

**DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM KULINER
DI PENGGING**



TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Akuntansi Program Studi Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh

AVITA KUMALA SARI

20.21.0008

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Avita Kumala Sari
NIM : 20210008
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Determinan Minat Penggunaan *QRIS* pada UMKM Kuliner di Pengging.

Disetujui dan disahkan :

Hari : Jum'at
Tanggal : 31 Mei 2024

Pembimbing



Era Triandita Saputra, S.E. M. Si, M.BA

NIDN : 0623029402

Wakil Ketua 1 STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NIDN : 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Avita Kumala Sari
 Nim : 20210008
 Program Studi : S1 Akuntansi
 Judul : Determinan Minat Penggunaan *QRIS* pada UMKM Kuliner di Pengging

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Akuntansi

Hari : Jum'at
 Tanggal : 31 Mei 2024

Tim Penguji

Ketua : Ismunawan, S.E., M.Si
 Anggota : Era Trianita Saputra, SE., M.Si., M.B.A

(
(

Tanda tangan

Mengetahui

Ketua STIE Surakarta

Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN : 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Avita Kumala Sari
Tempat/Tgl. Lahir : Boyolali, 01 November 2002
NIM : 20210008
Program Studi : S1 Akuntansi
Alamat : Cikalan RT 01 RW 01, Ngaru-ar, Banyudono,
Boyolali

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Determinan Minat Penggunaan QRIS pada UMKM Kuliner di Pengging” adalah hasil penelitian atau karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surakarta, 30 Mei 2024

Yang memberi pernyataan



METERAI
TEMPEL
BAALK142736535

Avita Kumala Sari

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Yang penting ada uang, semua jalan.”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, Dalam penulisan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Support sistem terbaik dalam hidup saya, kedua orang tua Bapak Surawan dan Ibu Vitra Ariyanti yang selalu mengusahakan yang terbaik untuk penulis mulai dari mendidik, mencukupi, membimbing, mengarahkan dan memberi kekuatan bagi penulis selama 22 tahun ini. Sehingga penulis mampu mengerjakan dan menyelesaikan tugas akhir hingga selesai.
2. Untuk penulis sendiri, Avita Kumala Sari yang telah bekerja keras hingga mampu menyelesaikan tugas akhir hingga selesai. Terimakasih telah menjadi pribadi yang cukup kuat karena telah mampu berada di titik ini. Meskipun lelah terimakasih untuk tidak menyerah.
3. Keluarga, kerabat dan teman dekat yang selalu meluangkan waktu untuk memberi semangat dan dukungan untuk penulis dalam penyusunan tugas akhir.
4. Varissa Michelle Vincentia selaku sahabat terbaik penulis yang selalu menjadi pendukung terbaik dalam segala kondisi penulis.
5. Dan untuk semua pihak yang turut serta dalam proses penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puja dan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran serta melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi guna menyelesaikan tugas akhir dengan judul "Determinan Minat Penggunaan *QRIS* pada UMKM Kuliner di Pengging." Dalam penyusunan skripsi tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. selaku wakil ketua 1 STIE Surakarta.
3. Ibu Era Trianita Saputra, S.E. M. Si, M.BA selaku dosen pembimbing tugas yang telah membantu dan memberikan bimbingan selama proses penyusunan tugas akhir skripsi.
4. Seluruh dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi yang telah membantu dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi.
5. Pegawai Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali yang telah memberikan izin dan arahan dalam pelaksanaan penelitian guna menyelesaikan skripsi.
6. Pegawai Kelurahan Desa Dukuh dan Pengurus BUMDES Desa Dukuh yang telah memberi izin dan membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Seluruh pelaku UMKM Kuliner di Pengging yang telah membantu dan membimbing selama proses pelaksanaan penelitian guna menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu yang telah memberikan motivasi dan dukungan baik secara moril maupun materil.
9. Sahabat dan rekan yang telah memberikan dukungan sepenuhnya kepada penulis dalam penelitian guna menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam penulisan Skripsi baik secara kualitas maupun kuantitas, penulis berharap skripsi mengenai "Determinan Minat Penggunaan *QRIS* pada UMKM Kuliner di Pengging" dapat menjadi referensi dan manfaat bagi pembaca khususnya dalam pemahaman tentang sistem bagi hasil pembiayaan musyarakah. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dan berharap saran dan masukan guna menjadi evaluasi bagi penulis dalam perbaikan penyusunan skripsi.

Surakarta, 25 Januari 2024

Avita Kumala Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Teori yang Relevan.....	16
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	16
2. Persepsi Kemudahan	18
3. Persepsi kemanfaatan	19
4. Sosialisasi	20
5. Pengetahuan.....	22
6. <i>Financial Technology (Fintech)</i>	22
7. <i>Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)</i>	26
8. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	31
9. Minat Menggunakan.....	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berpikir.....	37
D. Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Objek Penelitian	42
C. Tempat dan Waktu Penelitian	42
D. Sumber Data	42
E. Populasi dan sampel	43
F. Teknik Pengumpulan data	44
G. Definisi Operasional	44
H. Teknik Analisis Data	49
1. Uji Instrumen Penelitian.....	49
a. Uji Validitas.....	49
b. Uji Reliabilitas.....	49
2. Uji Asumsi Klasik	49
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Multikolinearitas	50
c. Uji Heteroskedastisitas	51
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4. Koefisien Determinasi (R^2).....	52
5. Pengujian Hipotesis	52
a. Uji F (Uji Model).....	52
b. Uji T (Uji Parsial).....	52
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
G. Pembahasan.....	68
BAB 5	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	79
KUESIONER.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	45
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	45
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Data Deskripsi Responden Berdasaerkan Aplikasi Dompot Digital Atau Mobile Banking.....	58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Dengan Uji Kolmogorov Smirnov	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser	64
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	65
Tabrl 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	67
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Umkm Di Indonesia Tahun 2022	2
Gambar 1. 2 10 Sektor Usaha Mikro Kecil Terbanyak Di Indonesia 2022	3
Gambar 1.3 Jumlah Umkm Per Kecamatan Di Kabupaten Boyolali.....	4
Gambar 1.4 Grafik Volume Dan Nilai Transaksi Qris Di Indonesia 2022.....	7
Gambar 1.5 Transaksi Tunai Atau Non Tunai.....	8
Gambar 1.6 Jumlah Umkm Pengguna Qris Di Solo Raya.....	9
Gambar 1.7 Pengguna Qris Pada Umkm Kuliner Pengging.....	10
Gambar 2.1 Technology Accaptance Model.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	38
Gambar 4.1 Hasil Normalitas Dengan Normal P-P Plot.....	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data
- Lampiran 3. Hasil Uji Validalitas
- Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10. Dokumentasi Wawancara

ABSTRAK

Determinan Minat Penggunaan QRIS pada UMKM Kuliner di Pengging

Avita Kumala Sari

20210008

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, sosialisasi dan pengetahuan terhadap minat UMKM Kuliner di Pengging dalam menggunakan *Quick Response Indonesian Standard*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner di Pengging yang minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sample sebanyak 45 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear bergandadan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel (1) Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard*. (2) Persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard*. (3) Sosialisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard*. (4) Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Quick Response Indonesian Standard*.

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Sosialisasi, Pengetahuan, Minat Menggunakan.

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of perceived convenience, perceived usefulness, socialisation and knowledge on the interest of Culinary UMKM in Pengging in using the Quick Response Indonesian Standard. This research method uses a quantitative approach. The population in this study were culinary MSME players in Pengging who were interested in using the Quick Response Indonesian Standard. The sampling technique in this study used purposive sampling technique with a total sample of 45 respondents. The analysis technique used in this study is the classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results showed that the variable (1) Perceived convenience has a significant effect on interest in using Quick Response Indonesian Standard. (2) Perceived usefulness has a significant effect on interest in using Quick Response Indonesian Standard. (3) Socialisation has no significant effect on interest in using Quick Response Indonesian Standard. (4) Knowledge has a significant effect on interest in using the Quick Response Indonesian Standard.

Keywords: Perceived Ease, Perceived Benefit, Socialisation, Knowledge, Interest in Using.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran pertumbuhan ekonomi sangat diperlukan dalam mencapai pembangunan ekonomi. Upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat terus di tingkatkan oleh pemerintah. Tingginya tingkat pendapatan masyarakat serta rendahnya tingkat pengangguran menjadi salah satu tolak ukur dalam menilai keberhasilan upaya yang dilakukan pemerintah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dikatakan sebagai bentuk keberhasilan pemerintah dalam mengupayakan pertumbuhan ekonomi. Banyaknya UMKM yang terus bertambah dari tahun ke tahun membantu upaya pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran, dimana seiring pertumbuhan UMKM di Indonesia penyerapan tenaga kerja terus terjadi.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Persentase ini menunjukkan UMKM yang ada di Indonesia berpotensi untuk dikembangkan dalam kontribusi perekonomian dalam skala yang lebih besar. Pemberian arahan dalam melakukan pengembangan UMKM merupakan salah bentuk upaya pembangunan ekonomi kerakyatan yang telah digiatkan oleh pemerintah. UMKM berperan sangat besar dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlah mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha.

Berdasarkan data jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2022, jumlah UMKM pada setiap provinsi terus berkembang pada setiap tahunnya. Terdapat banyak jenis bidang usaha yang dapat dipilih pelaku UMKM, diantaranya seperti usaha kuliner, *fashion*, agribisnis, dan lainnya. Namun, UMKM kuliner menjadi usaha yang banyak digeluti oleh pelaku usaha.

Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022

*Berdasarkan Provinsi

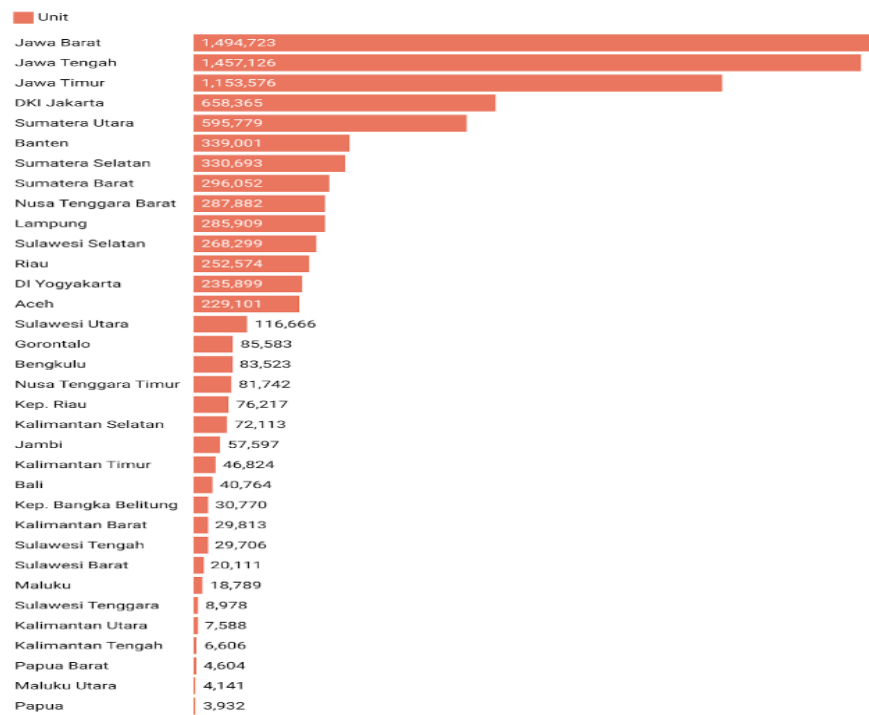


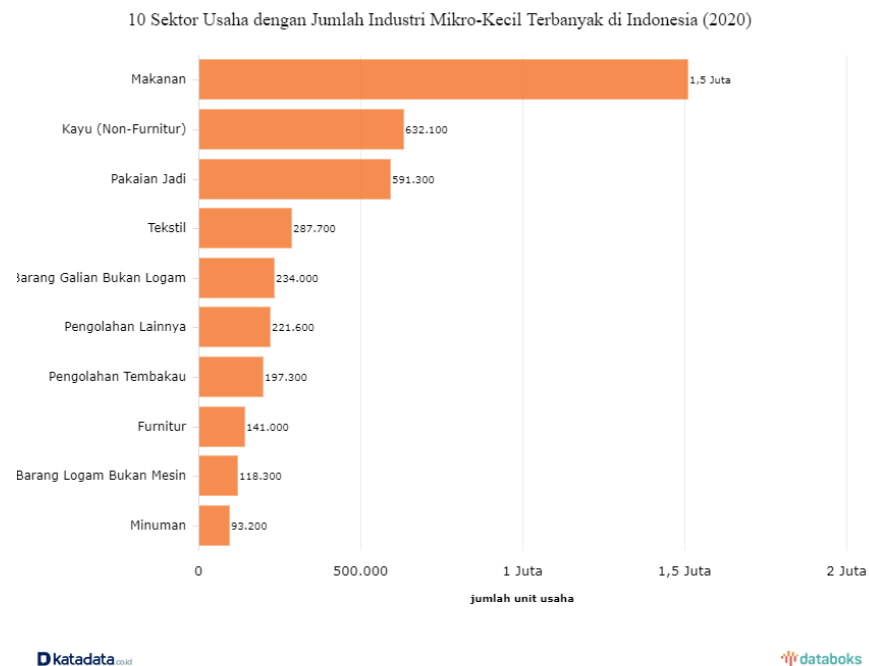
Chart: Aulia Mutiara Hatia Putri • Source: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah • Created with Datawrapper

Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2022

Sumber: Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah IMK sektor makanan mencapai 1,51 juta unit usaha pada tahun 2020. Proporsi IMK sektor makanan mencapai 36% dari seluruh IMK nasional, dari total 4,21 juta unit usaha. Disusul oleh sektor usaha lain seperti kayu (nonfurnitur), pakaian jadi, tekstil dan lainnya.

IMK dalam laporan data diatas merupakan unit usaha yang memiliki pekerjaan kurang dari 20 orang berdasarkan jumlah tenaga kerja tanpa memperhatikan besaran modal, penggunaan mesin produksi, ataupun pendapatan usaha.



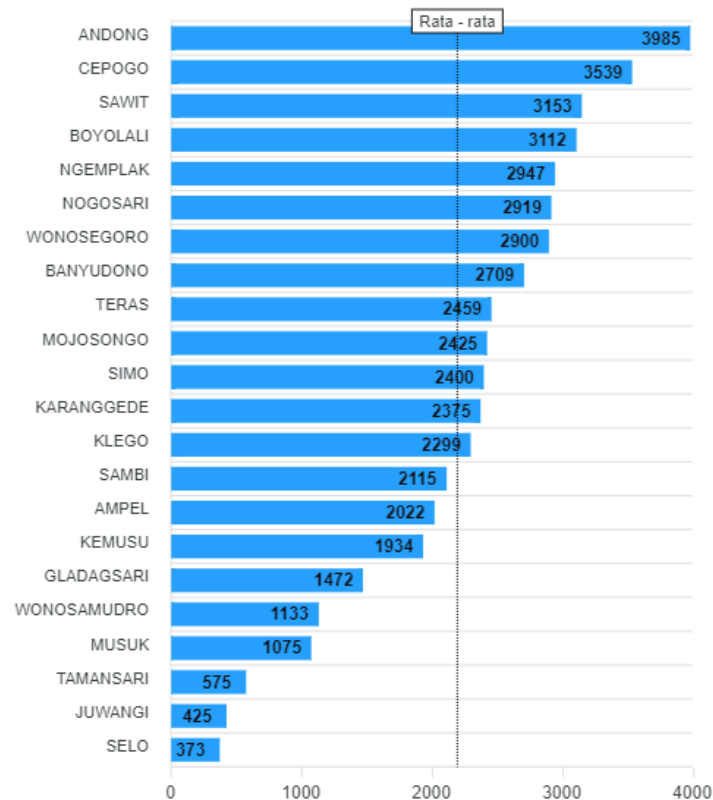
**Gambar 1.2 Sepuluh Sektor Usaha Mikro Kecil Terbanyak di Indonesia
Tahun 2020**

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Jumlah UMKM di Indonesia Provinsi Jawa Tengah menempati posisi kedua dengan menunjukkan peningkatan jumlah pelaku UMKM yang begitu tinggi. Terdapat 1.457.126 unit UMKM yang terdaftar di Provinsi Jawa Tengah. Di kabupaten Boyolali sendiri pertumbuhan pelaku UMKM pada setiap tahunnya terus bertambah. Terlebih lagi di era pandemi dan pasca pandemi. Hal ini terjadi sebab,

banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaannya dan memutuskan untuk membuka atau melanjutkan usaha mereka.

Grafik Jumlah UMKM per Kecamatan ("48,366")



Gambar 1.3 Grafik Jumlah UMKM Per Kecamatan di Kabupaten Boyolali

Sumber: Dinas Koperasi dan Tenaga Kerja Kabupaten Boyolali

Berdasarkan grafik jumlah UMKM tiap kecamatan di Kabupaten Boyolali menunjukkan Kecamatan Banyudono memiliki 2.709 unit sektor UMKM. Konsentrasi persebaran UMKM di Kecamatan Banyudono sendiri terfokus pada beberapa desa, salah satunya yaitu di Desa Dukuh. Pertumbuhan UMKM di Desa Dukuh lebih menonjol apabila dibandingkan dengan desa lain, keberadaan banyaknya objek wisata yang menjadi destinasi wisata bagi para pengunjung dari beberapa daerah menjadi faktor yang mendukung perkembangan UMKM yang

begitu pesat di desa ini seperti objek wisata pemandian hingga alun-alun daerah. Kawasan wisata kuliner Pengging menjadi pusat perkembangan UMKM di Desa Dukuh. Di kawasan ini masyarakat dapat dengan mudah menemukan beraneka ragam kuliner baik dari minuman, jajan, hingga makanan berat. Lokasi yang strategis dan didukung dengan keberadaan objek wisata, menjadi alasan banyak pelaku UMKM yang mendirikan dan menjalankan usaha di kawasan kuliner Pengging.

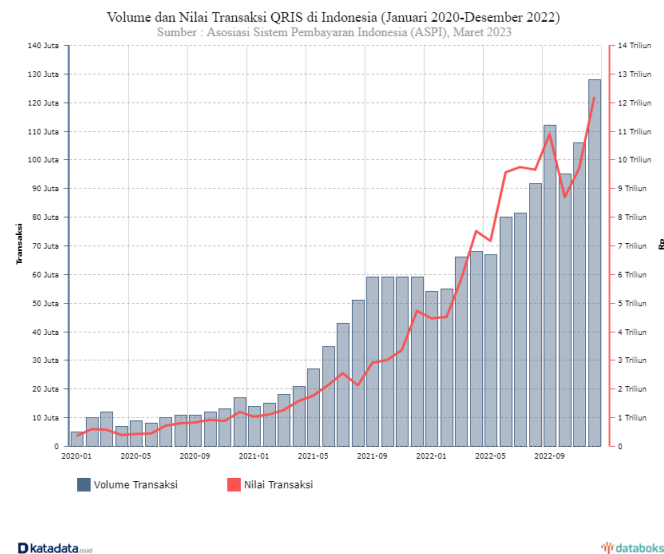
Perkembangan zaman yang semakin maju memudahkan masyarakat dalam mengakses internet. Pengguna internet yang cukup pesat di Indonesia, menjadi salah satu penyebab terciptanya transformasi sistem pembayaran. *Financial technology (fintech)* merupakan salah satu jenis sistem pembayaran yang saat ini berkembang di dunia termasuk Indonesia. *Fintech* merupakan penggabungan antara teknologi informasi dan jasa keuangan yang dapat menjadikan transaksi dilakukan dengan cepat dan mudah tanpa perlu memperhatikan jarak (Indonesia, 2018). Dengan kemudahan ini *fintech* memberikan manfaat bagi masyarakat, dengan adanya perkembangan sistem pembayaran seperti ini memberi kesempatan kepada siapa saja untuk menikmati transaksi dimanapun dan kapanpun dengan mudah dan terpercaya sehingga menjadi efektif dan efisien. Perubahan gaya hidup manusia menjadi pemicu utama dalam berkembangnya inovasi *fintech* (Indonesia, 2018).

