

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era pandemi ini menyebabkan dampak terhadap beberapa sektor, satu di antaranya adalah ekonomi. Indonesia merupakan satu dari banyaknya Negara yang terdampak dan harus mengambil langkah yang cepat, tepat, dan sesuai. Berbagai cara dilakukan untuk memulihkan perekonomian Negara, salah satunya dengan mengumumkan paket stimulus untuk memudahkan kerugian ekonomi sebesar US\$8,725 miliar pada 13 Maret 2020 (Fauzi & Paiman, 2020). Salah satu keputusan lain yang Negara ambil adalah dengan mengesahkan regulasi dan mensosialisasikan karantina Kesehatan yang termaktub dalam UU No. 6 Tahun 2018, sebagai pengganti dari UU No. 1/1962 mengenai karantina laut dan UU No. 2/1962 mengenai karantina udara (Undang Undang Indonesia, 2018). Dapat dilihat, salah satu dampak dari pandemi ini adalah kerugian ekonomi yang sedang dipulihkan serta adanya pembatasan aktivitas melalui karantina. Maka, sistem pembayaran dan media transaksi harus disesuaikan dengan keadaan dengan cara memaksimalkan pemanfaatan teknologi.

Dari banyaknya pilihan, teknologi yang dijadikan salah satu jawaban dari permasalahan ekonomi terutama pada masa pandemi adalah *financial technology*, di mana transaksi dilakukan hanya menggunakan teknologi

(mengurangi kontak secara langsung) dari mana saja. Sebagai salah satu transformasi sistem yang berhubungan dengan praktis, mudah diakses, nyaman, dengan biaya ekonomis, serta menggunakan teknologi (Hadad, 2017). Selaras dengan kondisi dunia, teknologi finansial ini hadir dengan tujuan sebagai sistem untuk mengubah, mempercepat, serta mempertajam hal-hal yang berhubungan dengan jasa keuangan. Mengusung inovasi melalui percepatan pembayaran, transfer, pengelolaan aset, pemberian pinjaman, serta pengembalian pinjaman, dengan waktu yang singkat dan cepat (Ginantra et al., 2020). Untuk mendukung *fintech* ini, OJK memberikan mandat kepada Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) yang diberikan mandat untuk menyelenggarakan Inovasi Keuangan Digital (IKD) yang diselenggarakan tepat di 9 Agustus 2019, dengan tujuan agar *fintech* memiliki advokasi yang kuat untuk berkolaborasi dengan instansi yang membutuhkan serta memiliki daya saing yang kuat terutama di industri *fintech* nasional (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Di sisi lain, Bank Indonesia melalui program strategis yang dilakukan dan tertulis di laporan tahunan Bank Indonesia tahun 2021, diberikan program penajaman, salah satunya pada bidang digital, dengan cara diadakan pengembangan Rupiah yang didigitalisasi dan disahkan sebagai alat pembayaran (Bank Indonesia, 2021). Dengan demikian, didapatkan informasi bahwa *fintech* adalah salah satu sistem pembayaran yang telah dicanangkan sejak lama oleh berbagai macam instansi terkait dengan perekonomian Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, sektor *digital*

ini akan lebih banyak dan sering digunakan serta dijumpai oleh masyarakat Indonesia.

