

## FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN QRIS DI WILAYAH JABODETABEK

Ratna Yuli Herawaty<sup>1</sup>, Hasnawati<sup>2</sup>

Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia<sup>1,2</sup>

Email: ratnayulihera@gmail.com<sup>1</sup>, hasnawati@trisakti.ac.id<sup>2</sup>

### Abstrak

Pandemi Covid 19 telah menyebabkan perubahan dalam konsumsi berbagai generasi sehari-hari dan memperbanyak frekuensi pembayaran secara digital sebagai salah satu solusi untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan penanganan uang tunai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi pengguna dengan niatan untuk mengadopsi penggunaan QRIS. Faktor-faktor pengguna diproksikan oleh enam variabel, yaitu *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, *facilitating conditions*, *perceived trust* dan *continuous innovation*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis pada Generasi X, Y dan Z di Jabodetabek. Teknik purposive sampling digunakan dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didistribusikan melalui *Google Form*. Terdapat 221 responden yang didapat dari ketiga generasi. Data diolah menggunakan SPSS 27 dengan model regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *facilitating conditions*, *perceived trust* dan *continuous innovation* dapat mempengaruhi niat seseorang dalam mengadopsi QRIS. Di sisi lain, faktor *social influence* tidak memiliki pengaruh terhadap niat seseorang dalam mengadopsi QRIS. Penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran oleh Generasi X, Y dan Z. Akhirnya, penelitian ini berkontribusi untuk memberikan informasi yang lebih baik bagi para pelaku usaha untuk memberikan berbagai opsi metode pembayaran *cashless* maupun *cash* kepada konsumen sehingga diharapkan dapat lebih efektif dan efisien secara keseluruhan.

**Kata kunci:** *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, *facilitating conditions*, *perceived trust*, *continuous innovation*, Generasi X, Y dan Z.

### Abstract

The Covid 19 pandemic has caused changes in the daily consumption of various generations and increased the frequency of digital payments as one solution to overcome problems related to handling cash. This research aims to analyze the influence of user perceptions on their intention to adopt QRIS. User factors are proxied by six variables, namely *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *social influence*, *facilitating conditions*, *perceived trust* and *continuous innovation*. This research uses quantitative methods with analysis on Generations X, Y and Z in Jabodetabek. Purposive sampling technique was used to collect data using a questionnaire distributed via *Google Form*. There were 221 respondents from three generations. Data were processed using SPSS 27 with multiple regression models. The research results show that the factors *Perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *facilitating conditions*, *perceived trust* and *continuous innovation* can influence a person's intention to adopt QRIS. On the other hand, *social influence* factors have no influence on a person's intention to adopt QRIS. This research provides new insight into how QRIS is used as a payment method by Generations effective and efficient overall.

**Keywords:** *Perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, facilitating conditions, perceived trust, continuous innovation, Generations X, Y and Z.*

## **Pendahuluan**

Di era yang serba digital serta terus berkembang dari sisi transaksi pembelian maupun transaksi pembayaran seperti saat ini, transaksi digital sudah bukan sebagai tren, melainkan seperti kewajaran dalam ekonomi modern. Bank Indonesia menyatakan bahwa ekosistem dari pembayaran digital di Indonesia telah mengalami suatu perubahan yang signifikan dalam dua dekade, dimana penggunaan Internet memberikan suatu peluang sebagai media untuk transaksi pembayaran dan perdagangan elektronik, mau tidak mau, dalam hal ini Infrastruktur pembayaran digital sudah mulai diinisiasi.

Gultom et al., (2023) menemukan bahwa transaksi uang elektronik di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun, yang memperlihatkan adanya minat yang besar dari masyarakat Indonesia dalam menggunakan transaksi uang elektronik sebagai alat pembayaran utama sebagai alternatif maupun pengganti pembayaran menggunakan uang tunai. Terjadinya Pandemi Covid 19 yang menyebabkan perubahan dalam konsumsi dan perilaku konsumen yang menggunakan pembayaran secara digital, membuat dompet digital dan transaksi online menjadi salah satu solusi untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan penanganan uang tunai dan transaksi jarak jauh. Ansari, Shobhit, Sohail et al., (2018) dimana dompet elektronik dapat diisi ulang oleh perangkat lain yang serupa dengan uang di dalam dompet menggunakan mode transaksi apa pun. Salah satu contoh transaksi pembayaran digital adalah melakukan adopsi dengan e-wallet (AEW) dimana berkaitan dengan uang digital menggunakan internet banking, kartu debit maupun kredit serta platform pembayaran lainnya untuk meningkatkan penjualan kapan saja dan di mana saja.

Proyeksi jumlah konsumen digital akan transaksi belanja online meningkat sebesar 3,7 kali lipat dari USD 13,1 miliar di tahun 2017 menjadi USD 48,3 miliar di tahun 2025. Berdasarkan data Mc Kinsey, Di Indonesia, pembayaran secara digital dengan menggunakan e-wallet berdasarkan jumlah pengguna aktif antara tahun 2017 dan 2019 yaitu platform Go-Pay, OVO, DANA, dan Linkaja. Grafik pertumbuhan yang stabil ditunjukkan oleh OVO yang berasal dari kemitraannya dengan aplikasi Grab, serta Tokopedia yang merupakan platform jual beli online yang cukup dominan di pasar e-commerce Indonesia.

Selain popularitas dari penggunaan teknologi pembayaran secara digital e-wallet yang dilakukan oleh seluruh lapisan dan usia di kehidupan bermasyarakat Indonesia, Bank Indonesia juga secara aktif memanfaatkan teknologi untuk memfasilitasi kegiatan transaksi masyarakat di tengah pandemi, perdana dengan meluncurkan QR Code Nasional yang dikenal dengan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) pada 17 Agustus 2019, serta menerapkan QRIS untuk digunakan efektif secara nasional untuk masyarakat Indonesia pada 1 Januari 2020. QRIS dikembangkan oleh Bank Indonesia bersama dengan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) dengan harapan penggunaan QRIS dapat memudahkan seluruh kalangan masyarakat di Indonesia untuk melakukan transaksi secara digital yang lebih mudah, cepat serta terjaga keamanannya.