Salah satu bentuk pertumbuhan *financial technology* di Indonesia dapat dilihat dari cepatnya pertumbuhan teknologi dalam sistem pembayaran. Sistem pembayaran *Cash On Delivery (COD)* atau tunai telah mulai tergantikan dengan sistem pembayaran berbasis digital (*cashless*). Kelebihan dari penggunaan

pembayaran digital ini terletak pada kepraktisan, kenyamanan serta keamanannya. Mekanisme pembayaran yang tidak memerlukan banyak tahapan hingga pembayaran dinyatakan berhasil menjadi faktor pendukung peningkatan akses transaksi digital dikalangan masyarakat.

Penggunaan transaksi digital dapat diterapkan pada aplikasi pembayaran digital yang diterbitkan oleh pihak perbankan maupun nonperbankan melalui *smartphone* dan terhubung dengan koneksi internet. Aplikasi pembayaran digital merupakan instrumen pembayaran berbasis *server* yang telah memperoleh izin penggunaan dari Bank Indonesia. Jenis dari pembayaran digital meliputi *mobile banking*, *internet banking*, OVO, DANA, *Gopay*, dan beberapa jenis lainnya. Pada tanggal 1 Januari 2020, Bank Indonesia resmi merilis standar untuk penggunaan kode QR Indonesia dengan nama *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)* (Azzahroo & Estiningrum, 2021).

Pada penerapannya, penggunaan *QRIS* memiliki beberapa kendala. Dimana diperlukan waktu yang cukup lama untuk menerapkan *QRIS* di kota-kota kecil. Mengingat tingkat literasi keuangan digital di Indonesia yang masih rendah. Pemberian sosialisasi dan edukasi secara masif terhadap seluruh lapisan masyarakat, baik pengguna ataupun *merchant* sangat diperlukan. Konektivitas yang belum merata menjadi kendala yang perlu diperhatikan, konsentrasi pembangunan infrastruktur jaringan yang masih berfokus di daerah pulau Jawa, menyebabkan jaringan infrastruktur dikawasan luar Jawa belum memadai.



Gambar 1.4 Grafik Volume dan Nilai Transaksi QRIS di Indonesia Tahun 2020

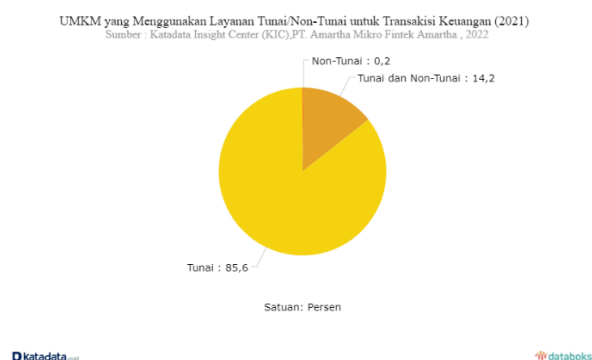
Sumber: Databoks.katadata.co.id

Dari grafik volume dan nilai transaksi QRIS di Indonesia tahun 2020 menjelaskan bahwa dari hasil data Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI), pada bulan Desember 2022 terdapat sekitar 128 juta transaksi menggunakan QRIS di seluruh Indonesia. Volume transaksi QRIS pada tahun 2022 meningkat secara nasional mencapai 1 miliar transaksi, mengalami kenaikan sebesar 117,59% dibanding tahun 2021. Pada tahun 2022 meningkat menjadi 261,81% dibanding tahun sebelumnya. Kemudian BI memberlakukan *Merchant discount rate (MDR)* sebesar 0,3% bagi pedagang (*merchant*) yang menggunakan layanan QRIS. Pemberlakuan MDR ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan layanan penggunaan QRIS.

Peningkatan volume transaksi menggunakan QRIS, menunjukkan bahwa sistem pembayaran ini sangat mudah digunakan semua orang. Dibalik kemudahan yang ditawarkan QRIS, masih banyak masyarakat yang belum menggunakan QRIS

dalam melakukan transaksi pembayaran. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat secara detail mengenai penggunaan *QRIS* sehingga masyarakat lebih nyaman untuk bertransaksi secara tunai. Untuk menggeser perilaku pembayaran tunai menjadi nontunai dengan *QRIS* kalangan masyarakat, maka diperlukan adanya sosialisasi yang tepat bagi pelaku usaha dan masyarakat untuk memanfaatkan *QRIS* (Srie kaningsih *et al.*, 2022).

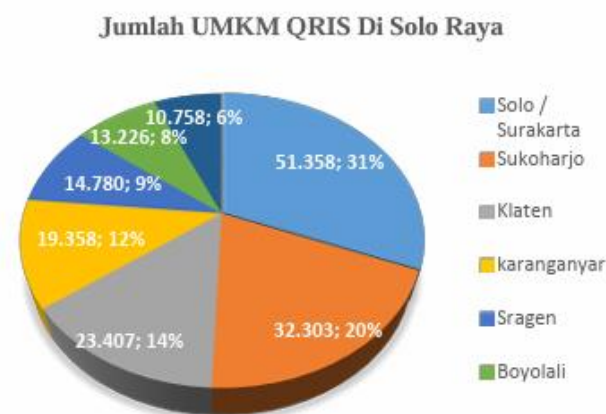
Sosialisasi dalam pengenalan mengenai penggunaan *QRIS* sangat diperlukan. Dilihat dari banyaknya inovasi yang menguntungkan melalui munculnya *QRIS*. Namun, melihat rendahnya tingkat literasi keuangan maupun pengetahuan mengenai digitalisasi para pelaku UMKM menjadi ancaman bagi perkembangan *QRIS* di Indonesia. Apabila pengembangan penggunaan *QRIS* dapat berhasil secara keseluruhan, hal ini akan sangat menguntungkan dan memudahkan bagi para pelaku usaha dan masyarakat luas di dunia usaha baik skala kecil, menengah, maupun besar. Bagi pelaku usaha sendiri, keuntungan dari penggunaan dapat di nilai dari kesederhanaan transaksi, penghindaran uang palsu, penghapusan kebutuhan akan perubahan, dan lainnya.



Gambar 1.5 Transaksi Tunai/Nontunai

Sumber : Databoks.katadata.co.id

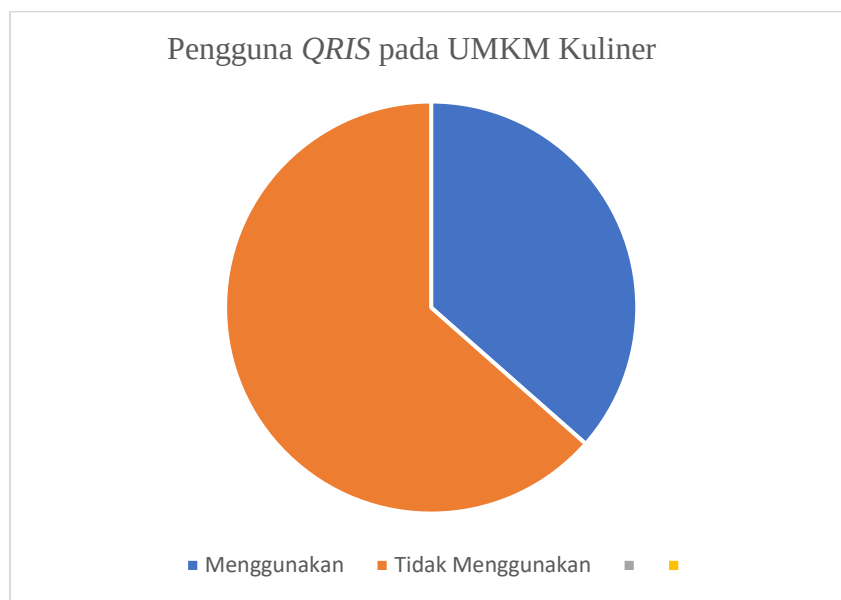
Dari data survei yang dilakukan pada tahun 2021, menunjukkan bahwa 85,6% UMKM masih menggunakan metode pembayaran nontunai. Sedangkan, ada 14,2% UMKM menggunakan metode pembayaran nontunai dan tunai. Sebesar 2% UMKM yang sudah menggunakan metode pembayaran nontunai. Berdasarkan survei yang dilakukan Databoks.katadata.co.id, terdapat 3 alasan yang menjadi kendala rendahnya tingkat penggunaan metode pembayaran nontunai dikalangan pelaku UMKM. Pertama, perasaan takut akan melakukan kesalahan dalam menggunakan layanan nontunai. Kedua, rasa kurang percaya diri atas kepemilikan produk nontunai dan digital. Ketiga, tidak mengetahui secara jelas apa itu produk pembayaran nontunai dan bagaimana cara menggunakannya. Ketiga kendala tersebut dapat dihindari apabila pemerintah dapat mengupayakan sosialisasi mengenai perkembangan *fintech* secara rinci dan detail kepada UMKM. Pemberian sosialisasi dalam penggunaan ataupun kinerja *QRIS* bagi para pelaku usaha menjadi faktor yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan penggunaan *QRIS* di sektor UMKM (Aisyah *et al.*, 2023).



Gambar 1.6 Jumlah UMKM Pengguna QRIS di Solo Raya

Sumber: Bank Indonesia

Menurut Ketua Tim Sistem Pembayaran Pengelolaan Uang Rupiah dan Layanan Administrasi (SPPURLA) Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPw BI) Solo, pertumbuhan jumlah *merchant QRIS* tertinggi berada di Kabupaten Sukoharjo sebesar 49,14%. Berbanding terbalik dengan hal tersebut, Kabupaten Boyolali menduduki peringkat rendah setelah Kabupaten Wonogiri dimana hanya terdapat 13.226 *merchant* dari total 165.190 *merchant* yang telah menggunakan *QRIS*. Rendahnya penggunaan *QRIS* di Kabupaten Boyolali turut berdampak pada minat penggunaan *QRIS* bagi UMKM kuliner di daerah Pengging.