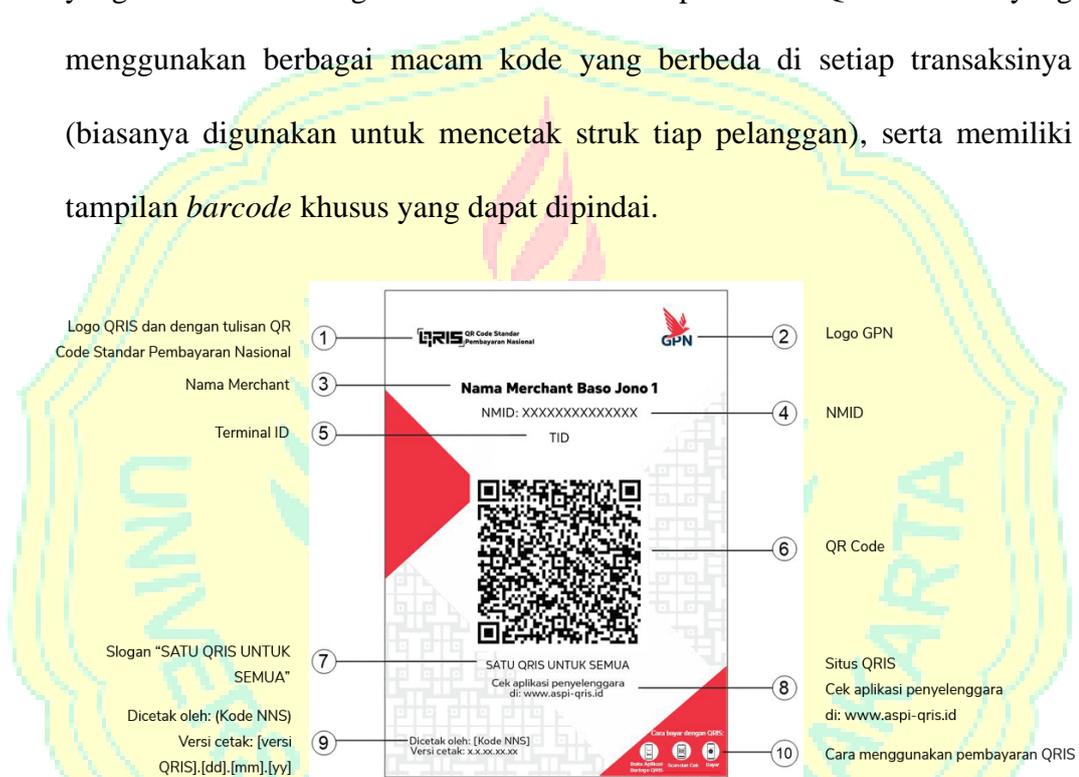
Bank Indonesia pun telah merancang elektronifikasi sebagai salah satu bukti nyata terselenggaranya *financial technology* dengan jenis *digital payment system*. Tepatnya, pada 14 Agustus 2014 dibentuklah Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), bertujuan demi mewujudkan ekosistem *cashless society* pada masyarakat Indonesia. Sistem pembayaran ini pun dianggap sangat sesuai dengan keadaan masyarakat Indonesia ini dan selaras dengan visi Bank Indonesia yaitu menjadi bank sentral digital terdepan yang berkontribusi nyata terhadap perekonomian nasional dan terbaik di antara negara *emerging markets* untuk Indonesia maju (Bank Indonesia, 2020). Dalam perjalanannya, GNNT pernah mendapatkan penolakan oleh masyarakat, karena elektronifikasi dikhawatirkan akan berdampak kepada pengurangan SDM pada perusahaan maupun instansi yang berhubungan. Tetapi dengan berbagai pertimbangan, elektronifikasi dianggap sebagai salah satu tanda kemajuan perekonomian Indonesia (Mu'awwanah, 2020). Elektronifikasi ini sudah melalui banyak transformasi cara pembayaran dan transaksi, yang sebelumnya menggunakan uang secara tunai menjadi non-tunai. Dimulai dari menggunakan mesin untuk bertransaksi, menggunakan kartu ataupun kertas sebagai alat transaksi, sampai hanya menggunakan *smartphone* yang dapat diakses melalui jaringan internet.