Transaksi pembayaran digital menggunakan QRIS terus digencarkan oleh Bank Indonesia (2024) dengan harapan semua masyarakat ikut berpartisipasi ke ranah digital, dimana peningkatan penggunaannya untuk semua pihak bukan hanya milenial, baby boomer, Gen Z, Gen Y. Guna menarik perhatian seluruh kalangan Masyarakat, Bank Indonesia melakukan inovasi terkait fitur yang ada pada QRIS berdasarkan *Sandbox* Bank

Indonesia. Saat ini, langkah yang telah diambil oleh Bank Indonesia terkait inovasi QRIS memungkinkan pengguna dapat melakukan transaksi pengiriman uang, transaksi tarik tunai serta transaksi setor tunai yang semuanya dapat dilakukan dengan menggunakan QRIS. Diharapkan dengan adanya pengembangan dari fitur QRIS dapat menjadi salah satu solusi yang praktis serta efisien untuk digunakan dalam transaksi keuangan.

Fenomena diatas tentu sangat berkaitan dengan beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk semua kalangan dan usia dalam memilih media apa saja untuk melakukan transaksi pembayaran secara digital dengan e-wallet maupun QRIS ataupun masih dilakukan secara tradisional menggunakan uang tunai. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ledi et al., (2023) terkait pembayaran dengan QRIS dan mobile payment dalam pemanfaatan layanan keuangan digital menunjukkan bahwa penggunaan QRIS berdampak positif pada kinerja UKM yang mengartikan bahwa fenomena saat ini Masyarakat cenderung menggunakan QRIS sebagai alat digital untuk transaksi pembayaran.

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait faktor-faktor yang menentukan keinginan untuk menggunakan sistem pembayaran digital, seperti yang dilakukan oleh Yang et al., (2021) diperoleh temuan terkait persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kompatibilitas, persepsi kepercayaan untuk menggunakan teknologi digital sebagai media pembayaran digital berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan teknologi pembayaran digital (e-wallet).

Penelitian ini diinspirasi oleh tema yang dilakukan oleh Yang, Abdullah, Muhammad, Noorshella & Noor (2021), hanya saja dalam penelitian ini menggunakan objek kajian dengan kategori Generasi X dengan rentang kelahiran tahun (1965-1980), Generasi Y dengan rentang kelahiran tahun (1981-1996) sampai dengan Generasi Z dengan rentang kelahiran tahun (1997-2012). Hal ini yang menjadi landasan penulis. Selain itu, *research gap* dari penelitian ini adalah penulis melakukan *sample* pengambilan data pada di ketiga Generasi X, Y dan Z dikarenakan penelitian terkait QRIS banyak dilakukan pada sektor Millennial dan Mahasiswa, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Gultom et al., 2023; Risma & Sri, 2021) dimana belum adanya penelitian yang spesifik membahas faktor penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran untuk transaksi sehari-hari untuk ketiga Generasi yang telah disampaikan diatas dan penulis menambahkan Continuous Innovation sebagai variabel penelitian sesuai dengan transformasi digital saat ini.

Melalui penelitian ini, dengan pengukuran objek ketiga generasi dianggap dapat menggambarkan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penggunaan QRIS di kalangan berbagai usia. Faktor-faktor tersebut meliputi persepsi kegunaan, persepsi kemudahan pengguna, pengaruh sosial, persepsi kepercayaan, kondisi yang memfasilitasi penggunaan serta inovasi berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat yang dapat digunakan sebagai gambaran seberapa besar persentase penggunaan QRIS di ketiga Generasi untuk pelaku usaha guna mengadopsi metode pembayaran menggunakan QRIS.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### ***Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)***

Hipotesis 1 (H1): *Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan QRIS.*

Persepsi kegunaan merupakan salah satu faktor pendukung seseorang dalam menggunakan suatu produk apabila dirasa dapat mempermudah transaksi pembayaran. Penelitian yang dilakukan oleh Hanni & Pujiastuti, (2023) terkait persepsi kegunaan penggunaan QRIS sebagai pendukung bisnis islami, menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan QRIS pada generasi Z di kota Batang. Dimana generasi Z setuju bahwa adanya faktor persepsi kegunaan dari QRIS yang diluncurkan oleh pemerintah sebagai alat pembayaran non tunai.

#### **Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)**

Hipotesis 2 (H2): *Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan QRIS.*

Penelitian yang dilakukan oleh Saputri, (2020) yang menguji terkait faktor menggunakan QR Code Indonesia sebagai alat transaksi pembayaran secara simultan menghasilkan bahwa Preferensi kemudahan konsumen memiliki hasil yang berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam menggunakan QRIS sebagai alat transaksi pembayaran.

#### **Pengaruh Sosial (*Social Influence*)**

Hipotesis 3 (H3): *Pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan positif terhadap niat menggunakan QRIS.*

Penelitian yang dilakukan oleh (Lonardi & Legowo, 2021) terkait Pengaruh Sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan QRIS, membuktikan bahwa Pengaruh Sosial menunjukkan pengaruh yang signifikan terkait penggunaan pembayaran dengan metode QRIS, hal ini muncul dari orang terdekat dimana seseorang akan memberikan rekomendasi kepada orang lain apabila suatu layanan/aplikasi memberikan nilai yang dirasa berguna dan bermanfaat bagi penggunanya. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Risma & Sri, (2021) menunjukkan bahwa Pengaruh Sosial bukan merupakan suatu prediktor signifikan yang mempengaruhi minat Mahasiswa dalam menggunakan QRIS sebagai opsi teknologi pembayaran.

