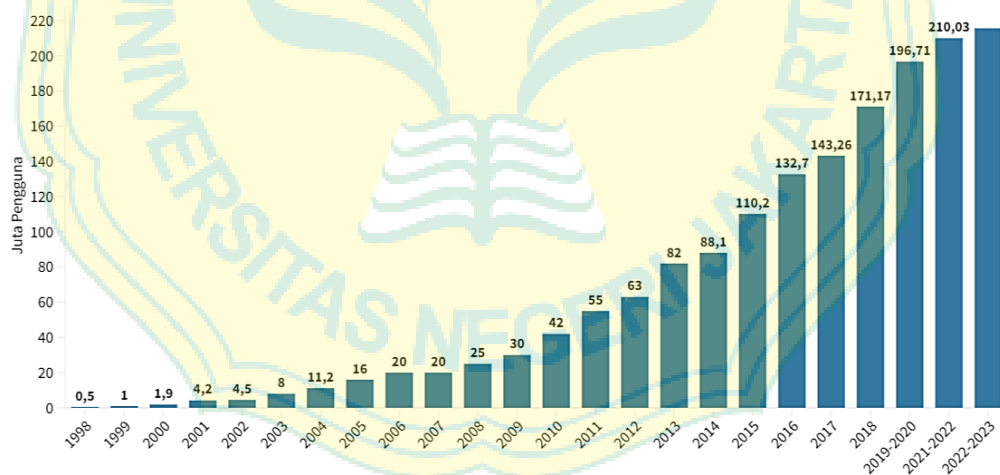


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Dengan derasnya kemajuan teknologi, meluasnya penggunaan *smartphone*, tingkat penetrasi internet yang tinggi, Indonesia harus terus menyesuaikan diri dengan perubahan pasar di segala bidang, terutama di sektor keuangan. Menurut Gambar 1.1, terdapat 215,63 juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022-2023, meningkat 2,67% dari tahun sebelumnya. 78,19% dari 275,77 juta orang dalam populasi adalah pengguna (Sadya, 2023).



**Gambar 1.1 Total Pengguna Internet Tahun 1998 – 2023**

Sumber: Sadya (2023)

Sebagian orang saat ini melihat *smartphone* sebagai kebutuhan primer, bukan hanya sebagai pelengkap (Sari et al., 2021). Hal ini membuktikan bahwa masyarakat membutuhkan *smartphone* dan teknologi dalam melakukan aktivitas sehari-harinya. *Smartphone* dapat mengakomodir berbagai aktivitas, diantaranya melakukan pembayaran non-tunai melalui

*mobile payment*. *Mobile payment* sendiri merupakan sebuah alat untuk melakukan pembayaran non-tunai melalui *smartphone* dengan memanfaatkan berbagai teknologi seperti *QR Code*, *NFC*, dan kode *OTP* (Ibnu, 2021). Terdapat beberapa bentuk *mobile payment* diantaranya *e-wallet*, *e-money*, dan *mobile banking*. Dengan adanya digitalisasi sistem pembayaran melalui *mobile payment* menjadikan aktivitas pembayaran menjadi lebih efisien dan mudah.