Salah satu yang dijadikan implementasi dari elektronifikasi adalah dengan adanya *Quick Response (QR) Code*. Musthofa et al. (2016) mendefinisikan *QR Code* sebagai kode yang tercetak dalam bentuk matriks dua

dimensi yang dapat dipindai melalui kamera *smartphone* dan langsung terhubung dengan bank/instansi terkait untuk melakukan pembayaran. Lebih lanjut, Daulay (2015) menjelaskan bahwa pada setiap *QR Code*, di dalamnya terdapat beberapa elemen lainnya, seperti: teks yang dapat dibaca oleh alat pemindai, alamat URL, hingga nomor telepon agar dapat terkoneksi. Habibi et al. (2020) menggambarkan *QR Code*, dinyatakan melalui buku tentang aplikasi *QR Code* yang tergolong memiliki kecanggihan tingkat tinggi, dikarenakan data yang berupa kode lalu dipindai akan terlihat dalam bentuk horizontal maupun vertikal yang disesuaikan dengan bahasa pemrograman ini dapat mengumpulkan informasi yang lebih dibanding *barcode*, serta menerapkan algoritma *Reed-Solomon Code* untuk meminimalisir adanya kesalahan. Jadi, walaupun untuk bertransaksi hanya menggunakan kode yang dipindai, kamera ataupun *website QR Code* dapat langsung mengalihkan kepada sistem yang telah dipilih oleh pemilik kode tersebut, teruji keamanannya, dan dianggap sebagai pilihan yang praktis.

Mengenai alat transaksi yang menggunakan *QR Code* salah satu solusi perekonomian yang terintegrasi dengan teknologi dan sebagai pencegahan penularan virus di masa pandemi, Bank Indonesia sepakat dan berkontribusi dengan meluncurkan peraturan yang berkaitan dengan pembayaran elektronik dan diatur dalam Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Implementasi Standar Nasional *Quick Response Code* sebagai alat transaksi terutama pembayaran, alat tersebut dikenal sebagai QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) dengan ketentuan

penggunaan setiap transaksi yang terintegrasi dengan opsi pembayaran QR Code harus memilikinya (Bank Indonesia, 2019). Karakter dari QRIS adalah UNGGUL; universal, gampang, untung, dan langsung. Ditinjau melalui jenis *barcode*, QRIS terbagi menjadi 2, yaitu: QRIS statis yang menggunakan kode yang telah dicetak dengan media kertas untuk dipindai dan QRIS dinamis yang menggunakan berbagai macam kode yang berbeda di setiap transaksinya (biasanya digunakan untuk mencetak struk tiap pelanggan), serta memiliki tampilan *barcode* khusus yang dapat dipindai.



Gambar 1.1 QRIS

Sumber: Tentang QRIS

Ginantra et al. (2020) menjelaskan mengenai penerapan QRIS, maka aktivitas yang berkenaan dengan transaksi akan menjadi lebih menguntungkan baik bagi pengguna, *merchant*, maupun penyelenggara. Secara umum, keuntungannya yaitu: (1) transaksi yang dilakukan lebih mudah dan praktis, (2) sirkulasi uang menjadi lebih cepat (membantu perekonomian Negara), (3) keamanan meningkat (mengurangi peredaran uang palsu), (4) lebih mudah mendeteksi pajak, sehingga pajak Negara meningkat.

Dengan keuntungan serta kemudahan yang didapatkan dalam penggunaan QRIS tersebut, maka ada banyak sistem pembayaran di berbagai *merchant* yang melakukan integrasi dengan QRIS sebagai salah satu upaya untuk mewujudkan alat transaksi dengan akses yang sangat mudah ditemukan. Berikut data *merchant* yang telah terintegrasi menggunakan API QRIS, yakni:

Tabel 1.1 Keterangan *merchant* yang terintegrasi API QRIS

No.	Tipe Software	Jumlah Pendaftar Integrasi API QRIS
1	Accounting	7
2	E-commerce	125
3	Education	16
4	Event	28
5	Game	44
6	IOT - Internet of Things App	16
7	Laundry	13
8	Parking	9
9	POS - Point of Sales App	157
10	PPOB - Payment Point Online Banking app	102
11	Self-service	46
12	Transportation	11
13	Vending-machine	18
14	Lainnya	167