#### **Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)**

Hipotesis 4 (H4): *Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh secara signifikan positif terhadap niat menggunakan QRIS.*

Salah satu faktor lain yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan QRIS adalah kondisi yang memfasilitasi para penggunanya, merujuk pada Penelitian yang dilakukan oleh Risma & Sri, (2021) menunjukkan bahwa faktor Kondisi yang Memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap Minat menggunakan QRIS sebagai teknologi pembayaran. Hasil Penelitian (Nirwasita et al., 2024) sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Zidan & Auliya, 2023) dimana kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa di tiga perguruan tinggi besar di Solo Raya dalam menggunakan QRIS sebagai metode transaksi pembayaran

#### **Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*)**

Hipotesis 5 (H5): *Kepercayaan yang dirasakan berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan QRIS.*

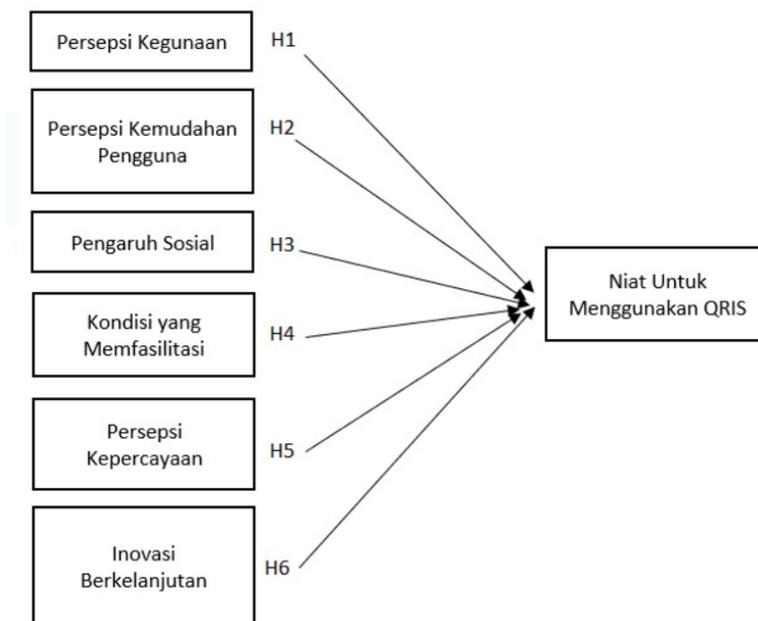
Persepsi Kepercayaan untuk beberapa orang, seringkali dijadikan sebuah keyakinan terhadap sebuah penyedia produk atau jasa yang diharapkan dapat digunakan dengan baik dan memiliki keamanan dalam penggunaannya. Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Gultom et al., (2023) dalam Preferensi Milenial untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran, menghasilkan adanya pengaruh yang signifikan untuk persepsi kepercayaan dalam menggunakan QRIS. Hal ini tentu sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Andespa, (2018), menyatakan bahwa terdapat pengaruh persepsi kepercayaan terhadap preferensi nasabah yang bernilai positif.

### **Inovasi Berkelanjutan (*Continuous Innovation*)**

Hipotesis 6 (H6): *Inovasi berkelanjutan berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan QRIS.*

Inovasi berkelanjutan sebagai salah satu faktor penentu dalam penggunaan suatu produk, dalam Penelitian (Chen & Chen, 2023) yang membahas terkait Tipe Inovasi dan hubungannya dengan Teori Penggunaan Inovasi dan Kinerja Pasar, menunjukkan bahwa inovasi yang konsisten dan berkesinambungan memiliki dampak yang lebih besar terhadap kinerja pasar daripada inovasi yang merusak. Penelitian ini memberikan hasil yang dapat digunakan bagi para manajer untuk bijaksana dalam memilih jenis inovasi yang tepat untuk produk yang akan dikembangkan sesuai dengan strategi pasar.

### **Kerangka Penelitian**



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang dianalisis dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner online yang didistribusikan melalui berbagai media sosial, aplikasi pesan singkat maupun secara langsung. Metode penentuan sample penelitian ini menggunakan

teknik *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang terbagi menjadi 3 Generasi (Generasi X, Generasi Y dan Generasi Z) yang pernah melakukan transaksi pembayaran melalui QRIS Perbankan. Proses distribusi penyebaran kuisioner ini dilakukan mulai pada bulan Mei 2024. Pengumpulannya dilakukan menggunakan media Google form yang terdiri dari bagian informasi umum konsumen seperti nama, umur, pendidikan, dan frekuensi transaksi pembayaran menggunakan QRIS Perbankan. Lalu bagian selanjutnya yaitu berisikan pernyataan yang sesuai dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Setiap pernyataan akan disajikan pilihan jawaban menggunakan skala likert 1-6 (1=sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= agak tidak setuju, 4= cukup setuju, 5= setuju, dan 6= sangat setuju).

Alat analisis yang digunakan adalah IBM Statistik SPSS versi 27 dan teknik yang digunakan adalah regresi linier berganda dan analisis jalur dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu untuk memeriksa bahwa setiap indikator pertanyaan telah valid dan reliabel. Uji validitas dengan nilai signifikansi  $<0,05$  dan uji reliabilitas dengan nilai Cronbach Alpha  $>0,70$  (Ghozali, 2016). Di bawah ini merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur setiap variabel.

**Tabel 1. Indikator Pernyataan**

Variabel	Indikator	Sumber
<b>Perceived Usefulness</b>	Menggunakan QRIS memudahkan saya untuk melakukan transaksi sehari-hari	(Yang et al., 2021)
	Menggunakan QRIS memungkinkan saya untuk mengelola transaksi dengan lebih efisien	
	Menggunakan QRIS meningkatkan produktivitas saya	
	Menggunakan QRIS memungkinkan saya menyelesaikan kegiatan (seperti pembayaran yang lebih cepat)	
	Secara keseluruhan, saya yakin QRIS lebih berguna daripada cara pembayaran tradisional dalam melakukan transaksi	
<b>Perceived Ease of Use</b>	Mempelajari cara menggunakan QRIS itu mudah bagi saya	(Yang et al., 2021)
	Interaksi saya dengan QRIS jelas dan mudah dimengerti	
	Saya merasa QRIS mudah digunakan	
	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan QRIS	
	Mudah bagi saya untuk mengingat bagaimana melakukan tugas dengan QRIS	
<b>Social Influence</b>	Saya menyukai kenyataan bahwa pembayaran yang dilakukan melalui QRIS membutuhkan usaha yang minim	(Yang et al., 2021)
	Orang-orang yang memengaruhi perilaku saya berpikir bahwa saya harus menggunakan QRIS	
	Orang-orang yang penting bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan QRIS	
	QRIS digunakan secara luas oleh orang-orang di komunitas saya	
	Hampir semua teman saya menggunakan QRIS	
<b>Facilitating Conditions</b>	Anggota keluarga saya menggunakan QRIS	(Yang et al., 2021)
	Saya diberikan dukungan dan bantuan yang diperlukan untuk menggunakan QRIS	
<b>Facilitating Conditions</b>	Saya memiliki sumber daya keuangan dan teknologi yang diperlukan untuk menggunakan QRIS	(Yang et al., 2021)
	Saya diberikan dukungan dan bantuan yang diperlukan untuk menggunakan QRIS	