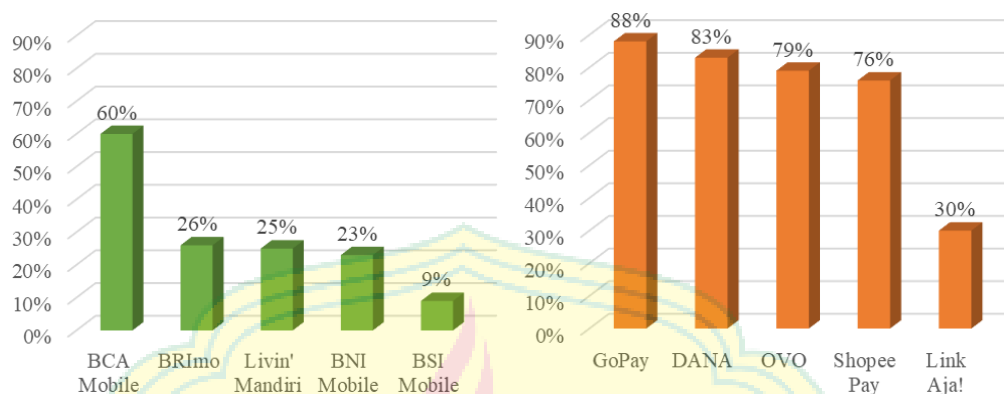
Belum lama ini, digitalisasi sistem pembayaran mengalami peningkatan secara cepat yang dipicu oleh fenomena pandemi *Covid-19*. Pemerintah telah menerapkan sejumlah penyesuaian dalam upaya memutus mata rantai penyebaran virus, termasuk *PPKM* dan *PSBB* di mana keduanya bertujuan untuk membatasi aktivitas masyarakat yang menimbulkan kerumunan. Dampak dari kebijakan tersebut diantaranya masyarakat dihimbau bekerja dari rumah, para pelajar dihimbau untuk melakukan pembelajaran jarak jauh, dan para pelaku usaha tidak menyediakan layanan makan di tempat, bahkan mereka sempat harus tutup untuk sementara waktu.

Mobilitas dan gaya hidup masyarakat pun secara tidak langsung berubah, seiring upaya dan perubahan yang diakibatkan pandemi *Covid-19*, salah satunya menyebabkan mereka lebih sering melakukan transaksi secara digital menggunakan *smartphone*, seperti berbelanja *online* melalui *e-commerce* atau memesan makanan melalui aplikasi pesan-antar. Hal ini tentu saja pada akhirnya turut meningkatkan penggunaan *mobile payment* Sepanjang Mei 2020, terdapat peningkatan transaksi menggunakan *mobile banking*, seperti

BRImo mencatatkan kenaikan hingga 100% dengan rata-rata 6 juta transaksi per hari, BCA mencatatkan kenaikan sebesar 20% hingga 30%, dan Bank DBS Indonesia mencatatkan kenaikan 75% pada fitur bayar beli mereka, bahkan Bank BTPN melaporkan nasabah baru pada aplikasi Jenius bertambah sebesar 25% yang mana merupakan nasabah organik yang mendaftar melalui *online*. Selain *mobile banking*, sepanjang Mei 2020, transaksi menggunakan *e-wallet* pun meningkat, diantaranya OVO mengalami peningkatan sebesar 267%, DANA mengalami peningkatan sebesar 50%, dan GoPay mengalami peningkatan sebesar 103% (Astutik & Hastuti, 2020).

Setelah pandemi Covid-19, banyak orang mengubah cara mereka bertransaksi sehari-hari, meninggalkan uang tunai dan beralih ke masyarakat non-tunai. Hal ini terutama berlaku untuk Generasi Z, yang dipandang lebih melek teknologi (Puspitasari, 2023). Mereka lebih memilih *cashless* karena transaksi menjadi lebih cepat, praktis, efektif, dan aman. Banyaknya sistem *mobile payment* memberikan masyarakat berbagai pilihan dengan keuntungan dan penawarannya masing-masing. Tentu saja hal ini menjadikan bank dan perusahaan *fintech* di Indonesia semakin bersaing. Berdasarkan survei pada Mei 2022 yang dilakukan Populix terhadap 1000 orang Indonesia yang menggunakan layanan digital, ditemukan bahwa sebanyak 91% dari 637 orang menggunakan *mobile banking* dan 84% dari 637 orang menggunakan *e-wallet* (Populix, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa perbandingan pengguna *mobile banking* dan *e-wallet* tidak jauh berbeda, artinya persaingan