Gambar 1.7 Pengguna QRIS pada UMKM Kuliner Pengging

Sumber : BUMDES Desa Dukuh

Berdasarkan data dari BUMDES Desa Dukuh dari total keseluruhan UMKM kuliner di Pengging terdapat 63,49% UMKM yang belum menggunakan *QRIS*, sedangkan terdapat 36,51% UMKM yang telah menggunakan *QRIS*. Wisata kuliner di daerah Pengging sendiri terbagi dalam dua kawasan yang saling berdekatan, kawasan kuliner Alun-Alun Pengging dan *foodcourt* Taman Hadingninngrat

Pengging. Pada kawasan kuliner Alun-Alun Pengging terdapat beberapa UMKM yang telah menggunakan *QRIS*, sebab pangsa pasar pada kawasan ini sangat luas di dukung oleh tempat usaha yang berada tepat di jantung daerah. Sedangkan pada kawasan *foodcourt* dapat dikatakan belum ada UMKM yang menggunakan *QRIS*. Sebagian besar pengunjung *foodcourt* masih menggunakan metode pembayaran secara langsung, hal ini menyebabkan para pelaku UMKM enggan menggunakan *QRIS* sebab pembayaran tunai masih menjadi metode transaksi yang banyak digemari oleh pengunjung.

Kemudahan akses internet di daerah Pengging menjadi poin utama perlunya pengembangan sistem pembayaran *QRIS*. Salah satu penjual mengaku, penggunaan *QRIS* sangat diperlukan bagi para UMKM sebab sistem ini sangat mudah dioperasikan, dimana semua pembayaran dapat dikontrol secara langsung melalui *smartphone*. Penggunaan *QRIS* juga sangat membantu proses transaksi pembayaran setelah melihat proses transaksi pembayaran di kawasan utama Alun-Alun Pengging. Beliau mengatakan bahwa penggunaan *QRIS* sangat membantu bagi penjual sebab mereka tidak perlu repot mencari kembalian apabila tidak terdapat uang receh. Penggunaan pembayaran secara *cashless* sangat membantu sebab pembayaran dapat dilakukan dengan nominal yang sesuai dengan jumlah yang harus dibayarkan.

Minat penggunaan *QRIS* para UMKM di Pengging dikatakan rendah, sebab masih rendahnya pengetahuan para pelaku usaha. Hal ini ditunjukkan dengan adanya fenomena, dimana sebagian besar pelaku usaha di *foodcourt* Pengging berada di kisaran umur 26-40 tahun dimana pada usia ini masyarakat memiliki

kesulitan dalam menerima suatu penerapan teknologi baru. Minimnya konsumen atau pelanggan yang menggunakan *QRIS* menjadi faktor rendahnya pengetahuan UMKM mengenai sistem pembayaran ini. Kondisi ini juga dipersulit dengan belum adanya sosialisasi mengenai penggunaan *fintech* bagi para UMKM.

Penilaian mengenai penggunaan suatu teknologi menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut. Pada penggunaan sistem pembayaran menggunakan *QRIS*, semakin mudah suatu teknologi digunakan maka semakin tinggi pula minat seseorang menggunakan teknologi tersebut. Penelitian Palupi *et al.*, (2022) serta Mahyuni & Setiawan (2021) persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *QRIS*, sedangkan penelitian Ernawati & Noersanti (2020) persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *QRIS*.

Suatu teknologi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat sebagai pelaku usaha apabila teknologi tersebut dapat meningkatkan efektivitas kinerja mereka. Penelitian Defy *et al.*, (2023) serta Mahyuni & Setiawan, (2021) kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *QRIS*, sedangkan menurut penelitian Ernawati & Noersanti, (2020) kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *QRIS*. Penelitian Hidayati *et al.*, (2023) menjelaskan bahwa sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *QRIS*. Sosialisasi mempunyai peranan penting bagi perkembangan suatu sistem teknologi, sebab dalam implementasinya ketidaktahuan seseorang dalam penggunaan suatu teknologi dapat diminimalisasi dengan adanya pemaparan secara jelas, detail dan menyeluruh. Sosialisasi dapat dilakukan oleh pihak-pihak terkait. Sedangkan dalam

penelitian Kamil *et al.*, (2022) sosialisasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *fintech* sebab keterbatasan waktu.

Penggunaan suatu teknologi dapat dijalankan secara baik apabila pelaku usaha mengerti secara detail mengenai teknologi yang mereka gunakan. Semakin paham seseorang terhadap suatu teknologi, semakin mudah pula seseorang dalam menyelesaikan kerjanya. Semakin tinggi tingkat pengetahuan para pelaku UMKM mengenai *QRIS*, semakin tinggi pula minat penggunaan *QRIS* sebagai metode pembayaran di kalangan pelaku UMKM. Hasil penelitian Palupi *et al.*, (2022) pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *QRIS*, sedangkan penelitian Nurdin *et al.*,(2020) pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *QRIS*.

Dari uraian dan *research gap* yang telah dikemukakan diatas, peneliti berencana untuk mengembangkan sebuah penelitian dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai minat penggunaan *QRIS* pada pelaku UMKM. Variabel independen dan objek penelitian menjadi faktor yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang hasilnya inkonsistensi. Objek yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM kuliner di kawasan Pengging. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “Determinan Minat Penggunaan *QRIS* Pada UMKM Kuliner di Pengging”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *QRIS* pada UMKM kuliner di Pengging?
2. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan *QRIS* pada UMKM kuliner di Pengging?
3. Apakah sosialisasi berpengaruh terhadap minat menggunakan *QRIS* pada pelaku UMKM kuliner di Pengging?
4. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat menggunakan *QRIS* pada pelaku UMKM kuliner di Pengging?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *QRIS* pada pelaku UMKM kuliner di Pengging.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan *QRIS* pada pelaku UMKM kuliner di Pengging.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi terhadap minat penggunaan *QRIS* pada pelaku UMKM kuliner di Pengging.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat penggunaan *QRIS* pada pelaku UMKM kuliner di Pengging.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini antara lain:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan baik untuk peneliti maupun pembaca serta dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penulis selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sosialisasi dan pengetahuan terhadap minat penggunaan *QRIS* pada UMKM kuliner Pengging .

2. Secara praktis

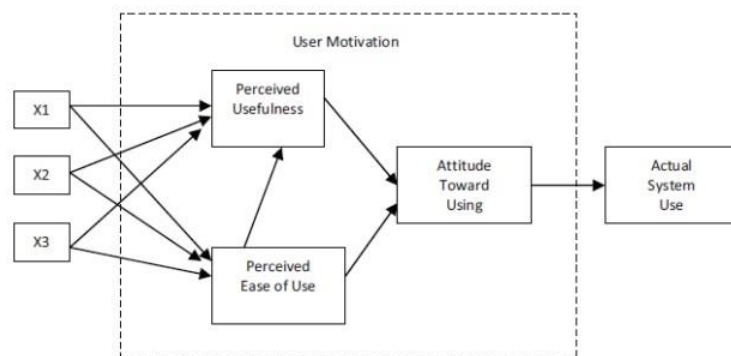
- a. Bagi pengelola UMKM, hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan bagi pengelola Desa Dukuh dalam sistem tata kelola UMKM yang ada agar lebih paham mengenai penerapan perkembangan teknologi sistem pembayaran.
- b. Bagi pelaku UMKM, penelitian ini diharap dapat memberi gambaran bagi para pelaku UMKM dalam menambah pengetahuan, wawasan, dan pemahaman mengenai sistem pembayaran *QRIS*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori yang Relevan

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Davis (1989) mengembangkan *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk menjelaskan mengenai teori perilaku terhadap penggunaan teknologi komputer. *TAM* diadopsi dari *Theory of Reason Actioned (TRA)* Fishbein dan Ajzen yang menjabarkan perilaku seseorang dari niat individu. *TRA* menjelaskan perilaku manusia secara umum, sementara *TAM* menjelaskan mengenai faktor khusus penerimaan mengenai penggunaan suatu teknologi. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan salah satu gagasan yang menjelaskan mengenai pengaruh suatu sistem teknologi informasi yang sering digunakan, gagasan ini menjelaskan mengapa orang menerima penggunaan suatu sistem teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi akan manfaat teknologi menjadi faktor yang mempengaruhi suatu teknologi dapat diterima dan digunakan.



Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Sumber : Davis (1986)

TAM berfokus pada persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang berpengaruh terhadap minat berperilaku (*behavior intention*), dimana minat seseorang dalam menggunakan teknologi akan muncul apabila sistem teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan (Engko *et al.*, 2023). *TAM* bertujuan untuk menjelaskan secara sederhana mengenai faktor penentu perilaku penggunaan teknologi informasi terhadap penerimaan teknologi itu sendiri (El Wahyu & Fitriyani, 2021).

Berdasarkan penjelasan diatas, *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan suatu gagasan atau model konsep berpikir yang digunakan untuk menjelaskan mengenai tingkat penerimaan individu terhadap penggunaan suatu sistem teknologi baru berdasarkan persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatannya yang menjadi faktor utama dalam penggunaan teknologi tersebut. Model *TAM* digunakan pada penelitian ini dengan dasar pertimbangan model penelitian ini telah digunakan dalam berbagai penelitian untuk menguji diterima atau tidaknya suatu sistem informasi. Pada model *TAM* menjabarkan mengenai tingkat penerimaan suatu penggunaan teknologi (*QRIS*) ditentukan oleh empat faktor yaitu, persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, sikap untuk menggunakan, dan minat untuk menggunakan. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan model teori *TAM* untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran *QRIS*. Penggunaan ini menjabarkan mengenai hubungan sebab akibat atas manfaat dan kemudahan suatu teknologi. Kemudahan berkaitan erat dengan teori *TAM*

sebab dalam penggunaannya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan teknologi. Faktor-faktor tersebut diantaranya :

- a. Persepsi pengguna dipengaruhi oleh faktor pengalaman pengguna dalam menggunakan suatu teknologi.
- b. Reputasi mempengaruhi kepercayaan pengguna akan kemudahan penggunaan suatu teknologi.