Variabel	Indikator	Sumber
	Saya memiliki akses ke perangkat lunak dan perangkat keras yang diperlukan untuk menggunakan QRIS	
	Layanan QRIS yang saya gunakan terintegrasi dengan baik dan disediakan dalam infrastruktur layanan yang stabil	
	Penyedia layanan/operator saya memfasilitasi penggunaan QRIS	
<b>Continuous Innovation</b>	Satu barcode QRIS dapat digunakan untuk seluruh Bank QRIS memungkinkan pengguna untuk mentransfer dana antar-pengguna QRIS	(Chen & Chen, 2023)
	Pengguna dapat menarik dan menyetor uang melalui ATM dengan memindai kode QRIS	
<b>Perceived Trust</b>	Saya percaya bahwa transaksi yang dilakukan melalui QRIS aman dan bersifat pribadi	(Yang et al., 2021)
	Saya percaya pembayaran yang dilakukan melalui saluran QRIS akan diproses dengan aman	
	Saya percaya informasi pribadi saya di QRIS akan dijaga kerahasiaannya	
	Saya percaya QRIS Perbankan memperhatikan kepentingan terbaik pelanggan	
	Saya percaya bahwa jika terjadi masalah, QRIS Perbankan akan memberikan bantuan kepada saya	
	Saya percaya bahwa penyedia layanan QRIS mematuhi hukum konsumen	
<b>Intention to Use QRIS</b>	Dengan asumsi bahwa saya memiliki akses ke QRIS, saya berniat untuk menggunakannya	(Yang et al., 2021)
	Saya berniat untuk menggunakan QRIS jika biaya dan waktunya masuk akal bagi saya	
	Saya berniat untuk menggunakan QRIS di masa depan	
	Saya berniat untuk meningkatkan penggunaan QRIS di masa depan	
	Saya berniat untuk terus menggunakan QRIS lebih sering di masa depan	
	Saya berniat menggunakan QRIS dalam kehidupan sehari-hari	

### Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Data dikumpulkan dari tanggal 21 Mei 2024 hingga 27 Mei 2024. Selama periode ini, diperoleh 221 responden.

#### Demografi Responden

Bagian ini menjelaskan tentang demografi responden yang menggambarkan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pendapatan/uang saku, domisili, dan frekuensi belanja online.

**Tabel 2. Demografi Responden**

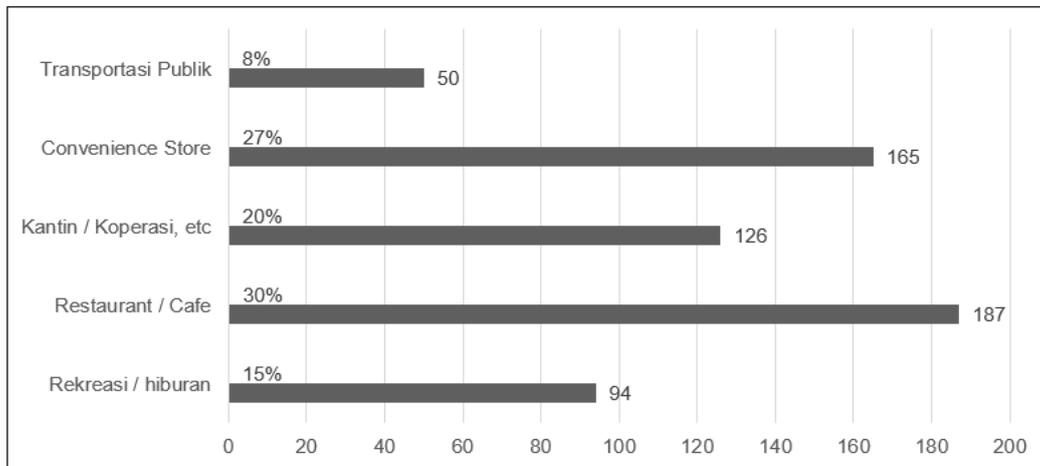
Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
<b>Gender</b>		
a. Laki-laki	81	36,7%
b. Perempuan	140	63,3%
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>
<b>Generasi Kelahiran</b>		

## Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Qris di Wilayah Jabodetabek

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
a. Gen X (Kelahiran tahun 1965 - 1980)	43	19,5%
b. Gen Y (Kelahiran tahun 1981 - 1996)	117	52,9%
c. Gen Z (Kelahiran tahun 1997 - 2012)	61	27,6%
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
a. Diploma / D3	57	25,8%
b. Sarjana / S1	148	67%
c. Pasca Sarjana / S2	14	6,3%
d. Doktoral / S3	2	0,9%
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>
<b>Status Pekerjaan</b>		
a. Freelancer	17	7,7%
b. Karyawan Negeri	16	7,2%
c. Karyawan Swasta	188	85,1%
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>
<b>Domisili</b>		
a. Bekasi	57	25,8%
b. Bogor	11	5%
c. Tangerang	27	12,2%
d. Depok	18	8,1%
e. Jakarta	108	48,9%
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>
<b>QRIS Perbankan</b>		
a. Bank Buku 4	192	86,9%
b. Non – Bank Buku 4	29	13,1%
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>
<b>Frekuensi Penggunaan QRIS</b>		
a. 1 - 10 kali dalam seminggu	143	64,7%
b. 11 - 20 kali dalam seminggu	52	23,5%
c. > 21 dalam seminggu	26	11,8%
<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Sumber: Processed with SPSS 27