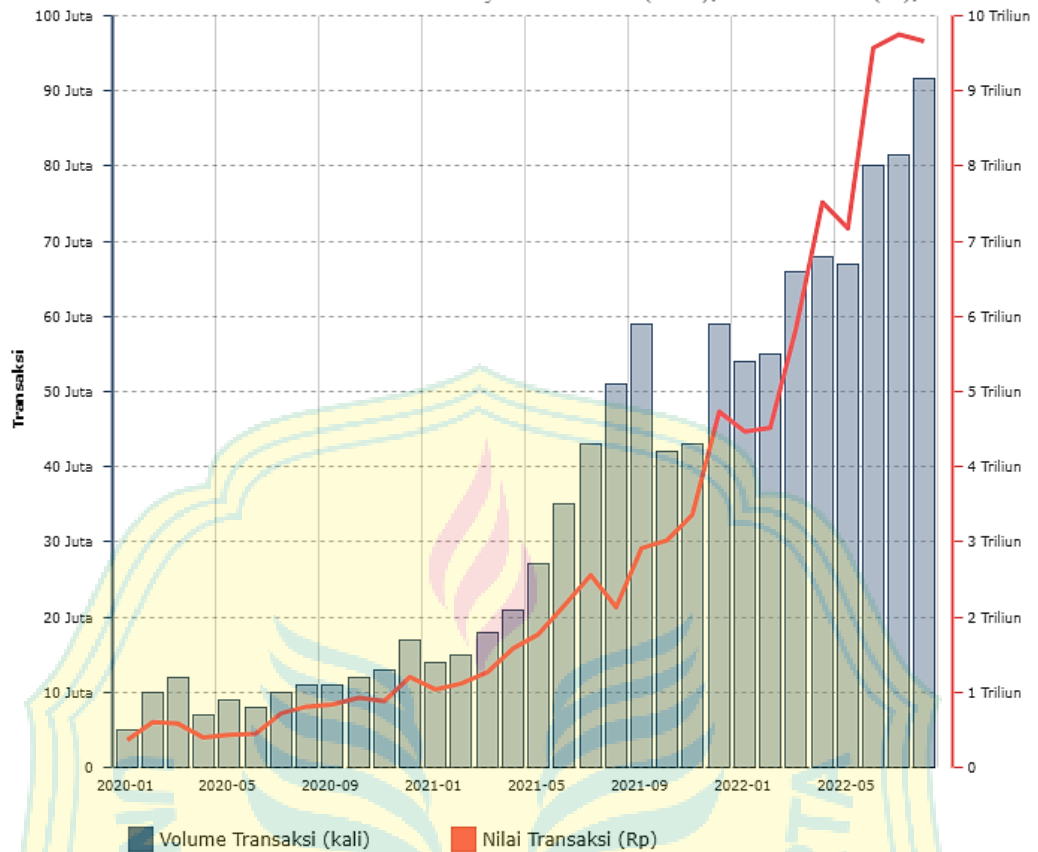
diantara keduanya cukup sengit. Pada Gambar 1.2 dapat dilihat lima *mobile banking* dan *e-wallet* yang paling banyak digunakan per tahun 2022.



**Gambar 1.2 Mobile Banking dan E-Wallet yang paling banyak digunakan**

Sumber: Populix (2022)

Kepopuleran *mobile payment* tentu saja menjadi rintangan tersendiri bagi para pelaku usaha dalam kelancaran proses transaksi, karena mereka harus menyediakan berbagai QR *code* dari berbagai penyelenggara yang berbeda. Untuk mengatasi hal ini, *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), diperkenalkan pada tanggal 17 Agustus 2019 oleh ASPI dan Bank Indonesia. Diharapkan dapat mendukung pembayaran QR *code* di Indonesia, QRIS adalah standar nasional untuk QR *code*. Dikarenakan hanya satu QR *code* QRIS yang bisa dimanfaatkan dalam semua pembayaran seluler dari penyedia layanan yang terdaftar (bank maupun non-bank), pelaku usaha tidak perlu lagi menyediakan kode QR yang berbeda untuk pembayaran seluler yang berbeda (QRIS, 2023a). Pada Gambar 1.3 dapat dilihat bahwa transaksi QRIS meningkat pesat sejak awal pandemi, dari 5 juta kali transaksi (Rp365 miliar), hingga 91,7 juta kali transaksi (Rp9,66 triliun) per Agustus 2022 (Ahdiat, 2022).

