono, Jaka Wijaya Kusuma, Irvana Arofah, Besse Arnawisuda Ningsi, Edy Saputra, Ratni Purwasih, and Syaharuddin. *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*. Mataram: CV. Pena Persada, 2021.
- Siregar, Helly Aroza, and Febdwi Suryani. "The Pengaruh Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Terhadap Produktivitas Umkm Dan Dampaknya Pada Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, no. 1 (2022): 105–17.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Susilowati, Heni, Ratnaningrum, Myra Andriana, Titin Hargyatni, and Erlinda Sholihah. *Kinerja Bisnis UMKM Di Era Digital*. Edited by Widyaningsih Dewi.

- Pertama. Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, 2022.
- Syafrida, Hafni Sahir. *Metodologi Penelitian*, 2022.
- Wawancara Kepada Reza Pelaku Usaha Jasa.
- Wawancara Kepada Fadil Pelaku Usaha Kuliner.
- Wawancara Kepada Sari Pelaku Usaha Fashion.
- Wawancara Kepada Tika Pelaku Usaha Kuliner.
- Wawancara Kepada Deni Pelaku Usaha Kuliner.
- Wicaksono, Soetam Rizky. *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Jawa Timur: Seribu Bintang, 2022.
- Widagdo, Suwignyo, Emy Kholifah Rachmaningsih, and Yuniuritas Indah Handayani. *Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas Dan Sumberdaya*. Mandala Press. Jawa Timur: Mandala Press, 2019.
- Widodo, Slamet, Festy Ladyani, La Ode Asrianto, Rusdi, Khairunnisa, Sri Maria Puji Lestari, Dian Rachma Wijayanti, et al. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Cv Science Techno Direct. Pangkalpinang: Cv. Science Techno Direct, 2023.
- Yudawisastra, G, Helin, Silvana Bander, Enjelina, Selly Mumu, Luluk Harinie, Tri, Ahmadi, Dhevi Sastradinata, Nayasari, and Muljono Eko Bambang. *Teori-Teori Perilaku Konsumen*. Bali: Intelektual Manifes Media, 2024.
- Zulkifli, Al Hakim, Adnan, Ari, Asy, Resti Ramadhaniyati, Lindari Wau, Helmi Ali, Dhiana Ekowati, Fadli Triansyah, Agus, Dhety Chusumastuti, Muhammad Sholahuddin, and Achmad Fageh. *Ekonomi Digital*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**Lampiran 1 Hasil Uji Prasyarat (Validitas dan Reliabilitas)**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pemasaran_1	46.98	27.816	.370	.750
Pemasaran_2	46.94	27.200	.494	.736
Pemasaran_3	47.22	27.481	.411	.745
Pemasaran_4	46.96	28.121	.335	.754
Pemasaran_5	46.98	28.714	.337	.753
Pemasaran_6	47.14	28.735	.343	.753
Pemasaran_7	46.90	29.194	.328	.754
Pemasaran_8	46.72	29.267	.325	.754
Pemasaran_9	47.02	25.938	.607	.722
Pemasaran_10	46.90	27.602	.410	.745
Pemasaran_11	46.86	26.490	.531	.731
Pemasaran_12	47.02	27.081	.326	.760

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pemanfaatan_1	49.78	21.318	.529	.743
Pemanfaatan_2	49.62	22.975	.415	.757
Pemanfaatan_3	49.70	22.500	.459	.752
Pemanfaatan_4	49.56	23.109	.403	.758
Pemanfaatan_5	49.60	24.000	.345	.764
Pemanfaatan_6	49.76	24.023	.360	.762
Pemanfaatan_7	49.68	22.793	.437	.754
Pemanfaatan_8	49.60	24.245	.308	.767
Pemanfaatan_9	49.76	23.696	.368	.761
Pemanfaatan_10	49.78	21.808	.426	.757
Pemanfaatan_11	49.58	22.861	.500	.749
Pemanfaatan_12	49.78	23.073	.369	.762

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Perkembangan_1	59.72	43.593	.426	.733
Perkembangan_2	59.70	45.398	.279	.746
Perkembangan_3	59.86	43.919	.402	.735
Perkembangan_4	59.82	43.293	.424	.733
Perkembangan_5	59.94	42.915	.487	.727
Perkembangan_6	60.00	44.653	.392	.737
Perkembangan_7	59.94	45.445	.279	.746
Perkembangan_8	59.84	43.076	.365	.739
Perkembangan_9	59.94	44.670	.341	.741
Perkembangan_10	59.80	45.102	.299	.745
Perkembangan_11	59.70	44.622	.287	.747
Perkembangan_12	60.02	42.877	.423	.732
Perkembangan_13	59.72	46.083	.284	.746
Perkembangan_14	59.76	44.962	.289	.746
Perkembangan_15	59.92	44.075	.345	.740