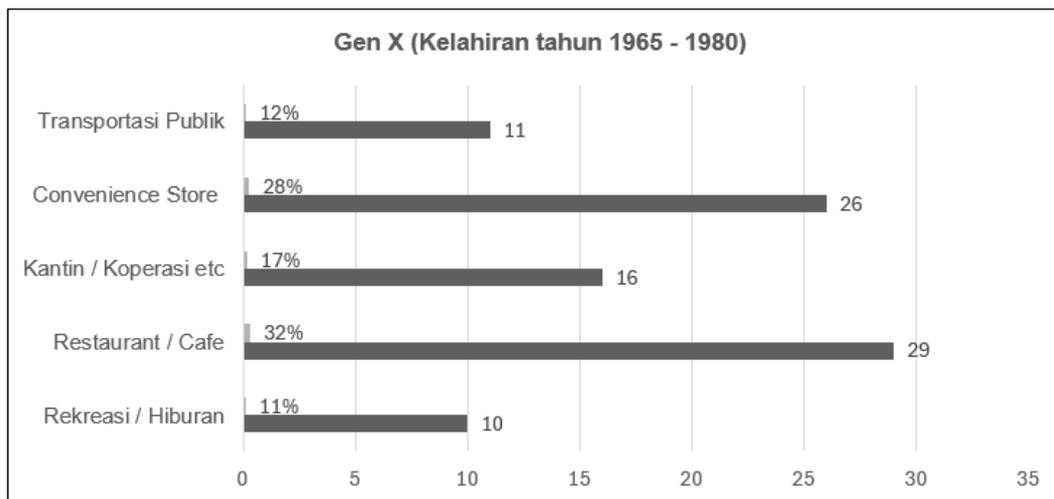
Tabel 2 menunjukkan bahwa proporsi jenis kelamin responden wanita lebih banyak hampir dua kali lipat dibandingkan responden laki-laki. Mayoritas responden berada pada Generasi Y dengan kelahiran tahun 1981 - 1996 di tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh adalah Sarjana S1 (67%) dengan status pekerjaan mayoritas sebagai karyawan swasta (85,1%). Responden yang mengisi kuisioner ini mayoritas berdomisili di wilayah Jakarta (48,9%). Sebanyak 64,7% responden menggunakan QRIS sebanyak 1-10 kali dalam seminggu dengan QRIS Perbankan Bank Buku 4 sebanyak (86,9%).



**Gambar 2. Persentase Kategori Pembayaran Menggunakan QRIS**

Sumber: Google Form Result & Pengolahan Excel

Gambar 2 menunjukkan bahwa opsi pembayaran menggunakan QRIS digunakan paling banyak untuk transaksi pembayaran di *Restaurant / café* sebanyak 187 responden (30%), diikuti oleh transaksi pembayaran di *Convenience store* sebanyak 165 responden (27%), transaksi pembayaran di Kantin / Koperasi etc, sebanyak 126 responden (20%), transaksi pembayaran Rekreasi / Hiburan sebanyak 94 responden (15%) dan transaksi pembayaran di Transportasi Publik sebanyak 50 responden (8%).

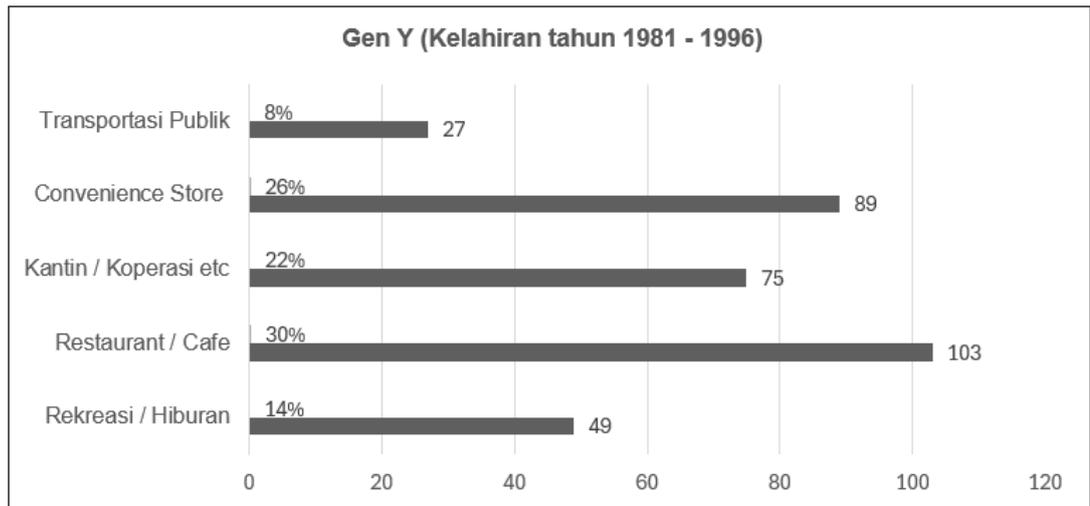


**Gambar 3. Kategori Pembayaran Menggunakan QRIS Oleh Gen X**

Sumber: Google Form Result & Pengolahan Excel

Gambar 3 menunjukkan bahwa dari lima kategori pembayaran menggunakan QRIS oleh Generasi X (Kelahiran tahun 1965-1980) yang paling banyak digunakan untuk pembayaran di *Restaurant / Café*, diikuti dengan pembayaran di *Convenience store*, pembayaran di Kantin / Koperasi, pembayaran untuk Transportasi Publik dan yang paling sedikit adalah untuk pembayaran Rekreasi / Hiburan.

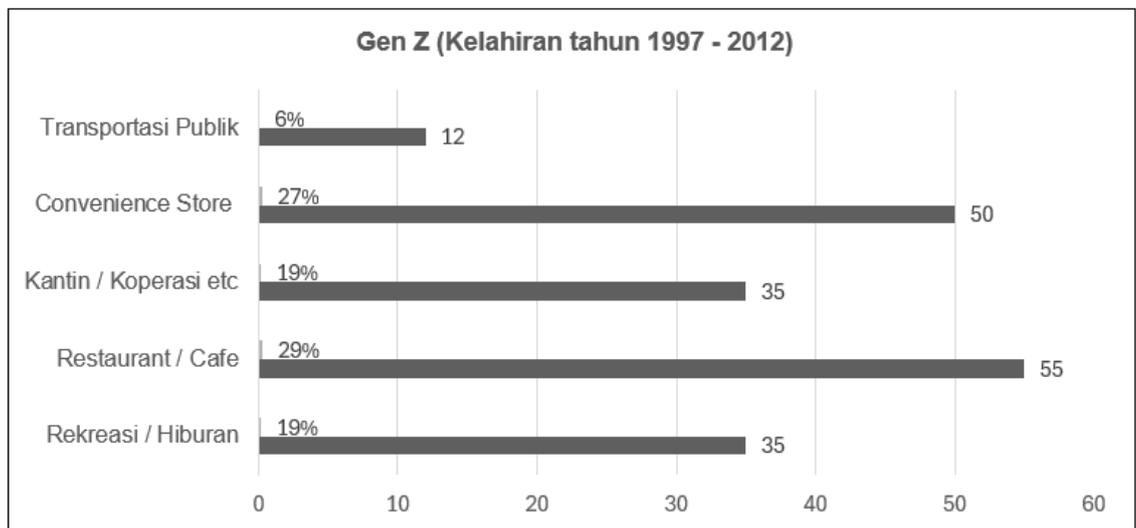
## Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Qris di Wilayah Jabodetabek