Persepsi manfaat berpengaruh dan berkaitan erat dengan teori *TAM* sebab dalam penerimaan suatu teknologi dalam penggunaannya, teknologi tersebut harus dapat meningkatkan aktivitas suatu pekerjaan pengguna. Manfaat yang dapat dirasakan pengguna dalam teori ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Penggunaan teknologi dapat menambah produktivitas pengguna.
- b. Penggunaan teknologi dapat menambah kinerja pengguna.
- c. Penggunaan teknologi dapat menambah efisiensi proses pengguna.

Dari penjelasan tersebut faktor-faktor yang berkaitan dengan teori *TAM* memiliki hubungan atau kesamaan dengan tema dan variabel penelitian yang diangkat oleh peneliti.

2. Persepsi Kemudahan

Menurut Davis (1989) persepsi kemudahan penggunaan memiliki arti menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaan tanpa memerlukan suatu usaha (*free of effort*) sebab sistem tersebut simpel, mudah dipahami, dan digunakan. Persepsi kemudahan penggunaan teknologi menunjukkan tingkat kepercayaan seseorang terhadap suatu hasil yang dapat diperoleh secara bebas terhadap kesulitan. Menurut Ernawati & Noersanti

(2020) persepsi kemudahan merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat dengan jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi mudah digunakan dan mudah dioperasikan. Persepsi seseorang mengenai kemudahan dalam menggunakan suatu sistem, dapat dilihat dari tingkat kepercayaan orang tersebut bahwa dalam penggunaan sistem tersebut akan terbebas dari kesalahan dalam suatu usaha. Semakin mudah suatu sistem dalam penggunaannya maka semakin kecil pula usaha yang harus dikeluarkan, sehingga meningkatkan kinerja seseorang dalam menggunakan sistem atau teknologi tersebut.

Berdasarkan definisi yang telah dijabarkan di atas, persepsi kemudahan merupakan suatu tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi, dimana suatu pekerjaan dapat dilakukan dengan cepat dan sederhana. Variabel persepsi kemudahan penggunaan *QRIS* didefinisikan sebagai kepercayaan bahwa minat menggunakan *QRIS* dapat mempercepat dan mempermudah sistem pembayaran. Dalam penelitian ini, kemudahaan penggunaan bertitik berat pada persepsi pelaku usaha UMKM kuliner bahwa sistem pembayaran menggunakan *QRIS* akan lebih mudah dan akan terus digunakan di masa mendatang.

3. Persepsi kemanfaatan

Kemanfaatan merupakan kata sifat yang memiliki kata dasar “manfaat”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) manfaat memiliki arti guna atau faedah. Kemanfaatan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti hal yang bermanfaat atau kegunaan. Menurut Defy *et al.*, (2023) persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan suatu keyakinan akan

keuntungan yang didapat dari penggunaan sistem teknologi dalam meningkatkan kinerja dan efektivitas suatu pekerjaan. Menurut Davis (1989) *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dapat diartikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang mengenai penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas. Bisa dikatakan bahwa, teknologi memiliki keunggulan dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas penggunanya.

Suatu produk teknologi bermanfaat bagi penggunanya apabila teknologi tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja seseorang. Semakin tinggi tingkat kinerja seorang individu, semakin produktif dan efisien serta efektif juga pekerjaannya. Peningkatan produktifitas seseorang menunjukkan bahwa semakin banyak pula capaian kinerja yang diperoleh (Mahyuni & Setiawan, 2021). Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan perolehan timbal balik atas kegunaan suatu teknologi dalam memudahkan suatu pekerjaan atau aktivitas yang dapat dilihat melalui capaian kerja individu melalui kinerjanya yang produktif.

a. Sosialisasi

Sosialisasi didefinisikan sebagai suatu proses yang membantu individu dalam belajar menyesuaikan diri mengenai bagaimana cara hidup dan berpikir mengenai kelompoknya agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya (Kamil *et al.*, 2022). Ada beberapa macam sosialisasi yang diperlukan menurut kajian Tim Analisa Efektifitas Penyebaran Informasi dalam rangka sosialisasi pada jasa perbankan syariah yaitu :

1) Edukasi

Edukasi merupakan suatu proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan potensi diri (kepribadian, kecerdasan serta pengendalian diri) dan mewujudkan proses pembelajaran yang baik dalam memiliki suatu keterampilan.

2) Promosi

Promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk menarik minat seseorang mengenai suatu jasa atau barang yang sedang diperkenalkan melalui pemberitahuan atau penawaran yang berupa iklan, poster, dan bahkan mulut ke mulut.

Sosialisasi memiliki beberapa tujuan, yaitu (Ardiyani, 2023):

- a) Memberikan bekal keterampilan yang dibutuhkan setiap individu pada masa kehidupan kelak.
- b) Memberikan bekal kemampuan dalam menggunakan suatu teknologi secara efektif.
- c) Membiasakan diri individu dengan nilai-nilai dan kepercayaan yang ada pada masyarakat.
- d) Membentuk sistem perilaku melalui pengalaman terhadap implementasi lingkungan sekitar.

Sosialisasi diberikan kepada UMKM guna meningkatkan status kepercayaan pelaku usaha terhadap penggunaan *QRIS* sebagai pembayaran digital yang dapat terintegrasi secara kuat dengan masyarakat setempat dalam

setiap aktivitas yang ditandai dengan kemahiran pelaku dalam menggunakannya sehingga dapat disesuaikan dengan lingkungan penggunaannya.

b. Pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengetahuan merupakan bentuk bantuan personal dan barang (uang) dalam bantuan pembangunan guna memperluas sarana ilmu pengetahuan di negara berkembang. Pengetahuan atau *knowledge* secara etimologi yang berasal dari bahasa Inggris. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan diartikan sebagai segala sesuatu yang diketahui (kepandaian) dan berhubungan dengan hal (mata pelajaran). Pengetahuan merupakan suatu hasil keingintahuan akan sebuah perbuatan atau usaha mengenai pemahaman suatu objek yang ada, baik dalam bentuk fisik yang dapat dipahami secara persepsi melalui panca indra maupun akal (Nurdin *et al.*, 2020).

Menurut Ernawati & Noersanti (2020) pengetahuan adalah sesuatu yang digunakan manusia untuk memahami dunia. Pengetahuan seseorang terhadap suatu produk merupakan hal yang mendasar karena dapat memberikan peran dalam pengambilan keputusan. Jika seseorang memiliki banyak pengetahuan tentang suatu objek, biasanya orang tersebut akan lebih berhati-hati dan teliti dalam memilih atau menggunakannya.

3. Financial Technology (Fintech)

Menurut Wachyu & Winarto (2020) *financial technology* merupakan pengembangan pengelolaan keuangan melalui inovasi sektor finansial dengan perkembangan teknologi modern untuk menghasilkan cara baru mengenai

fasilitas lembaga keuangan tanpa adanya perantara. Dimana sebuah proses pembayaran harus dilakukan secara tatap muka (*face to face*) disertai pembayaran tunai, sekarang dapat dilakukan dengan sistem transaksi jarak jauh.

Bank Indonesia menjelaskan *financial technology (fintech)* merupakan hasil kolaborasi antara jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 menjabarkan *fintech* adalah hasil produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru dari penggunaan teknologi sistem keuangan yang berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran keamanan dan kendala sistem pembayaran.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *financial technology (fintech)* merupakan perkembangan industri jasa yang berupa inovasi konsep keuangan yang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dengan tujuan untuk menghasilkan proses transaksi keuangan yang lebih efektif, efisien, aman dan modern. Pemanfaatan teknologi dan perkembangan industri *fintech* di tengah kalangan masyarakat didukung oleh beberapa indikator, diantaranya (INDONESIA, 2022) :

a. Adanya perubahan pola pikir konsumen

Perubahan pola pikir konsumen ditandai dengan keinginan masyarakat dalam memperoleh kebutuhan mereka secara praktis dan mudah. Hal ini menjadi faktor yang mendorong masyarakat menggunakan layanan *fintech* untuk memenuhi kebutuhan mereka secara cepat dan meninggalkan sistem

konvensional yang harus dilakukan secara langsung dengan sistem *face to face* dengan pembayaran secara tunai.

b. Perubahan *trend*

Perkembangan dan inovasi dalam perkembangan teknologi digital yang terjadi secara cepat dan terus menerus mendorong sebuah perubahan dan percepatan dalam sebuah *trend* di masyarakat.

c. Kemajuan digital

Digitalisasi merupakan perubahan dari sistem yang lama yang belum modern. Di era sekarang ini digitalisasi sudah digunakan di banyak produk untuk keperluan masyarakat. Seperti halnya pada *smartphone* yang semakin canggih dan sudah menyebar di masyarakat akan memudahkan masyarakat dalam membantu kegiatan dan kebutuhannya.

d. Akses yang semakin mudah

Keterbukaan layanan dan sistem informasi akan semakin memberikan akses yang mudah dalam bertransaksi. Perkembangan akses ini diawali oleh perkembangan teknologi yang akan membuka pangsa pasar baru.

e. Penawaran produk yang menguntungkan

Jika produk yang ditawarkan memberikan *benefit* dan menguntungkan maka akan mengubah dan menarik dari sisi konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

f. Dukungan kebijakan dari pemerintah

Memberi kebijakan dalam pengawasan merupakan hal penting yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk membantu memajukan industri *fintech* dan

memberikan dorongan untuk terus berkembang. Di Indonesia lembaga yang diberikan otoritas terhadap pengawasan *fintech* di lembaga keuangan adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Fintech memiliki banyak layanan dan produk yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat. Menurut OJK (2018) ada beberapa jenis *fintech* yang berkembang di Indonesia yaitu :

1) *Crowdfunding*

Crowdfunding atau penggalangan dana, dalam mempermudah masyarakat dalam kegiatan sosial seperti inisiatif dalam proses berdonasi atau menggalang dana.

