

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah mengubah strategi bisnis di berbagai sektor, termasuk perbankan. Teknologi informasi kini menjadi elemen kunci dalam proses produksi maupun pelayanan, mendorong berbagai inovasi dalam layanan keuangan digital. Salah satu inovasi yang dikembangkan di sektor perbankan adalah QRIS (*QR Code Indonesian Standard*), standar kode QR untuk pembayaran digital yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS dirancang untuk mempermudah transaksi digital dengan aman, mendorong inklusi keuangan, serta memperkuat sistem ekonomi non-tunai. Dengan satu kode QR yang dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi, QRIS memungkinkan pembayaran melalui aplikasi di *smartphone* yang terhubung dengan internet, baik dari *e-wallet* perbankan maupun non-perbankan yang diizinkan oleh Bank Indonesia. QRIS merupakan satu kode QR yang dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi pembayaran digital. QRIS dapat digunakan melalui aplikasi pembayaran yang terpasang di *smartphone* dan terhubung dengan internet, termasuk *e-wallet* dari penerbit perbankan maupun non-perbankan yang telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia.

Meskipun memiliki potensi yang besar, penggunaan QRIS di kalangan pelaku usaha, khususnya UMKM, belum optimal. Penelitian yang dilakukan oleh Pradana & Sagoro (2021) mengungkap bahwa masih banyak pelaku usaha,

terutamaUMKM, yang belum sepenuhnya mengadopsi pembayaran *mobile* QRIS akibat kurangnya sosialisasi dari BI dan penyedia layanan digital. Selain itu, Mahyuni & Setiawan (2021) mengidentifikasi bahwa faktor teknis seperti koneksi internet yang tidak stabil, biaya transaksi, dan batasan nominal menjadi penghambat utama. Ironisnya, tantangan ini muncul di tengah komitmen pemerintah dalam mendorong transformasi digital melalui program seperti Gerakan Nasional Non-Tunai yang menargetkan 50% UMKM terdigitalisasi pada tahun 2024.

Tabel 1.1 Data Merchant Pengguna QRIS di Kota Purwokerto tahun 2023

Bulan	Jumlah Merchant
Januari	327.231
Februari	331.427
Maret	336.641
April	337.492
Mei	345.704
Juni	351.584
Juli	362.222
Agustus	368.503
September	375.893

Sumber: Kantor Perwakilan BI Purwokerto 2023

Kota Purwokerto menjadi contoh nyata dinamika pengadopsian QRIS menjadi pembayaran digital yang penggunaannya terus meningkat. Data yang diperoleh dari Kantor Perwakilan BI Purwokerto pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah

pengguna QRIS di Purwokerto mengalami peningkatan setiap bulannya. Dalam rangka mendorong “Kabupaten Banyumas Go-digital”, Kantor Perwakilan BI Purwokerto mulai mengimplementasikan digitalisasi pembayaran non-tunai di beberapa pasar dan tempat wisata. Salah satu lokasi yang menjadi target sosialisasi adalah Pasar Manis Purwokerto, yang dijadikan sebagai pasar percontohan transaksi non-tunai di Kabupaten Banyumas. Setelah sosialisasi dilakukan, para pedagang di Pasar Manis mulai membuat akun QRIS dan mencetak kode QR untuk dipasang di kiosnya masing-masing.

Meskipun telah dilaksanakan sosialisasi intensif dan fasilitasi pembuatan akun QRIS, observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti mengungkap fakta menarik, yaitu sebagian pedagang masih enggan menggunakan QRIS. Alasan yang seringkali diucapkan adalah persepsi mengenai kerumitan penggunaan, ketidaksiapan teknologi, dan juga preferensi terhadap transaksi tunai. Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara upaya institusional dan adopsi nyata (*actual usage*) di tingkat pedagang. Jika peningkatan jumlah pengguna hanya bersifat kuantitatif, tanpa diikuti oleh pemahaman dan penerapan optimal maka tujuan inklusi keuangan tidak akan tercapai dan program digitalisasi hanya menjadi pencapaian simbolis. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat faktor-faktor apa saja yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan QRIS di kalangan pedagang, terutama di kalangan pedagang Pasar Manis Purwokerto.

QRIS tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga memberikan berbagai keuntungan bagi konsumen atau pembeli. Penggunaan QRIS oleh pembeli menawarkan efisiensi waktu karena transaksi dilakukan secara cepat

dan tanpa uang kembalian, sehingga sangat cocok untuk pembeli yang menginginkan proses pembayaran praktis dan higienis, terutama pasca pandemi COVID-19. Studi oleh Apriliyanti & Purnomo (2021) mengungkap bahwa konsumen cenderung memilih metode pembayaran non-tunai seperti QRIS karena dianggap lebih aman, cepat, dan mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik melalui histori transaksi digital.

Selain itu, riset oleh Aulia & Wibowo (2022) menunjukkan bahwa pembeli merasa lebih nyaman menggunakan QRIS karena tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar, yang dapat mengurangi risiko kehilangan atau pencurian. Fitur integrasi QRIS dengan berbagai aplikasi dompet digital seperti OVO, GoPay, dan Dana juga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, karena memberikan fleksibilitas dalam memilih sumber dana saat bertransaksi.