**Gambar 4. Kategori Pembayaran Menggunakan QRIS Oleh Gen Y**

Sumber: Google Form Result & Pengolahan Excel

Gambar 4 menunjukkan bahwa dari lima kategori pembayaran menggunakan QRIS oleh Generasi Y (Kelahiran tahun 1981 - 1996) dan Generasi X (Kelahiran tahun 1965 – 1980), penyebaran penggunaannya serupa untuk tiga kategori teratas. Kategori pertama paling banyak digunakan untuk pembayaran di Restaurant / Café, diikuti oleh pembayaran di *Convenience store* dan pembayaran di Kantin / Koperasi. Pada Generasi Y, penggunaan QRIS yang paling jarang digunakan yakni untuk transaksi pembayaran di Transportasi Publik.



**Gambar 5. Kategori Pembayaran Menggunakan QRIS Oleh Gen Z**

Sumber: Google Form Result & Pengolahan Excel

Gambar 5 menunjukkan bahwa dari lima kategori pembayaran menggunakan QRIS oleh Generasi Z (Kelahiran tahun 1997 - 2012), penyebaran penggunaannya relative seimbang sebanyak 52,5 responden untuk kategori pembayaran di *Restaurant / Café* dan *Convenience store*, diikuti oleh pembayaran di Kantin / Koperasi dan Rekreasi / Hiburan sebanyak 35 responden. Terdapat kesamaan dengan Generasi Y dalam hal

penggunaan QRIS yang paling jarang digunakan, yaitu untuk pembayaran di Transportasi Publik.

**Hasil Hipotesis**

Data yang dikumpulkan telah melewati uji kualitas untuk melihat keseriusan responden dalam menjawab pertanyaan dan untuk melihat faktor situasional pada saat penelitian dilakukan. Pengujian yang dilakukan adalah uji validitas menggunakan Korelasi Pearson < 0,05 dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha > 0,70. Semua inidikator pertanyaan setiap variabel telah terbukti valid karena semua nilai signifikansi berada pada nilai di bawah 0,05 dan setiap variabel telah terbukti reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha berada pada nilai di atas 0,70.

Penelitian ini menggunakan regresi berganda untuk menguji hipotesis dengan menggunakan koefisien determinasi (adjusted R2), uji kelayakan model (uji F), dan uji parsial (uji t). Gambar 6 menunjukkan hasil pengujian hipotesis.

Research Model: $IU = a + b1.PU + b2.PU + b3.SI + b4.FC + b5.PT + b6.CI + e$								
Variabel	Prediction	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Results	
		B	Std. Error				Sig / 2	Decision
(Constant)		-0.998	1.494		-0.668	0.505		
Perceived Usefulness (X1)	+	0.253	1.494	0.200	3.866	0.001	0.0005	H <sub>1</sub> Accepted
Perceived Ease of Use (X2)	+	0.308	0.067	0.280	4.602	0.001	0.0005	H <sub>2</sub> Accepted
Social Influence (X3)	+	0.021	0.051	0.022	0.424	0.672	0.336	H <sub>3</sub> Rejected
Facilitating Conditions (X4)	+	0.241	0.077	0.197	3.129	0.002	0.001	H <sub>4</sub> Accepted
Perceived Trust (X5)	+	0.215	0.047	0.233	4.518	0.001	0.0005	H <sub>5</sub> Accepted
Continous Innovation (X6)	+	0.152	0.080	0.093	1.897	0.059	0.0295	H <sub>6</sub> Accepted
Adjusted R <sup>2</sup>	0.687							
F test	81.455							
F significance	0.001							
Dependent Variable: Intention to Use (Y)								
Source: Processed with SPSS 27								

**Gambar 6. Hasil Hipotesis**

Dari gambar 6, dapat dilihat bahwa nilai adjusted R<sup>2</sup> adalah 0,687. Ini berarti bahwa 68,7% variasi dalam variabel *Intention to Use* dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease to Use*, *Social Influence*, *Facilitating Conditions*, *Perceived Trust* dan *Continuous Innovation*. Sedangkan 31,3% disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Nilai signifikan dari F menunjukkan angka 0,001 yang berarti model tersebut sesuai. Dari hasil uji parsial t, ditemukan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease to Use*, *Facilitating Conditions*, *Perceived Trust* dan *Continuous Innovation* memengaruhi *Intention to Use*. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi t/2 yang lebih kecil dari 0,05.

**Hipotesis 1: Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan QRIS.**

Hasil pengujian X1 *Perceived Usefulness* menunjukkan adanya signifikansi antara persepsi kegunaan yang menunjukkan niatan generasi X, Y dan Z dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran dalam kegiatan bertransaksi saat ini dengan nilai signifikansi t (0,001) yang nilainya lebih kecil dari standar nilai error (0,05) dan koefisien beta sebesar 0,253 yang mempunyai arah positif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yang et al., 2021) dimana *perceived usefulness* memiliki hasil yang signifikan positif terhadap niat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran. Penelitian lain terkait *perceived usefulness* yang dilakukan oleh Gultom, Gultom et al., (2023) menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif antara persepsi kemanfaatan terhadap penggunaan QRIS oleh generasi milenial.

Dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa metode pembayaran untuk transaksi sehari-hari telah memiliki berbagai opsi, salah satunya menggunakan teknologi digital melalui QRIS yang dapat digunakan oleh semua generasi dengan harapan transaksi yang dilakukan memiliki kegunaan yang lebih efektif dan efisien sehingga konsumen tidak lagi memakai uang tunai serta harus menunggu uang kembalian terlebih jika melakukan transaksi pembayaran di kantin maupun transportasi publik.