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.757	12

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.769	12

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.724	15

## Lampiran 2 Hasil Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas dan Heterokedastisitas)

### Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.00157658
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.085
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

### Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.086	7.780		2.068	.044		
	Pemasaran	.435	.195	.363	2.228	.031	.433	2.309
	Pemanfaatan Teknologi QRIS	.474	.215	.360	2.210	.032	.433	2.309
a. Dependent Variable: Perkembangan Sektor UMKM								

### Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.414	4.178		2.253	.029
	Pemasaran	-.053	.105	-.109	-.501	.618
	Pemanfaatan Teknologi QRIS	-.048	.115	-.090	-.413	.682
a. Dependent Variable: Abs_RES						

### Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.086	7.780		2.068	.044
Pemasaran	.435	.195	.363	2.228	.031
Pemanfaatan Teknologi QRIS	.474	.215	.360	2.210	.032

a. Dependent Variable: Perkembangan Sektor UMKM

#### Lampiran 4 Hasil Uji Hipotesis (Uji t, Uji f dan Koefisien Determinasi)

##### Uji t

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.086	7.780		2.068	.044
Pemasaran	.435	.195	.363	2.228	.031
Pemanfaatan Teknologi QRIS	.474	.215	.360	2.210	.032

a. Dependent Variable: Perkembangan Sektor UMKM

##### Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1040.147	2	520.074	19.941	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1225.773	47	26.080		
	Total	2265.920	49			

a. Dependent Variable: Perkembangan Sektor UMKM (Y)

b. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi QRIS, Pemasaran

##### Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 <sup>a</sup>	.459	.436	5.107

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi QRIS, Pemasaran

b. Dependent Variable: Perkembangan Sektor UMKM (Y)

## Lampiran 5 Hasil Tabulasi Data

Pemasaran (X <sub>i</sub> )												
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Res1	4	4	2	1	3	3	3	4	2	3	1	2
Res2	4	2	1	5	3	2	3	3	2	4	4	3
Res3	1	4	4	3	3	4	4	5	2	2	2	4
Res4	5	2	4	3	5	3	4	2	3	4	4	3
Res5	3	3	4	4	4	2	4	4	3	5	5	5
Res6	5	5	3	5	4	3	4	5	5	3	3	5
Res7	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5
Res8	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
Res9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res10	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	2	2
Res11	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
Res12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res13	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5
Res14	5	5	4	5	3	4	5	5	3	5	3	3
Res15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res16	4	4	3	5	3	3	5	5	5	5	5	3
Res17	3	4	4	3	5	4	5	5	3	2	5	2
Res18	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	2
Res19	5	5	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5
Res20	5	5	1	3	5	5	4	4	4	5	5	5
Res21	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	5	2
Res22	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5
Res23	5	5	3	5	5	4	3	4	4	5	5	5
Res24	3	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5
Res25	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5
Res26	5	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5
Res27	3	5	5	3	5	3	4	5	4	5	5	5
Res28	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3
Res29	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5
Res30	5	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4
Res31	5	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	2
Res32	2	2	4	5	3	4	5	4	4	3	4	5
Res33	5	5	3	5	3	4	3	4	4	5	5	4
Res34	3	5	4	3	3	5	5	5	4	4	5	5
Res35	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5
Res36	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5

Res37	3	5	5	3	5	3	4	5	4	5	5	5
Res38	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
Res39	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5
Res40	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
Res41	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5
Res42	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5
Res43	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	2
Res44	4	5	4	5	5	4	5	5	2	3	4	5
Res45	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
Res46	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	3	5
Res47	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	2
Res48	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	5
Res49	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
Res50	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5

Pemanfaatan Teknologi QRIS (X <sub>2</sub> )												
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Res1	2	4	5	2	4	3	3	5	2	2	3	3
Res2	2	2	2	5	2	4	5	2	4	3	4	5
Res3	4	2	2	2	5	4	2	5	4	3	5	4
Res4	5	5	4	3	5	3	5	5	2	5	2	2
Res5	4	4	5	3	5	5	4	2	5	5	5	3
Res6	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
Res7	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
Res8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res10	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
Res11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res13	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4
Res14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res16	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4
Res17	3	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3
Res18	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
Res19	3	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5
Res20	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3
Res21	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5
Res22	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4
Res23	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	2