Sumber: Tentang API QRIS

Data yang didapatkan melalui Laporan Bank Indonesia tahun 2022. Sampai triwulan II tahun 2022, tercatat ada penambahan sebanyak 9,6 juta pengguna baru QRIS. Sehingga, total sekitar 21,1 juta pengguna QRIS di Indonesia. Seiring dengan meningkatnya akseptasi QRIS pada pengguna maupun *merchant*, mengakibatkan terjadinya peningkatan sebesar 145% (yoy). Selain itu, didapatkan data dikarenakan QRIS tersebar di berbagai daerah dan menunjukkan peningkatan, menyebabkan sebanyak 346 Pemda berkontribusi

dalam tersedianya kanal QRIS untuk pembayaran terkait pembayaran pajak maupun retribusi *People to Government* (P2G) (Bank Indonesia, 2022).

Salah satu pengguna sistem pembayaran QRIS adalah generasi Z, yang terbiasa menggunakan pembayaran digital. Generasi Z adalah mereka yang lahir pada tahun 1995-2010 atau biasa dikenal dengan iGeneration, termasuk ke dalam generasi yang tumbuh dan berkembang di era informasi *digital* dan teknologi. Generasi ini biasa disebut sebagai “*digital-ities*” (Cilliers, 2017; Rachmawati, 2019; Western Governor University, 2021). Lebih lanjut, Francis & Hoefel (2018) mengungkapkan mengenai beberapa karakteristik generasi Z adalah: (1) menyukai mobilitas dan banyak kegiatan dalam satu waktu (dapat dilakukan secara mobilisasi melalui teknologi internet), (2) merupakan generasi yang sangat dekat dengan teknologi *digital*, (3) *the communaholic* atau sangat menyukai komunikasi dari berbagai macam bidang melalui teknologi, (4) menyukai keunikan dan perubahan, (5) tidak membatasi sumber informasi, pengetahuan, pengalaman, dan wawasan. Dari beberapa karakteristik tersebut, dapat dilihat bahwa keterkaitan antara generasi Z dan teknologi *digital* sangat erat, bahkan dapat ditemukan dalam keseharian. Sehingga, generasi Z tersebut dikategorikan sebagai *tech savvy*, di mana dengan adanya teknologi, adaptasi yang dilakukan akan lebih mempermudah dan menunjang pekerjaan.

Menurut data yang didapatkan melalui laman Badan Pusat Statistik (BPS), ditemukan bahwa di antara beberapa generasi, generasi Z adalah mayoritas sesuai dengan sensus penduduk yang dilakukan pada tahun 2020,

dengan jumlah sebanyak 27,94% yang tersebar di seluruh Indonesia (BPS, 2021). Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), mendapatkan data bahwa Sebanyak 77,02% penduduk di Indonesia terpenetrasi internet, 25,68% di antaranya adalah rentang usia 19 – 34 tahun dan 98,64% di rentang usia tersebut berkontribusi dalam penggunaan internet (APJII, 2022).

Berdasarkan data yang didapatkan dari penelitian-penelitian terkait dengan penggunaan teknologi, yang berfokus pada pembayaran digital, peneliti menggunakan beberapa teori yang dijadikan *grand theory*. Dari banyaknya teori, satu di antaranya adalah penerapan TAM (*Theory Acceptance Model*). Gambaran besar dari teori adalah dengan penerapan dua variabel yang diteliti, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Kedua variabel beserta variabel lainnya akan dilakukan pengujian untuk mengumpulkan hasil yang sesuai dengan penelitian terkait.