**Hipotesis 2: Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap niat menggunakan QRIS.**

Hasil pengujian X2 *Perceived Ease to Use* menunjukkan adanya pengaruh persepsi kemudahan sebagai salah satu faktor yang mendorong niatan pada generasi X, Y dan Z dalam menggunakan QRIS dengan nilai signifikansi  $t$  (0,001) yang nilainya lebih kecil dari standar nilai error (0,05) dan koefisien beta sebesar 0,308 yang mempunyai arah positif. Hal ini memberikan gambaran bahwa transaksi digital menggunakan QRIS memiliki kemudahan untuk digunakan sebagai media pembayaran sehari-hari sebagai alternatif lain penggunaan uang tunai. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Chawla & Joshi, 2023) terkait peran mediator dalam mempengaruhi adopsi penggunaan *Mobile Wallet*, hasil menunjukkan bahwa persepsi kemudahan pengguna memiliki pengaruh pada keinovatifan pribadi sebagai salah satu peran yang mempengaruhi dalam adopsi dompet seluler.

Penelitian yang dilakukan oleh Yang et al., (2021) terkait persepsi kemudahan pengguna juga memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan niat pengguna untuk menggunakan *e-wallet*, dimana niat pengguna untuk mengadopsi *e-wallet* salah satunya bersumber dari persepsi kemudahan penggunaan teknologi.

**Hipotesis 3: Pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan positif terhadap niat menggunakan QRIS.**

Hasil pengujian X3 *Social Influence* menunjukkan tidak adanya signifikansi antara pengaruh sosial sebagai salah satu faktor yang mendorong niatan pada generasi X, Y dan Z dalam menggunakan QRIS. Hal ini sesuai dengan hasil signifikansi  $t$  (0,336) yang nilainya lebih besar dari standar nilai error (0,05).

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak berdampak terhadap niat menggunakan QRIS. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azzahroo & Estiningrum, (2021), dimana penelitian terkait pengaruh sosial dengan preferensi mahasiswa dalam menggunakan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) bukanlah salah satu prediktor signifikan yang mempengaruhi para mahasiswa berminat untuk menggunakan QRIS. Namun, *social influence* memiliki hasil yang berpengaruh positif sesuai dalam penelitian yang dilakukan oleh (Yang et al., 2021) dimana *social influence* sebagai salah satu faktor yang membuat konsumen berniat untuk mengadopsi *e-wallet*.

Dalam penelitian ini, faktor *Social Influence* tidak memiliki signifikansi positif, berdasarkan demografi responden yang dihasilkan. Banyaknya responden yang berasal dari generasi Y dengan kelahiran tahun 1981 – 1996, yang mana untuk generasi ini sudah dalam kategori usia yang sangat matang sehingga dalam menentukan penggunaan ataupun pemilihan suatu teknologi sudah tidak dipengaruhi oleh siapapun lagi.

**Hipotesis 4: Kondisi yang memfasilitasi berpengaruh secara signifikan positif terhadap niat menggunakan QRIS.**

Hasil pengujian X4 *Facilitating Conditions* menunjukkan adanya signifikansi antara kondisi yang memfasilitasi pengguna dengan niatan untuk para generasi X, Y dan Z dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran dalam kegiatan bertransaksi saat ini dengan nilai signifikansi  $t(0,002)$  yang nilainya lebih kecil dari standar nilai error (0,05) dan koefisien beta sebesar 0,241 yang mempunyai arah positif.

Penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti menghasilkan demografi responden yang menunjukkan bahwa transaksi pembayaran menggunakan QRIS didominasi oleh transaksi di *Restaurant / Café* dan di *Convenience store*. Pelaku usaha banyak memberikan opsi pembayaran kepada konsumen dan lokasi usaha mereka berada di Jabodetabek dan didukung oleh jaringan internet yang lebih stabil sehingga memudahkan konsumen untuk bertransaksi menggunakan metode QRIS.

Kondisi yang memfasilitasi pengguna dalam menggunakan suatu teknologi berpengaruh secara signifikan positif sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zidan & Auliya, (2023), dimana kondisi yang memfasilitasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa di tiga perguruan tinggi besar di Solo Raya dalam menggunakan QRIS sebagai metode transaksi pembayaran. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pangestu, (2022) yang membuktikan pengaruh antara *facilitating condition* berpengaruh tidak signifikan terhadap *behavior intention* dalam penggunaan QRIS pada UMKM sektor industri makanan dan minuman di kota Jambi.

**Hipotesis 5: Kepercayaan yang dirasakan berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan QRIS.**

Hasil pengujian X5 *Perceived Trust* menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kepercayaan sebagai salah satu faktor yang mendorong niatan pada generasi X, Y dan Z dalam menggunakan QRIS, dengan nilai signifikansi  $t(0,0005)$  yang nilainya lebih kecil dari standar nilai error (0,05) dan koefisien beta sebesar 0,215 yang mempunyai arah positif.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wong & Mo, (2019) terkait *consumer intention of mobile payment in Hong Kong*, menunjukkan hasil yang signifikan terkait persepsi kepercayaan merupakan salah satu faktor terpenting dalam *intention to use mobile payment*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yang et al., (2021) juga menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap niatan untuk menggunakan dan mengadopsi *e-wallet*.

Faktor kepercayaan pengguna untuk menggunakan QRIS salah satunya adalah dengan menggunakan transaksi digital, diharapkan pembayaran yang dilakukan akan diproses dengan aman dan jika terdapat masalah maka akan ada yang membantu dalam menyelesaikan masalahnya. Seperti jika terdapat kegagalan dalam transaksi, konsumen dapat melakukan pengecekan secara mandiri dan dapat langsung menghubungi Bank ataupun *merchant QRIS* sehingga konsumen dapat melakukan proses pengembalian dana.

**Hipotesis 6: Inovasi berkelanjutan berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat untuk menggunakan QRIS.**

Hasil pengujian X6 *Continuous innovation* menunjukkan adanya signifikansi antara inovasi berkelanjutan pada QRIS sebagai niatan para generasi X, Y dan Z dalam menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran dengan nilai signifikansi t (0,0295) yang nilainya lebih kecil dari standar nilai error (0,05) dan koefisien beta sebesar 0,152 yang mempunyai arah positif.

Adanya inovasi yang dilakukan QRIS menjadi salah satu faktor penting dalam memperkenalkan metode pembayaran menggunakan QRIS secara merata kepada calon pengguna, membangun minat, dan mendorong untuk menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran sehari-hari. Bank Indonesia pada 1 Januari 2020, menetapkan adanya penyeragaman untuk barcode QRIS, dimana saat ini satu barcode QRIS dapat digunakan untuk semua merchant maupun Bank. Hal ini tentunya sangat membangun niatan konsumen untuk menggunakan QRIS sebagai opsi metode pembayaran selain menggunakan uang tunai.