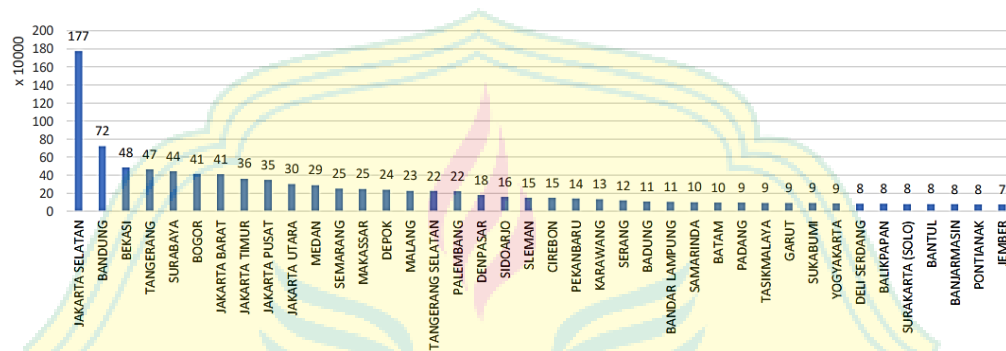


**Gambar 1.3 Nilai Transaksi dan Volume QRIS Tahun 2020 – 2022**

Sumber: Ahdiat (2022)

Keberadaan QRIS mendorong efisiensi di sektor ekonomi. Oleh karena itu, QRIS dianggap sebagai salah satu elemen yang berkontribusi dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19. (Sandra, 2022). Di sisi lain, QRIS juga mendukung penuh UMKM sehingga ekosistem keuangan, juga ekonomi digital turut berkembang. Dapat dibuktikan, ketika satu tahun lebih peluncuran QRIS, 6,6 juta *merchant* telah menggunakan, dan UMKM merupakan 94% dari total pengguna tersebut (Suyanto, 2021). Terhitung hingga Desember 2022, Bank Indonesia mencatat adanya penambahan jumlah pengguna QRIS yaitu sebanyak 15,95 juta pengguna, sehingga total seluruh pengguna QRIS di Indonesia sebanyak 28,75 juta pengguna, di mana 22,7

juta penggunanya merupakan *merchant* dan 90% dari *merchant* tersebut merupakan UMKM (Mustajab, 2023). Namun, Gambar 1.4, menyajikan data yang menunjukkan bahwa sebaran *merchant* QRIS masih belum merata. *Merchant* QRIS yang berada di 50 kabupaten/kota mendekati angka 70%, sedangkan di 270 kabupaten/kota lainnya hanya sebesar 30% (ASPI, 2022).



**Gambar 1.4 Sebaran Merchant QRIS Terbesar Tahun 2022**

Sumber: ASPI (2022)

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, UMKM didefinisikan sebagai pengoperasian perusahaan kecil oleh perorangan, rumah tangga, atau entitas bisnis kecil. UMKM memberikan dampak yang signifikan bagi perekonomian Indonesia dengan meningkatkan ekonomi lokal, melahirkan lapangan pekerjaan, pemberdayaan masyarakat, pemerataan ekonomi, dan menambah devisa negara sehingga perekonomian negara menjadi stabil. Bahkan, ketika pandemi *Covid-19* melanda Indonesia, UMKM dapat bertahan dan menjadi fondasi perekonomian. Menurut informasi dari Kemenkop UKM, UMKM berkontribusi 61,07% pada PDB Indonesia tahun 2021, atau senilai Rp8,6 triliun, mampu mempekerjakan 97% tenaga kerja di Indonesia, dan menerima 60,42% dari seluruh investasi. (Intan, 2022).

Mengingat pentingnya peran dan kontribusi UMKM, UMKM saat ini secara aktif didorong oleh pemerintah untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital. Salah satunya adalah dengan menggunakan QRIS untuk mendigitalkan sistem pembayaran. Sebagai contoh, di Pasuruan Jawa Timur, Anggota Komisi XI DPR Mukhamad Misbakhun menjelaskan pentingnya penggunaan QRIS untuk mendorong UMKM naik kelas kepada para pelaku UMKM (Kusbiantoro, 2023). Kemudian di Jawa Barat, Gubernur Ridwan Kamil berhasil mengakselerasi penggunaan QRIS secara masif dan terukur, sehingga Jawa Barat menjadi daerah dengan pengguna QRIS tertinggi se-Indonesia, mencapai 6,82 juta pengguna dan memenangkan penghargaan *BI Award* sebagai provinsi terbaik dalam memperluas layanan sistem pembayaran digital melalui QRIS (Pamungkas, 2023).