2) *Microfinancing*

Microfinancing merupakan layanan *fintech* yang ditujukan bagi masyarakat dengan kelas menengah kebawah dalam mengelola keuangan sehari-hari. Layanan ini ditujukan kepada masyarakat menengah ke bawah, sebab pada golongan masyarakat ini akses dalam memperoleh modal usaha untuk pengembangan kesejahteraan hidup sangat minim.

3) *P2P Lending Service*

Layanan *fintech* berupa pemberian pinjaman bagi masyarakat dalam membantu pemenuhan kebutuhan hidup atau pemberian modal kerja yang perjanjiannya dilakukan melalui sistem elektronik. Melalui layanan ini masyarakat dapat memperoleh pinjaman secara lebih mudah dan cepat, tanpa perlu melalui tahapan yang cukup panjang seperti prosedur bank konvensional.

4) *Market Comparison*

Layanan *fintech* yang dapat digunakan untuk membandingkan produk keuangan mengenai layanan penyedia jasa keuangan yang berfokus pada perencanaan finansial seperti produk investasi.

5) *Digital Payment System*

Digital payment sistem merupakan *fintech* yang berfokus pada bidang penyediaan layanan berupa pembayaran seluruh tagihan seperti pulsa dan pascabayar, kartu kredit, atau token listrik PLN. Terdapat banyak contoh mengenai produk *fintech* ini salah satunya yaitu pengembangan *e-wallet*, dimana pada layanan ini telah terhubung dengan beberapa bank konvensional.

4. Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)

Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) merupakan standar pembayaran menggunakan kode QR secara nasional yang telah disahkan oleh Bank Indonesia dan dikembangkan bersama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) sebagai fasilitas pembayaran di Indonesia. Mengusung tema UNGGUL (Universal, Gampang, Untung, dan Langsung) *QRIS* diharap dapat menjadikan transaksi pembayaran lebih efisien dan cepat, sehingga UMKM dapat lebih maju untuk mendukung pertumbuhan ekonomi negara (Paramitha & Kusumaningtyas, 2020). *QRIS* merupakan sistem pembayaran digital yang menaungi dan terhubung dengan seluruh jenis aplikasi uang elektronik dalam satu bentuk *QR code* yang lebih sederhana, cepat, dan aman. Berdasarkan tema yang diangkat Bank Indonesia *QRIS* mempunyai makna :

a. Universal

Transaksi pembayaran yang dapat digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat pada transaksi domestik ataupun luar negeri.

b. Gampang

Transaksi dapat dilakukan oleh masyarakat secara mudah dan aman melalui genggaman ponsel.

c. Untung

Transaksi yang digunakan melalui *QRIS* menguntungkan bagi pembeli dan penjual sebab transaksi berlangsung secara efisien melalui satu kode *QR* yang dapat dipergunakan untuk seluruh aplikasi pembayaran atau uang elektronik.

d. Langsung

Transaksi menggunakan *QRIS* sangat mendukung kelancaran sistem pembayaran sebab terjadi secara langsung dan cepat.

Sebagai modernisasi sistem pembayaran, *QRIS* memiliki banyak manfaat bagi seluruh kalangan, baik pemerintah, pelaku usaha, maupun masyarakat. Manfaat yang diperoleh dari penggunaan *QRIS* diantaranya (Paramitha & Kusumaningtyas, 2020) :

1) Bagi pemerintah

- a) Mempermudah pendataan mengenai jumlah UMKM.
- b) Sebagai pendukung formulasi kebijakan melalui sumber data baru.
- c) Sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi lapisan bawah.
- d) Perwujudan implementasi elektronifikasi.

- e) Sebagai upaya dalam persiapan ekonomi keuangan digital dan *smart city*.

2) Bagi *Merchant*

Membantu dalam manajemen usaha dari sisi pembayaran yang lebih efisien dan positif dalam berbagai hal. Uraian manfaat yang diperoleh para pelaku usaha dalam menggunakan *QRIS* :

- a) Meningkatkan *market* dan *traffic* melalui *trend* pembayaran non-tunai digital.
- b) Mengurangi resiko mengenai penggunaan uang tunai.
- c) Transaksi dapat tercatat secara otomatis, sistematis dan mudahnya memantau histori transaksinya.
- d) Mudah memonitor sirkulasi keuangan sebab rekening personal dan rekening bisnis terpisah.
- e) Mempermudah pembayaran tagihan, retribusi dan pembelian stock pembelian tanpa meninggalkan toko.
- f) Membangun data untuk membantu *financing* kedepan.

3) Bagi Masyarakat

Mempermudah proses transaksi pembayaran sebab lebih mudah, praktis dan kekinian, selain itu terdapat manfaat lain seperti :

- a) Mempermudah proses pencatatan keuangan.
 - b) Pembayaran menjadi lebih aman, cepat, nyaman dan efisien.
- ## 4) Bagi penyelenggara
- a) Sebagai *trend* digital retail pembayaran yang kekinian.

- b) Sebagai pasar baru dalam menawarkan produk finansial lainnya.
- c) Menjaga loyalitas nasabah.

Menurut Bank Indonesia (2020), jenis-jenis transaksi menggunakan *QRIS* sebagai berikut:

a) *Merchant Presented*

Mode mekanisme *QR Code Merchant Presented Mode*. Pelanggan akan meng-scan *QR Code* yang telah disediakan *merchant*. Ada 2 bentuk *QR Code Merchant Presented Mode* :

1) Statis karakteristik

Penggunaan bagi *merchant* cukup mudah, sebab bentuk *QR code* ini hanya perlu dicetak dalam bentuk satu stiker atau *print out QRIS*. Pengguna (konsumen) hanya perlu memindai, memasukan nominal yang harus dibayarkan, memasukkan PIN, lalu klik bayar. Notifikasi akan langsung diterima *merchant* apabila pembayaran telah terbayarkan. *QRIS MPM* statis sangat cocok bagi bentuk usaha mikro dan kecil.

2) Dinamis karakteristik

Berbeda dengan *QRIS MPM statis*, bentuk *QR* dinamis karakteristik ini dilakukan dengan bantuan mesin *EDC* atau *smartphone* sebagai suatu *device* yang mengeluarkan *QRIS*. Tahapan penggunaan jenis *QR* ini pun berbeda dengan *QRIS MPM* statis, dimana pada *QRIS MPM* dinamis *merchant* harus memasukkan terlebih dahulu nominal yang harus dibayar oleh konsumen kemudian konsumen baru dapat memindai

QRIS yang tercetak pembayaran secara otomatis akan masuk kepada *merchant* setelah konsumen menekan “bayar” pada tampilan aplikasi pembayaran yang digunakan. *QRIS MPM* dinamis ini cocok digunakan bagi *merchant* dengan skala usaha menengah dan besar dengan volume transaksi tinggi.

b. Customer Presented Mode

Dalam penggunaannya *merchant* hanya perlu menscan *QR code* yang telah dimiliki konsumen dari aplikasi pembayaran. Jenis *QRIS* ini ditujukan kepada *merchant* yang memerlukan kecepatan transaksi tinggi seperti penyediaan transportasi, parkir, dan retail modern.

Dalam penggunaan suatu sistem teknologi, terdapat banyak pertimbangan yang perlu diperhatikan yang dapat dilihat dari kelemahan dan kelebihan suatu teknologi. Kelebihan dari penggunaan *QRIS* diantaranya adalah (Hanim & Noorman, 2018):

- a) Sistem pembayaran yang lebih efisien.
- b) Antisipasi tindakan kriminal (pencurian/perampokan).
- c) Persaingan bisnis meningkat, perkembangan sistem pembayaran baru yang mendorong masyarakat menggunakan pembayaran non tunai pada beberapa pusat pertokoan atau pusat pembelanjaan.
- d) Dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat.

Selain memiliki banyak manfaat, *QRIS* memiliki beberapa kelemahan dalam penerapannya. Perkembangan pembangunan di Indonesia yang belum merata menyebabkan kesenjangan pada pemerataan jangkauan IPTEK kepada

masyarakat secara lebih luas. Kondisi jaringan yang belum stabil di sebagian besar wilayah Indonesia semakin memicu lemahnya pengembangan sistem pembayaran ini (Hanim & Noorman, 2018).

5. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bentuk kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dengan nilai kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan dan kepemilikan sesuai dengan standar hukum yang telah ditentukan. Menurut Bank Indonesia (2020), Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat didefinisikan sebagai :

- a. Usaha mikro adalah usaha yang dijalankan oleh masyarakat ekonomi bawah atau menjangkau masyarakat ekonomi menengah kebawah. Sumber daya lokal milik keluarga dan teknologi sederhana tempat masuk dan keluarnya sektor bisnis.
- b. Usaha kecil adalah suatu badan usaha yang baik langsung maupun tidak langsung merupakan bagian dari suatu perusahaan menengah atau besar, milik suatu perusahaan menengah atau besar yang menguasai perusahaan itu atau bagian dari kekayaan bersih lebih besar dari Rp 50 juta hingga Rp 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan yang diperuntukkan bagi usaha komersial atau yang omzet tahunannya lebih besar dari Rp. 300 juta dengan nilai maksimal Rp 2,5 miliar.
- c. Usaha menengah merupakan perusahaan yang tergolong dalam perusahaan menengah dengan omzet pendapatan tahunan $< \text{Rp } 3 \text{ miliar}$, aset sama

dengan Rp 5 miliar, untuk aset sektor industri sama dengan Rp 600 juta tidak termasuk tanah dan bangunan pada sektor industri non manufaktur.

Berdasarkan kegiatan usaha dan perilaku usaha dalam menjalankan usaha yang berkaitan, UMKM memiliki karakteristik atau ciri tersendiri mengenai kondisi usaha yang sebenarnya. Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikategorikan dalam tiga jenis, yaitu :

- a. Usaha mikro dengan kategori memiliki karyawan sejumlah 10 orang.
- b. Usaha kecil dengan kategori memiliki karyawan sejumlah 30 orang.
- c. Usaha menengah dengan kategori memiliki karyawan sejumlah 300 orang.