Res24	5	5	4	5	3	4	5	4	4	3	4	5
Res25	5	5	5	5	3	4	3	4	4	5	5	4
Res26	5	4	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4
Res27	2	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5
Res28	2	5	2	5	4	5	2	4	5	2	2	3
Res29	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5
Res30	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4
Res31	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5
Res32	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5
Res33	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4
Res34	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Res35	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5
Res36	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3
Res37	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
Res38	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
Res39	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5
Res40	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5
Res41	5	4	5	5	4	5	5	4	5	1	4	5
Res42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res43	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
Res44	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5
Res45	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
Res46	3	5	5	3	5	4	4	5	4	5	5	5
Res47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5
Res49	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
Res50	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

Perkembangan Sektor UMKM (Y)															
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
Res1	5	5	1	3	2	3	4	4	1	5	2	5	4	4	4
Res2	4	1	4	1	4	5	3	4	5	5	5	5	5	1	2
Res3	5	5	3	2	3	4	1	3	3	2	5	1	4	2	3
Res4	5	1	3	5	2	2	4	4	3	5	2	2	4	5	3
Res5	4	4	4	4	2	3	4	1	4	5	5	2	4	4	4
Res6	3	5	5	4	3	2	4	5	5	2	5	5	3	5	2
Res7	4	5	2	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	2	3
Res8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
Res9	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res10	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5

Res11	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
Res12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	2
Res14	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	3	5	5
Res15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res16	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
Res17	3	5	4	2	2	4	3	4	5	1	3	5	4	5	5
Res18	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	3	4	4	5
Res19	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4
Res20	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4
Res21	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5	3	3	5	5	4
Res22	5	4	5	5	4	5	5	3	4	3	5	3	5	5	4
Res23	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	5
Res24	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	1	4	5	5	4
Res25	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	2	5	4	4	1
Res26	2	4	3	5	5	1	3	5	3	4	4	4	2	5	5
Res27	4	5	3	5	4	4	5	4	5	3	4	5	2	5	2
Res28	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	2	5
Res29	2	5	5	5	5	3	5	1	4	4	1	2	5	2	4
Res30	5	4	5	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4
Res31	5	4	5	4	4	5	3	2	4	4	5	5	5	5	5
Res32	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
Res33	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5
Res34	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Res35	4	4	2	2	3	5	5	4	2	3	5	4	5	5	5
Res36	5	3	4	5	4	4	4	5	4	3	5	3	4	5	4
Res37	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res38	5	5	4	5	3	4	5	2	4	5	5	4	5	4	4
Res39	2	5	3	4	3	4	4	5	4	5	5	2	3	4	4
Res40	5	5	4	5	5	5	5	4	2	3	5	4	4	5	5
Res41	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
Res42	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	3	5	5	5
Res43	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
Res44	2	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3
Res45	5	5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	4	5	4	4
Res46	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Res47	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4
Res48	2	2	5	3	5	5	4	1	3	4	4	4	4	4	5
Res49	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5
Res50	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

### Lampiran 6 Hasil R tabel, t tabel dan F tabel

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

## Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

## **OUTLINE**

### **PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI QRIS TERHADAP PERKEMBANGAN SEKTOR UMKM DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN NOTA DINAS**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**ORISINALITAS PENELITIAN**

**MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Rumusan Masalah
- E. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- F. Penelitian Relevan

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Perkembangan Sektor UMKM
  1. Pengertian Sektor UMKM

2. Pengertian Perkembangan Sektor UMKM
  3. Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Sektor UMKM
  4. Indikator Perkembangan Sektor UMKM
- B. Pemasaran
1. Pengertian Pemasaran
  2. Indikator Pemasaran
- C. Pemanfaatan Teknologi QRIS
1. Pengertian Teknologi QRIS
  2. Pengertian Pemanfaatan Teknologi QRIS
  3. Manfaat Teknologi QRIS
  4. Indikator Pemanfaatan Teknologi QRIS
- D. Kerangka Pemikiran
- E. Hipotesis Penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisis Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Gambaran Umum UMKM Kelurahan Iringmulyo Metro Timur
- B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden
- C. Hasil Penelitian
- D. Pembahasan

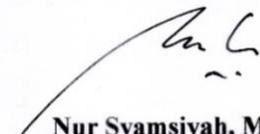
### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan

B. Saran

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN  
RIWAYAT HIDUP**

Mengetahui,  
Pembimbing Skripsi

  
**Nur Svamsiyah, M.E.**  
NIP. 199411292020122017

Metro, 15 April 2025

Peneliti

  
**Dini Endang Puspita**  
NPM. 2103010020

**ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)**

**PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI QRIS  
TERHADAP PERKEMBANGAN SEKTOR UMKM DI 15A IRINGMULYO  
METRO TIMUR**