Penelitian terkait dengan *digital payment* serta menerapkan TAM sebagai *grand theory* telah diteliti melalui beberapa penelitian, seperti telah dilakukan penelitian oleh Karim et al. (2020) dalam menggunakan *e-wallet* di Malaysia, dengan dua variabel lain yang digunakan yaitu *privacy and security* dan *behavioral intention to use e-wallet*. Penelitian lainnya dilakukan oleh Trivedi & Yadav (2020) di India dengan responden yang merupakan generasi Y dan memiliki niat untuk membeli secara berulang kali, variabel yang terpilih adalah *security, privacy concern, e-satisfaction, trust*, dan *ease of use*. Penelitian lain oleh Chan et al. (2020) mengenai niat perilaku ketika menggunakan dompet

digital dengan responden yang berdomisili di Malaysia. Faktor-faktor yang digunakan adalah *mobile usefulness*, *mobile ease of use*, *mobile perceived compatibility*, *mobile perceived trust*, *mobile user mobility*, dan *mobile perceived security*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti memilih penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan berkelanjutan untuk menggunakan QR Code sebagai alat pembayaran digital. Dengan beberapa variabel terpilih, yaitu *perceived security*, *satisfaction*, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use*. Sampel pada penelitian ini merupakan pengguna yang termasuk dalam kategori generasi Z dan berdomisili di Jabodetabek.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan fenomena-fenomena yang dijelaskan pada latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *satisfaction* mendapatkan pengaruh dari *perceived usefulness*?
2. Apakah *satisfaction* mendapatkan pengaruh dari *perceived ease of use*?
3. Apakah *continuance intention* mendapatkan pengaruh dari *perceived security*?
4. Apakah *continuance intention* mendapatkan pengaruh dari *perceived usefulness*?

5. Apakah *continuance intention* mendapatkan pengaruh dari *perceived ease of use*?
6. Apakah *continuance intention* mendapatkan pengaruh dari *satisfaction*?
7. Apakah *continuance intention* mendapatkan pengaruh dari *perceived usefulness* serta dimediasi oleh *satisfaction*?
8. Apakah *continuance intention* mendapatkan pengaruh dari *perceived ease of use* serta dimediasi oleh *satisfaction*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan hipotesis-hipotesis yang termuat dalam penelitian ini, dirumuskan tujuan pada penelitian ini adalah untuk mendapatkan data dan fakta mengenai:

1. Pengaruh yang diterima oleh *satisfaction* secara positif dan signifikan dari *perceived usefulness*.
2. Pengaruh yang diterima oleh *satisfaction* secara positif dan signifikan dari *perceived ease of use*.
3. Pengaruh yang diterima oleh *continuance intention* secara positif dan signifikan dari *perceived security*.
4. Pengaruh yang diterima oleh *continuance intention* secara positif dan signifikan dari *perceived usefulness*.
5. Pengaruh yang diterima oleh *continuance intention* secara positif dan signifikan dari *perceived ease of use*.

6. Pengaruh yang diterima oleh *continuance intention* secara positif dan signifikan dari *satisfaction*.
7. Pengaruh yang diterima oleh *continuance intention* dari *perceived usefulness* dan dimediasi oleh *satisfaction*.
8. Pengaruh yang diterima oleh *continuance intention* dari *perceived ease of use* dan dimediasi oleh *satisfaction*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, yaitu:

- a. Bagi instansi, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menyalurkan kontribusi dan perkembangan informasi, khususnya berhubungan dengan faktor penggunaan ulang sistem pembayaran berbentuk QR Code.
- b. Bagi akademisi, dengan adanya penelitian ini diharapkan terdapat kumpulan informasi terbaru terutama tentang teori terkait dengan faktor-faktor yang berpengaruh kepada penggunaan ulang alat transaksi berupa QR Code.
- c. Bagi peneliti, dengan adanya penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam pemberian masukan serta saran mengenai pengaruh QR Code sebagai alat transaksi yang ditinjau melalui faktor kemudahan, kebermanfaatan, keamanan, dan kepuasan.