UMKM digolongkan dalam empat bagian (Bank Indonesia, 2020) :

- a. UMKM sektor informal
- b. UMKM mikro, usaha yang memiliki ketrampilan terbatas pada keahlian serta minimnya pengetahuan untuk mengembangkan usaha sendiri sebab kurangnya jiwa kewirausahaan.
- c. Usaha kecil, kelompok UMKM yang dapat bekerja sama dengan mitra tertentu dalam mengembangkan usahanya.
- d. Tenaga kerja kontrak, kelompok UMKM yang telah mumpuni dalam hal kewirausahaan maupun keterampilan.

Prinsip- prinsip UMKM terdiri dari (Hanim & Noorohman, 2018):

- 1) Meningkatkan kemandirian, solidaritas dan kewirausahaan bagi UMKM

- 2) Pelaksanaan kebijakan negara yang terbuka, bertanggung jawab dan adil.
- 3) Pengembangan kewirausahaan berbasis wilayah dan kapasitas berorientasi pasar sesuai kompetensi UMKM.
- 4) Meningkatkan daya saing UMKM.
- 5) Pelaksanaan perencanaan dan pelaksanaan pengendalian terpadu.

6. Minat Menggunakan

Minat merupakan keinginan yang berkaitan dengan suatu objek atau aktivitas dan berdampak besar pada aktivitas tersebut (Sukardi, 2021: 160). Menurut Priambodo & Prabawani (2016) minat merupakan suatu situasi sebelum melakukan suatu tindakan yang digunakan untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Minat penggunaan teknologi informasi merupakan niat seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi informasi dengan asumsi akses yang dimiliki terhadap suatu teknologi dalam jangka waktu yang cukup lama secara terus-menerus (Ernawati & Noersanti, 2020).

Minat perilaku (*behavioral intention*) dan perilaku (*behavior*) merupakan dua hal yang berbeda, Minat didefinisikan sebagai keinginan untuk melakukan suatu tindakan, sedangkan perilaku merupakan tindakan nyata akan keinginan melakukan suatu tindakan. Perilaku terjadi sebab seseorang mempunyai keinginan untuk melakukan hal tersebut. Keduanya saling berhubungan, perilaku dipengaruhi oleh minat. Minat dapat berubah-ubah sepanjang waktu, oleh sebab itu perilaku seseorang juga dapat berubah-ubah (Bangkara *et al.*, 2016).

Berdasarkan pengertian minat menggunakan pada kedua penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan *QRIS* merupakan tindakan yang ingin direalisasikan dalam menggunakan *QRIS*.

B. Penelitian Terdahulu

Penyusunan penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Variabel	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Saputri (2020)	Preferensi Konsumen dalam Menggunakan <i>Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)</i> sebagai Alat Pembayaran Digital.	Variabel independen : Persepsi kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan dan tingkat risiko. Variabel dependen : Minat konsumen untuk menggunakan <i>QRIS</i> sebagai alat pembayaran.	Metode analisis regresi logistik biner.	Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i> sedangkan persepsi kemudahan, kepercayaan dan tingkat resiko berpengaruh tidak signifikan dalam minat penggunaan <i>Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)</i>

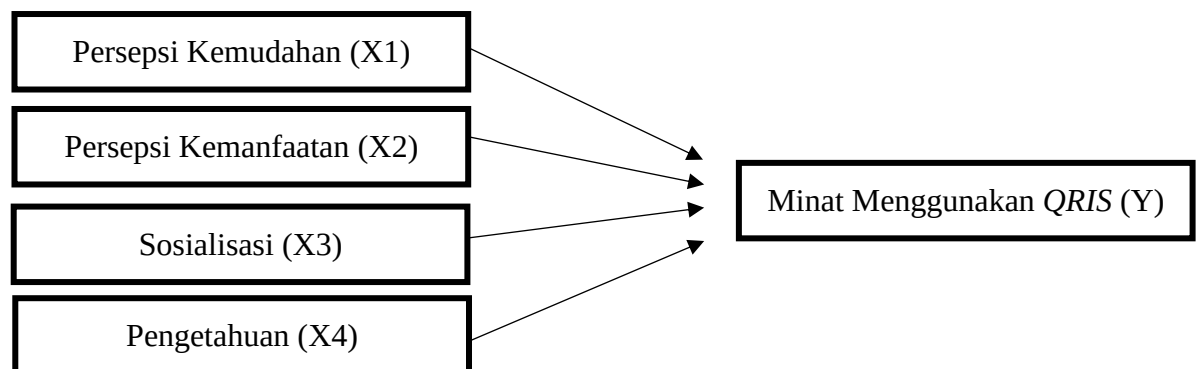
2	Palupi <i>et al.</i> , (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Sistem QRIS terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan QRIS pada UMKM.	Variabel independen: Literasi keuangan dan kemudahan penggunaan sistem QRIS. Variabel dependen: Keputusan menggunakan QRIS.	Metode analisis uji asumsi klasik dan uji hipotesis.	Literasi keuangan dan kemudahan penggunaan sistem QRIS, berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan QRIS pada pelaku UMKM.
3	Nurdin <i>et al.</i> , (2020)	Pengaruh Pengetahuan Kemudahan dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Finansial Technology</i> (<i>Fintech</i>) pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu	Variabel independen : pengaruh pengetahuan, kemudahan dan resiko. Variabel dependen : Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Finansial Technology</i> .	Uji validitas, reliabilitas, uji regresi berganda dan uji asumsi klasik.	Pengetahuan, kemudahan dan risiko berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>Fintech</i> .
4.	Mahyuni & Setiawan, (2021)	Bagaimana QRIS Menarik Minat UMKM? sebuah Model untuk Memahami Intensi UMKM Menggunakan QRIS	Variabel independen: <i>attitude towards the behavior, subjective norm dan perceived behavioral control</i> . Variabel dependen: intensi UMKM	Analisis data dibantu dengan SmartPLS3 yang memungkinkan dilakukan uji reliabilitas dan validitas atas instrumen atau model pengukuran sebelum dilakukan pengujian terhadap	Pemahaman mengenai QRIS, persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan pengaruh pihak eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap intensi UMKM dalam menggunakan QRIS.

			menggunakan QRIS.	model struktural.	
5.	Defy <i>et al.</i> , (2023)	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kemanfaatan terhadap Minat Pelaku UMKM dalam Menggunakan QRIS Bank Syariah Indonesia.	Variabel independen: pengaruh persepsi kemudahan dan kemanfaatan. Variabel dependen: minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS Bank Syariah Indonesia.	Metode pendekatan <i>Structural Equation Modelling Partial Least Square (SEM-PLS)</i> dengan dua jenis pendekatan yaitu, pendekatan <i>Outer model</i> mengukur pada uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan <i>inner model</i> mengukur <i>path coefficient</i> dan untuk pengujian hipotesis.	Menujukkan bahwa persepsi kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan QRIS Bank Syariah Indonesia.
6.	Ernawati & Noersanti, (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO.	Variabel independen: pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan. Variabel dependen: minat penggunaan pada aplikasi OVO.	Menggunakan metode analisis data deskriptif, evaluasi model pengukuran (<i>Outer Model</i>) dengan uji validitas dan reliabilitas, serta metode evaluasi model struktural (<i>Inner Model</i>) dengan uji	Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO. Sedangkan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO.

				model FIT dan uji hipotesis.	
7.	Primasari & Ghofirin, (2021)	Sosialisasi Kesiapan Masyarakat Menuju Transaksi Digital di Era <i>New Normal Life</i> .	Variabel independen: sosialisasi kesiapan masyarakat. Variabel dependen: transaksi digital di era <i>new normal life</i> .	Uji validitas dan analisis regresi linier berganda.	Sosialisasi berpengaruh secara signifikan terhadap transaksi digital masyarakat di era <i>new normal life</i> .

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan studi penelitian terdahulu serta kajian teori, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

Sesuai dengan model kerangka berpikir diatas, maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari :

Variabel bebas :

1. Persepsi kemudahan penggunaan (X1).

2. Persepsi kemanfaatan (X2).
3. Sosialisasi (X3).
4. Pengetahuan (X4).

Variabel terikat :

1. Minat menggunakan *QRIS* sebagai variabel terikat (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah prediksi yang dibuat dari rumusan masalah yang harus diuji untuk mengetahui apakah prediksi yang diajukan diterima atau ditolak (Faizani & Indriyanti, 2021).

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *QRIS*.

Menurut hasil penelitian Nurdin *et al.*, (2020) menjelaskan bahwa kemudahan dapat diartikan sebagai penilaian terhadap suatu teknologi, bahwa dalam penggunaannya tidak perlu menggunakan kemampuan yang tinggi. Sedangkan menurut hasil penelitian Ernawati & Noersanti, (2020) kemudahan merupakan suatu keyakinan seseorang mengenai sebuah sistem yang dapat digunakan tanpa membutuhkan usaha yang lebih besar dan tidak repot. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kemudahan merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang berdasarkan pada rasa kepercayaan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem, maka semakin tinggi pula minat masyarakat dalam menggunakan sistem tersebut. Dalam penelitian Ningsih *et al.* (2021) variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif

terhadap minat menggunakan *QRIS*. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *QRIS*.

2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan *QRIS*.

Kepercayaan seseorang mengenai suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaan. Teknologi akan digunakan apabila memberikan manfaat dalam penggunaannya (Ernawati & Noersanti, 2020). Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *QRIS*. Semakin tinggi kinerja pekerjaan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi maka semakin tinggi pula manfaat yang akan diperoleh dalam penggunaan suatu sistem teknologi. Pencatatan histori transaksi yang tersimpan secara otomatis dalam sebuah sistem menjadi manfaat yang paling utama dalam penggunaan sistem pembayaran digital *QRIS* bagi UMKM. Manfaat ini sangat membantu UMKM dimana para pelaku usaha tidak perlu mengalami kesulitan dalam membuat catatan mengenai penjualan atau pembelian yang terjadi pada satu periode tertentu. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahmad & Pambudi (2013) persepsi kemanfaatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan sistem pembayaran digital. Maka dapat ditarik hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut :

H2 : Persepsi Kemanfaatan berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan *QRIS*.

3. Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Menggunakan *QRIS*.

Sosialisasi didefinisikan sebagai suatu proses yang membantu individu dalam belajar menyesuaikan diri mengenai bagaimana cara hidup dan berpikir

kelompoknya agar dapat berperan dan berfungsi dalam kelompoknya. Sosialisasi penting dilakukan dengan tujuan utama untuk mendorong *QRIS* sebagai pembayaran digital (Aisyah *et al.*, 2023). Semakin banyak sosialisasi yang diberikan kepada pelaku UMKM, semakin tinggi pula minat pelaku UMKM untuk menggunakan suatu teknologi. Hal ini disebabkan oleh bertambahnya wawasan para pelaku UMKM, sehingga mereka dapat mengimplementasikan pengetahuan yang mereka peroleh dari sosialisasi yang diberikan. Dalam penelitian Kamil *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa pengaruh sosialisasi terhadap penggunaan suatu teknologi dikalangan masyarakat sangat signifikan dan dapat memberi pengaruh yang besar dengan memberikan pendampingan secara berkala kepada masyarakat.

H3 : Sosialisasi berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan *QRIS*.

4. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *QRIS*.

Pengetahuan merupakan hal dasar yang harus dimiliki dalam pengambilan keputusan atas sebuah penggunaan teknologi (Nurhapsari & Sholihah, 2022). Semakin banyak pengetahuan seseorang mengenai suatu objek, maka semakin teliti dan waspada pula seseorang dalam memilih atau menggunakannya. Pengetahuan seseorang dalam penggunaan suatu teknologi sistem informasi menjadi faktor yang menentukan minat seseorang dalam menggunakannya. Pengetahuan penggunaan *QRIS* pada UMKM sebagai hal dasar yang harus dipahami dalam proses pengoperasiannya. Hal ini juga berkaitan erat dengan pengetahuan UMKM dalam hal pengelolaan keuangan, keduanya saling berkaitan dalam mendorong keputusan UMKM menggunakan *QRIS*. Pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap

minat pelaku UMKM dalam menggunakan *QRIS* (Mahyuni & Setiawan, 2021).

Maka dapat ditarik hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut :

H4 : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakan *QRIS*.

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data melalui uji hipotesis dan permasalahan pada penelitian ini mengenai determinan minat penggunaan *QRIS* pada UMKM kuliner di Pengging, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *Quick Responses Indonesia Standard (QRIS)*.
2. Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *Quick Responses Indonesia Standard (QRIS)*.
3. Sosialisasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *Quick Responses Indonesia Standard (QRIS)*.
4. Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *Quick Responses Indonesia Standard (QRIS)*.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diajukan saran sebagai berikut :

1. Penelitian berikutnya diharapkan dapat meneliti data dengan cakupan sampel yang lebih luas. Dengan melakukan pengembangan konsep dan penambahan jumlah variabel seperti variabel kepercayaan dan resiko, agar dapat dijadikan sebagai perbandingan dan memiliki hasil yang lebih eksploratif.

2. Bagi UMKM diperlukan pemahaman mengenai penggunaan sistem pembayaran *QRIS* secara terus menerus guna keberlangsungan usaha sebab penggunaan sistem pembayaran ini berdampak positif dalam membantu meningkatkan *traffic* penjualan sebagai alternatif pembayaran baru yang lebih efisien dan fleksibel.
3. Bagi pihak penyedia *QRIS* sebaiknya lebih fokus dalam memberikan sosialisasi, dengan tujuan agar pelaku usaha seperti UMKM kuliner lebih paham mengenai sistem pembayaran ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2013). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Aisyah, S., Hsb, D. N., Nurmitha, R., Veronika, R., & Putra, M. (2023). *Pengenalan dan Implementasi Sistem Pembayaran Menggunakan QRIS Pada Mie Balap Nusa Indah*. 5, 306–311.
- Ardiyani, A. (2023). *PENGARUH SOSIALISASI DAN PENGETAHUAN TEHADAP MINAT ORANG TUA SISWA SEKOLAH DASAR DALAM MEMBUKA TAWA (TABUNGAN SISWA) DI BANK SULTENG DENGAN KEMUDAHAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI KASUS DI KECAMATAN PALU BARAT) SKRIPSI*. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- 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. <https://doi.org/10.29406/jmm.v17i1.2800>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceives Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Defy, A., Simatupang, R., Ramadhani, A. F., & Abditama, U. C. (2023). Analisis pengaruh persepsi kemudahan dan kemanfaatan terhadap minat pelaku umkm dalam menggunakan qris bank syariah indonesia. *Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 13(1), 61–73.
- El Wahyu, M. Z., & Fitriyani, M. N. (2021). Penerapan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Menganalisis Minat Mahasiswa Menggunakan Metode Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Pada Bank Syariah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 3(1), 35–42. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v3i1.39>
- Engko, C., Limba, F. B., & Achmad, A. P. (2023). *MENGGUNAKAN LAYANAN QRIS DENGAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*. 4, 386–397.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 03(02), 27–37.
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral

- Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi *Journal of Emerging Information ...*, 02(02), 85–93. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/39738>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (P. P.Harto (ed.); V). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanim, L., & Noorman, M. (2018). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha. In *UNISSULA PRESS*. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Hidayati, S., Jannah, M., Rahman, F., Yunsan, N., Fakhri, M. R., Rahmi, N., Seftarita, C., & Dawood, T. C. (2023). Sosialisasi Sistem Pembayaran Elektronik (QRIS) dan Pecahan Uang Kertas Tahun Emisi (TE) 2022 Kepada Masyarakat Desa Lampeunurut. *Jurnal Pengabdian Aceh*, 3(1), 41–45.
- Indonesia, B. (2018). *No Title*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- INDONESIA, B. (2022). *QRIS*. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#:~:text=QRIS pertama diluncurkan oleh Bank,lambat tanggal 31 Desember 2019.>
- Kamil, I., Anggraini, D., & Prihanto, D. H. (2022). Sosialisasi Financial Technology (Fintech): Cerdas Dalam Memilih dan Memutuskan Penggunaan Aplikasi Pinjaman Dana Online. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 2(1), 1–6. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). Bagaimana QRIS menarik minat UMKM? Sebuah model untuk memahami intensi UMKM menggunakan QRIS. *Forum Ekonomi*, 23(4), 735–747. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10158>
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK BERBASIS QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) DI KALANGAN MAHASISWA UPI Y.A.I.*
- Nurdin, Winda Nur Azizah, & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Nurhapsari, R., & Sholihah, E. (2022). Analysis of the factors of intention to use QRIS for MSMEs in Semarang City's traditional market. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(2), 199–211. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i2.7291>
- Palupi, A. A., Hartati, T., & Sofa, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Qris Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Qris Pada UMKM. *Seminar Nasional Riset Terapan, Vol 10,1*,

- 1–9. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snrtb/article/view/5607>
- Paramitha, D. A., & Kusumaningtyas, D. (2020). *Qris* (diah A. S. Fauji (ed.); Issue 76). Penerbit Fakultas Ekonomi. http://repository.unpkediri.ac.id/2959/1/EDIT_BUKU_DIAN_OK.pdf
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Primasari, N. S., & Ghofirin, M. (2021). Sosialisasi Kesiapan Masyarakat Menuju Transaksi Digital di Era New Normal Life. *Jurnal Altifani*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.25008/altifani.v1i1.110>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.
- Sriekaningsih, A., Riyanto, S., & Prakasa, A. (2022). Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (Qris) Di Kota Tarakan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 92–101. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i3.112>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Wachyu, W., & Winarto, A. (2020). Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN QRIS PADA UMKM KULINER DI PENGGING

A. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda silang (√) pada kolom yang paling menunjukkan kebenaran pernyataan dibawah ini berdasarkan penilaian:

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat setuju (SS)

B. Identitas Responden

Nama :

Nama Usaha :

Usia :

Jenis Kelamin :

Apakah menggunakan *QRIS* sebagai metode pembayaran

1. Ya
2. Tidak

Aplikasi yang digunakan :

C. Pertanyaan tentang kemudahan

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa terampil dalam menggunakan QRIS sebagai system pembayaran.					
2.	Saya merasa lebih mudah mengontrol transaksi melalui penggunaan QRIS.					
3.	Saya merasa menggunakan QRIS sangat jelas. Mudah dipahami, dan mudah digunakan pada semua transaksi.					
4.	Saya merasa penggunaan QRIS sangat fleksibel.					

Sumber : Nurdin *et al.*, (2020)

D. Pertanyaan tentang Persepsi Kemanfaatan

NO	PERTANYAAN	STS	S	N	S	SS
1.	Transaksi pembayaran lebih cepat selesai saat menggunakan QRIS.					
2.	Saya merasa perfoma kinerja meningkat dalam hal pembuatan laporan keuangan saat menggunakan QRIS.					
3.	Saya merasa produktifitas sistem pembayaran meningkat saat menggunakan QRIS.					
4.	Saya merasa penggunaan QRIS sangat bermanfaat dalam memudahkan pekerjaan saya secara keseluruhan.					

Sumber : Priambodo & Prabawani, (2016)

E. Pertanyaan tentang sosialisas

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui penggunaan QRIS dari pemaparan Bank Konvensional secara langsung.					

2.	Saya mengetahui penggunaan QRIS dari media social dan papan iklan.					
3.	Saya pernah melihat promosi penggunaan QRIS di kawasan kuliner pengging.					

Sumber : Ardiyani, (2023)

F. Pertanyaan tentang pengetahuan

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengetahui bahwa QRIS merupakan metode pembayaran digital.					
2.	Saya memahami bahwa QRIS berbentuk QR Code untuk semua aplikasi pembayaran.					
3.	Saya memahami tata cara penggunaan QRIS sebagai system pembayaran.					

Sumber : Nurdin *et al.*, (2020)

G. Pertanyaan tentang Minat menggunakan QRIS

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya tertarik meng gunakan QRIS karena syarat dan ketentuannya mudah.					
2.	Saya menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.					
3.	Saya akan menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran di masa yang akan datang.					

Sumber : Priambodo & Prabawani, (2016)