Selain itu, di Jawa Tengah, Bank Indonesia menargetkan penggunaan QRIS oleh UMKM bertambah sebanyak 2,3 juta pengguna pada 2023, mengingat pada tahun 2022 terdapat penambahan sebanyak 2,2 juta pengguna. Di Jawa Tengah sendiri, total UMKM yang sudah menggunakan QRIS adalah 90,16% dari seluruh *merchant*, dengan proporsi skala mikro dan ultra mikro sebesar 58,48%, skala kecil sebesar 25,57%, dan skala menengah sebesar 6,55% (Salim, 2023). Menurut Bank Indonesia, UMKM dapat memperoleh manfaat dari penggunaan QRIS dalam beberapa hal, termasuk peningkatan efisiensi transaksi karena penggunaan kode QR tunggal, tidak perlu lagi menyiapkan uang tunai untuk kembalian, lebih mudah dalam menganalisis laporan penjualan karena pencatatan data yang dilakukan secara

otomatis oleh sistem, dan berdampak pada skor kredit usaha yang akan memudahkan pelaku usaha dalam peminjaman uang. (Gandhi, 2023). Namun dengan berbagai manfaat yang ditawarkan, tentu saja terdapat risiko yang mungkin timbul, seperti kebocoran data dan ancaman serangan siber lainnya. Untuk itu, karena UMKM sering menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran mereka, terdapat beberapa faktor pertimbangan yang mempengaruhi niat perilaku mereka.

Banyak akademisi telah melakukan penelitian di Indonesia mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi niat perilaku UMKM ketika mengadopsi QRIS. *Technology Acceptance Model* adalah salah satu strategi paling populer dan sering digunakan. TAM oleh Davis (1986) merupakan hipotesis yang menguraikan variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap teknologi informasi. Menurut Davis, ada sejumlah elemen dalam TAM yang mempengaruhi niat perilaku, diantaranya *attitude*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*.

Seperti, Najib dan Fahma (2020) melakukan investigasi terkait variabel yang berpengaruh pada adopsi pembayaran seluler pada UKM Kota Bogor dan Tenggingo dan Mauritsius (2022) melakukan identifikasi perihal variabel yang berpengaruh pada penggunaan QRIS di Jabodetabek. Kedua penelitian tersebut menemukan bahwa *attitude* dipengaruhi secara baik dan substansial oleh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*, dan *intention to use* juga memiliki dampak yang sama, disebabkan oleh *attitude*.



Penelitian ini akan memasukkan faktor-faktor independen seperti persepsi risiko dan persepsi biaya sebagai tambahan dari *Technology Acceptance Model* (TAM). Pertimbangkan faktor utama ketika menerapkan teknologi baru yaitu risiko. Seperti pada April 2023 lalu, perkara QRIS palsu yang tertempel di kotak amal masjid mengejutkan masyarakat (Respati, 2023). Krisis kepercayaan pada masyarakat mungkin saja timbul akibat kekhawatiran akan penyalahgunaan QRIS. Selanjutnya, biaya juga harus diperhitungkan, terutama untuk UMKM. Akumindo Ikhsan Ingratubun, ketua Asosiasi UMKM Indonesia, menekankan pada tahun 2020 bahwa mitra pedagang membayar *merchant discount rate* (MDR) sebesar 0,7%, yang dinilai terlalu mahal. (Annur, 2020). Namun, jika dilihat dari peningkatan transaksi QRIS seperti Gambar 1.3 dan dilihat dari penambahan pengguna QRIS sebesar 15,95 juta pengguna pada Desember 2022 (Mustajab, 2023), apakah risiko dan biaya masih dinilai menjadi faktor hambatan yang mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan QRIS.