Saat ini di Indonesia, inovasi dalam QRIS sudah dilakukan oleh Bank Indonesia dan dikembangkan bank sentral bersama ASPI dan PJP dalam rangka implementasi *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia 2025, sudah dimulai sejak 2019, diantaranya adalah *Merchant Presented Mode (MPM)* statis dan dinamis, Tanpa Tatap Muka (TTM), *Customer Presented Mode (CPM)* dan QRIS Antarnegara (*Cross-border QR*).

Berdasarkan teori difusi inovasi, niatan generasi X, Y dan Z yang berniat menggunakan QRIS saat ini masuk ke dalam berbagai tahapan sesuai dengan hasil demografi responden yang tersebar di wilayah Jabodetabek. Untuk kategori generasi X, pada teori difusi inovasi masuk kedalam pengadopsi awal dimana tingkat pengadopsi masih terbilang sedikit, sedangkan untuk generasi y dan z masuk ke dalam indeks mayoritas awal.

Penelitian terkait *continuous innovation* dilakukan oleh Chen & Chen, (2023) dihasilkan bahwa inovasi yang berkelanjutan memiliki dampak yang lebih baik terhadap kinerja pasar, dan menyimpulkan bahwa sebelum meluncurkan produk baru, setiap perusahaan lebih baik mempertimbangkan beberapa aspek dalam pengembangan inovatif untuk menstabilkan kinerja pasar.

**Kesimpulan**

Studi ini menemukan bahwa kompleksitas dan kompatibilitas teknologi dapat mempengaruhi implementasi akuntansi cloud. Temuan ini berguna bagi para pengembang perangkat lunak untuk memberikan perhatian pada faktor kemudahan dan kompatibilitas dalam mengembangkan sebuah perangkat lunak. Bagi bank yang menjadi objek penelitian ini, jika melakukan pembelian software akuntansi sebaiknya tetap memiliki divisi tersendiri untuk menyesuaikan software, khususnya software aplikasi akuntansi, sehingga dapat sesuai dengan infrastruktur, standar operasional perusahaan, sesuai dengan peraturan keuangan dan standar akuntansi. Temuan ini juga berdampak pada divisi pengembangan aplikasi perangkat lunak. Divisi ini akan membutuhkan tenaga akuntan, tidak hanya programmer. Fenomena ini juga akan berdampak pada kurikulum jurusan akuntansi di universitas.

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor dari *Perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, facilitating conditions, perceived trust* dan *continuous innovation* dapat mempengaruhi niat seseorang dalam mengadopsi QRIS sebagai metode pembayaran sehari-hari. Temuan ini berguna bagi para pelaku usaha di wilayah

Jabodetabek untuk mempertimbangkan adanya berbagai opsi pembayaran khususnya QRIS. Meskipun demikian, pelaku usaha juga perlu mempertimbangkan bahwa transaksi secara tunai tetap relevan, terutama untuk Generasi X (Kelahiran tahun 1965 - 1980) menggunakan QRIS dengan frekuensi yang lebih rendah dibandingkan Generasi Y dan Z, seperti yang terungkap dalam hasil kuesioner.

## BIBLIOGRAFI

- Andespa, R. (2018). Perbedaan Persepsi, Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah dalam Industri Perbankan. *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 2(1).
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17(1), 10.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2023). Role of mediator in examining the influence of antecedents of mobile wallet adoption on attitude and intention. *Global Business Review*, 24(4), 609–625.
- Chen, S.-L., & Chen, K.-L. (2023). The Mediating Impact of Innovation Types in the Relationship between Innovation Use Theory and Market Performance. *Stats*, 7(1), 1–22.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Gultom, M. S., Salsabila, H., & Amri, A. (2023). Preferensi Generasi Milenial dalam Menggunakan QRIS sebagai Alat Pembayaran Digital. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 13(1), 19–29.
- Hanni, N. F., & Pujiastuti, Y. (2023). Peningkatan Minat Menggunakan Quick Response Code Indonesian Standart (QRIS) Sebagai Pendukung Bisnis Islami. *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(2), 125–133.
- Ledi, K. K., Ameza-Xemalordzo, E., Amoako, G. K., & Asamoah, B. (2023). Effect of QR code and mobile money on performance of SMEs in developing countries. The role of dynamic capabilities. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2238977.
- Lonardi, H., & Legowo, N. (2021). Analysis of factors affecting use behavior of QRIS payment system in DKI Jakarta. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(6), 3709–3728.
- Nirwasita, K. S., Jannah, R. K., Situmorang, A. T., & Nurwidya, R. P. (2024). Preferensi mahasiswa dalam penggunaan QRIS sebagai alat pembayaran di kantin Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Accounting Student Research Journal*, 3(1), 42–54.
- Pangestu, M. G. (2022). Behavior intention penggunaan digital payment qris berdasarkan model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)(Studi pada UMKM sektor industri makanan & minuman di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(1).
- Risma, A. A., & Sri, D. E. (2021). Students' Preferences in Using Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) as Payment Technology. *Journal of Motivation Management*, 17, 10–17.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi konsumen dalam menggunakan quick response code indonesia standard (qris) sebagai alat pembayaran digital. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 17(2), 237–247.
- Sohail, A., Shobhit, A., Saurabh, S., Akhilesh, V., & Varma, C. P. (2018). Development

- of advance digital mobile wallet. *Int. J. Sci. Res. Dev*, 6, 2758–2760.
- Wong, W. H., & Mo, W. Y. (2019). A study of consumer intention of mobile payment in Hong Kong, based on perceived risk, perceived trust, perceived security and Technological Acceptance Model. *Journal of Advanced Management Science Vol*, 7(2), 33–38.
- Yang, M., Mamun, A. Al, Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability*, 13(2), 831.
- Zidan, H., & Auliya, Z. F. (2023). The influence of Performance Expectations, Business Expectations, and Facilitating Conditions on Interest in Using the QRIS System. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 6(1), 17–32.

---

**Copyright holder:**

Ratna Yuli Herawaty, Hasnawati (2024)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