Menurut penelitian oleh Azizah dan Nugraheni (2023), faktor kenyamanan (*convenience*), persepsi keamanan (*perceived security*), serta kemudahan akses menjadi pendorong utama perilaku penggunaan QRIS oleh konsumen. Konsumen juga merasakan adanya peningkatan pengalaman belanja karena transaksi dapat diselesaikan hanya dengan memindai kode QR tanpa perlu berinteraksi fisik dengan uang atau perangkat kasir. Ini menciptakan persepsi layanan modern dan efisien, yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dari sisi pembeli, QRIS menawarkan kombinasi antara kecepatan, keamanan, kemudahan, dan kenyamanan, yang semuanya menjadi faktor pendorong dalam memilih metode pembayaran digital ini. Faktor-faktor ini melengkapi argumen mengapa QRIS

seharusnya menjadi solusi pembayaran yang ideal di ekosistem pasar tradisional sekalipun.

Penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai kerangka teoritis untuk menganalisis bagaimana pengguna mengadopsi dan menerima teknologi. TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1985) sebagai model yang menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi dalam suatu organisasi. TAM bertujuan memprediksi penerimaan teknologi berdasarkan dua faktor, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua faktor ini membentuk sikap pengguna, yang kemudian memengaruhi niat penggunaan (*intention to use*) dan penggunaan secara aktual (*actual usage*) (Davis, 1985). Model ini telah divalidasi secara luas dalam berbagai konteks, mulai dari *e-commerce* hingga layanan keuangan digital (Granić & Marangunić, 2019; Sunarya, 2022; Rahadian & Thamrin, 2023), menjadikannya fondasi ideal untuk mengeksplorasi penggunaan QRIS.

Meskipun TAM diakui sebagai model efektif dalam mengevaluasi adopsi teknologi, model ini juga memiliki keterbatasan (Sholihah & Nurhapsari, 2023). TAM bersifat umum dan tidak secara eksplisit mempertimbangkan faktor eksternal seperti kondisi lingkungan organisasi atau sosial yang mungkin lebih relevan dalam konteks spesifik (Wicaksono, 2022). Misalnya, di pasar tradisional dengan koneksi internet yang tidak stabil, faktor teknis dapat mengganggu hubungan antara *intention to use* dan *actual usage*. Oleh karena itu, penelitian ini

mengadopsi TAM dengan menyadari perlunya kontekstualisasi model sesuai karakteristik unik pedagang Pasar Manis Purwokerto.

Dalam konteks penelitian ini, keyakinan pedagang di Pasar Manis terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan QRIS akan memengaruhi sikap mereka terhadap penggunaan QRIS. Jika mereka memiliki persepsi positif terhadap QRIS, maka minat mereka untuk menggunakan QRIS dalam transaksi jual beli akan meningkat. Studi Vohra & Amin (2024) membuktikan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* tidak memengaruhi *intention to use*, sementara di sisi lain, Naufaldi & Tjokrosaputro (2020) menyatakan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use*. Kontradiksi temuan ini menunjukkan urgensi untuk penelitian lanjutan dalam menguji konsistensi TAM dalam kondisi yang spesifik, seperti pasar tradisional.

Berdasarkan fenomena resistensi pedagang Pasar Manis Purwokerto terhadap QRIS, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali dengan fokus pada hubungan *perceived usefulness* terhadap *intention to use*, *perceived ease of use* terhadap *intention to use*, dan *intention to use* terhadap *actual usage*. Dengan menganalisis faktor-faktor yang menghambat atau mendorong penggunaan QRIS, studi ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan mengenai QRIS bagi pedagang, rekomendasi strategis bagi pemerintah untuk memperbaiki program sosialisasi dan desain sistem, serta acuan bagi penelitian selanjutnya. Judul penelitian “**Aplikasi Model Penerimaan Teknologi dalam Pembayaran Non-Tunai (Cashless Payment) berbasis QRIS pada Pedagang Pasar Manis Purwokerto**”

mencerminkan upaya dalam menjembatani kesenjangan antara teori TAM dan realitas empiris di lapangan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *actual usage*?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *actual usage*?
3. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *intention to use*?
4. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use*?
5. Apakah *intention to use* berpengaruh terhadap *actual usage*?
6. Apakah *intention to use* memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *actual usage*?
7. Apakah *intention to use* memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *actual usage*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Menguji pengaruh *perceived usefulness* terhadap *actual usage*.
2. Menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *actual usage*.
3. Menguji pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to use*.
4. Menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to use*.
5. Menguji pengaruh *intention to use* terhadap *actual usage*.

6. Menguji peran *intention to use* dalam memediasi pengaruh *perceived usefulness* terhadap *actual usage*.
7. Menguji peran *intention to use* dalam memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *actual usage*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan teknologi dalam bertransaksi dengan pembayaran non-tunai (QRIS).

b. Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penerimaan teknologi pedagang dalam menggunakan QRIS sehingga dapat memahami sudut pandang pedagang.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dengan memberikan informasi mengenai faktor apa saja yang dapat berpengaruh terhadap minat pedagang dalam menggunakan pembayaran non-tunai (QRIS).