**Angket**

**A. Identitas Responden**

Nama :  
 Nama Usaha :  
 Jenis Kelamin :  
 Usia :  
 Lama Usaha :  
 Jangka Waktu Penggunaan QRIS:

**B. Petunjuk Pengisian**

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti dan berikan jawaban dengan jujur dan benar sesuai dengan kenyataan yang ada!
2. Pilihlah jawaban yang anda anggap benar dengan memberikan tanda (✓) pada kolom jawaban yang telah tersedia!
3. Keterangan jawaban SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju).
4. Periksalah jawaban anda sebelum anda menyerahkan kembali!

**1. Pemasaran (X1)**

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk	Produk yang saya jual sesuai dengan tren dan kebutuhan konsumen saat ini					
		Saya terus mengembangkan variasi produk untuk menarik pelanggan					
		Produk yang saya jual kurang mampu bersaing dengan produk yang sejenis*					
2	Harga	Saya menyesuaikan harga produk sesuai dengan kondisi pasar					
		Harga yang saya tetapkan sesuai dengan kualitas produk yang saya jual					
		Harga di usaha saya sering dianggap mahal oleh pelanggan*					
3	Saluran Distribusi (Tempat)	Saya menggunakan lebih dari satu cara untuk menjual produk (langsung dan online)					

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		Saya memastikan lokasi usaha saya mudah dijangkau oleh pelanggan					
		Menurut saya, lokasi usaha tidak terlalu mempengaruhi jumlah pelanggan*					
4	Promosi	Saya memanfaatkan media sosial atau platform digital untuk mempromosikan usaha saya					
		Saya rutin mempromosikan produk usaha saya melalui media sosial					
		Saya merasa promosi tidak memberikan dampak signifikan terhadap usaha saya*.					

## 2. Pemanfaatan Teknologi QRIS (X2)

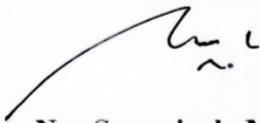
No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Efektivitas Teknologi	QRIS membantu saya menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat dan efisien					
		QRIS mempercepat proses pembayaran, mengurangi waktu tunggu bagi pelanggan					
		QRIS sering membuat proses transaksi menjadi lebih lama*					
2	Keuntungan Teknologi	QRIS membantu mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi usaha saya					
		Dengan QRIS, saya merasa lebih mudah dalam mengelola transaksi secara digital					
		Saya tidak melihat ada keuntungan yang lebih besar dengan menggunakan QRIS dalam usaha saya*					
3	Keterkaitan Teknologi dengan Tugas	QRIS mempermudah saya dalam menyelesaikan transaksi usaha sehari-hari					
		QRIS mempermudah saya dalam mencatat transaksi secara otomatis					
		QRIS tidak berhubungan langsung dengan tugas saya dalam usaha ini*					
4	Relevansi Teknologi	QRIS sesuai dengan kebutuhan transaksi usaha saya					
		QRIS membantu saya beradaptasi dengan tren pembayaran digital saat ini					
		QRIS tidak sesuai dengan ekspektasi saya dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan*					

### 3. Perkembangan Sektor UMKM (Y)

No	Indikator	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Peningkatan Jumlah Pelanggan dari Waktu ke Waktu	Saya mengalami peningkatan pelanggan setiap harinya					
		Banyak pelanggan baru yang mulai mengenal dan mencoba produk saya					
		Menurut saya, jumlah pelanggan tidak terialu berpengaruh terhadap usaha saya*					
2	Bertambahnya Jenis dan Jumlah Produk atau Jasa yang Ditawarkan	Saya rutin menambah variasi produk sesuai kebutuhan pasar					
		Jumlah stok atau volume produk yang saya jual terus meningkat					
		Saya lebih mempertahankan produk yang sudah ada tanpa menambah produk baru*					
3	Jangkauan Pasar yang semakin Meluas	Usaha saya mulai dikenal oleh konsumen diluar wilayah					
		Penjualan saya tidak hanya berasal dari pelanggan tetap, tetapi juga pelanggan baru dari luar wilayah					
		Usaha saya masih sulit menjangkau pelanggan diluar area sekitar*					
4	Bertambahnya Modal Usaha	Modal usaha saya mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu					
		Saya mampu menambah modal usaha tanpa pinjaman dari luar					
		Modal usaha saya belum mengalami peningkatan sejak pertama kali usaha*					
5	Peningkatan Aset Usaha	Aset usaha saya bertambah dari hasil keuntungan usaha					
		Saya rutin memperbaiki perlengkapan usaha sesuai kebutuhan					
		Saya belum pernah menambah aset usaha sejak usaha berjalan*					