Beberapa penelitian sebelumnya terkait *perceived risk* maupun *perceived cost* masih belum memberikan hasil yang konsisten. Sebagai contoh, pengkajian terkait variabel yang berdampak pada niat perilaku UMKM dalam penggunaan QRIS yang dilakukan oleh Nurhapsari dan Sholihah (2022) di Semarang serta Sudiatmika dan Martini (2022) di Denpasar. Kedua penelitian tersebut menjelaskan hubungan buruk dan substansial diantara *perceived risk* dan *intention to use*, sedangkan hasil analisis Pontoh et al. (2022) di Sulawesi Utara menemukan tidak adanya hubungan antara *perceived risk* dan *intention*

*to use* QRIS. Serupa dengan *perceived cost*, penelitian tentang variabel yang mempengaruhi niat perilaku penggunaan *mobile payment* di China oleh Liu et al. (2019) dan *mobile banking* di Vietnam oleh Le et al. (2020) menemukan bahwa *intention to use* dipengaruhi secara buruk dan substansial oleh *perceived cost*, namun Sinha & Singh (2022) tidak menemukan hubungan diantara keduanya.

Mengingat konteks yang disebutkan di atas, khususnya distribusi *merchant* QRIS yang tidak merata, tujuan Bank Indonesia untuk menargetkan peningkatan penggunaan QRIS oleh UMKM di Jawa Tengah, dan temuan penelitian yang tidak konsisten, peneliti sekarang tertarik untuk menganalisis variabel yang berpengaruh terhadap niat perilaku QRIS. Penelitian ini akan dilakukan di Kabupaten Brebes. Selain objek penelitian, penambahan variabel independen yaitu *perceived risk* dan *perceived cost* yang dinilai menjadi faktor penghambat, menjadi perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya. Maka, peneliti akan melakukan analisis yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Intention to Continue Using* QRIS pada UMKM: Perluasan *Technology Acceptance Model*”.

## 1.2. Pertanyaan Penelitian

Bersumber pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, berikut pertanyaan penelitian yang dikembangkan:

- a. Apakah *perceived usefulness* dapat mempengaruhi *attitude* pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS?
- b. Apakah *perceived ease of use* dapat mempengaruhi *attitude* pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS?

- c. Apakah *attitude* dapat mempengaruhi *intention to continue use* QRIS pada pelaku UMKM?
- d. Apakah *perceived risk* dapat mempengaruhi *intention to continue use* QRIS pada pelaku UMKM?
- e. Apakah *perceived cost* dapat mempengaruhi *intention to continue use* QRIS pada pelaku UMKM?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Bersumber dari topik penelitian dan latar belakang yang telah disebutkan, berikut tujuan penelitian yang diharapkan:

- a. Mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude* pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.
- b. Mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude* pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS.
- c. Mengetahui pengaruh *attitude* terhadap *intention to continue use* QRIS pada pelaku UMKM.
- d. Mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap *intention to continue use* QRIS pada pelaku UMKM.
- e. Mengetahui pengaruh *perceived cost* terhadap *intention to continue use* QRIS pada pelaku UMKM.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Dalam pelaksanaannya, harapannya penelitian ini memberikan beberapa manfaat, antara lain:

- a. Secara Teoritis

Harapannya, penelitian dapat bermanfaat dan berkontribusi terhadap pengetahuan tentang pengaruh variabel-variabel terhadap *intention to continue use*, khususnya QRIS. Harapan lainnya, penelitian dapat dijadikan panduan atau referensi untuk penelitian mendatang.

b. Secara Praktis

Harapannya, penelitian dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan baru pembaca dan peneliti mengenai pengaruh variabel-variabel terhadap *intention to continue use*, khususnya QRIS. Harapan lainnya, temuan penelitian dapat dijadikan pertimbangan untuk para pelaku UMKM ketika mengelola pembayaran dan memilih metode pembayaran yang tepat, serta bagi *developer* dalam menciptakan QRIS untuk mengembangkan basis penggunaanya secara berkelanjutan.