\*adalah untuk pertanyaan negatif

Mengetahui,  
Pembimbing Skripsi

  
**Nur Syamsiyah, M.E.**  
NIP. 199411292020122017

Metro, 15 April 2025

Peneliti

  
**Dini Endang Puspita**  
NPM. 2103010020

5/13/25, 6:35 PM

Bimbingan Skripsi



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0493/In.28.1/J/TL.00/04/2025  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
NUR SYAMSIYAH (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **DINI ENDANG PUSPITA**  
NPM : 2103010020  
Semester : 8 (Delapan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syari`ah  
Judul : **PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI QRIS TERHADAP PERKEMBANGAN SEKTOR UMKM DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 16 April 2025  
Ketua Jurusan,



**Muhammad Mujib Baidhowi**  
NIP 199103112020121005

5/2/25, 7:08 AM

IZIN RESEARCH



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0592/In.28/D.1/TL.00/04/2025  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Lurah Iringmulyo Metro Timur  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0593/In.28/D.1/TL.01/04/2025, tanggal 28 April 2025 atas nama saudara:

Nama : **DINI ENDANG PUSPITA**  
NPM : 2103010020  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Lurah Iringmulyo Metro Timur bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Iringmulyo Metro Timur, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI QRIS TERHADAP PERKEMBANGAN SEKTOR UMKM DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 28 April 2025  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001

5/2/25, 7:09 AM

SURAT TUGAS



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-0593/In.28/D.1/TL.01/04/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **DINI ENDANG PUSPITA**  
NPM : 2103010020  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syaria`ah

Untuk: 1. Mengadakan observasi/survey di Iringmulyo Metro Timur, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PEMASARAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI QRIS TERHADAP PERKEMBANGAN SEKTOR UMKM DI 15A IRINGMULYO METRO TIMUR".

2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 28 April 2025



Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



**PEMERINTAH KOTA METRO  
KECAMATAN METRO TIMUR  
KELURAHAN IRINGMULYO**

Jalan Jenderal A. Yani  
www.iringmulyo.metrokota.go.id

**REKOMENDASI IZIN RESEARCH**

Nomor : 470/ E03947-25321/C.4.1/2025

Berdasarkan Surat Tugas dari Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Institut Agama Islam Negeri Metro Nomor : B-0593/In.28/D.1/TL.01/04/2025, dengan ini memberikan Rekomendasi Izin Research kepada :

Nama	: DINI ENDANG PUSPITA
NPM	: 2103010020
Semester	: 8 (Delapan)
Jurusan	: Ekonomi Syari'ah
Judul	: Pengaruh Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi QRIS terhadap perkembangan sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur

Surat Rekomendasi ini dipergunakan untuk : **Melaksanakan Izin Research di Kelurahan Iringmulyo Kec. Metro Timur-Kota Metro dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Iringmulyo

Pada tanggal : 2 Mei 2025

a.n.CAMAT METRO TIMUR

**LURAH IRINGMULYO**



**YULINA SARI,S.Mn**

**NIP. 19740722 200801 2 013**



Catatan :  
-UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"  
-Dokumen ini tertanda ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

**NPP: 1807062F0000001**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; perpustakaan@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-251/In.28/S/U.1/OT.01/05/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Dini Endang Puspita  
NPM : 2103010020  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103010020

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 14 Mei 2025  
Kepala Perpustakaan,

Amin Gufroni, S.I.Pust.  
NIP. 19920428 201903 1 009



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Dini Endang Puspita  
NPM : 2103010020  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Pemasaran dan Pemanfaatan Teknologi QRIS terhadap Perkembangan Sektor UMKM di 15A Iringmulyo Metro Timur** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 20%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 27 Mei 2025  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



**Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.**  
NIP. 199103112020121005









## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Dini Endang Puspita, atau akrab disapa Dini, lahir di Metro 1 Juli 2003. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, pasangan dari Bapak Suryadi dan Ibu dewi Purwati. Bertempat tinggal di 21 Kelurahan Yosomulyo, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro.

Penulis telah menyelesaikan pendidikan di TK Kemala Bhayangkari Metro pada tahun 2007-2009, SD Negeri 6 Metro pada tahun 2009-2015, SMP Negeri 10 Metro pada tahun 2015-2018 dan SMA Negeri 5 Metro pada tahun 2018-2021. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan Program Studi Ekonomi Syariah pada tahun 2021.